

## ХАЛҚАРО СИЁСИЙ МАСАЛАЛАРНИ ЁРИТИШДА МИЛЛИЙ АХБОРОТ АГЕНТЛИГИНИНГ ЎРНИ

Ҳилола Абдурахим қизи АБДУРАХМОНОВА

Босма ОАВ ва ноширлик иши факультети декани муовини

Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети

Тошкент, Ўзбекистон

## РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА В ПРОДВИЖЕНИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Хилола Абдурахим кизи АБДУРАХМОНОВА

Заместитель декана

Факультет печатных СМИ и издательского дела

Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана

Ташкент, Узбекистан

## THE ROLE OF THE NATIONAL NEWS AGENCY IN PROMOTING INTERNATIONAL POLITICAL ISSUES

Hilola Abdurakhim qizi ABDURAKHMONOVA

Depute dean, Faculty of Print Media and Publishing

Journalism and Mass Communications University of Uzbekistan

Tashkent, Uzbekistan [hilola.queen@gmail.com](mailto:hilola.queen@gmail.com)

UDC (ЎУК, УДК): 32: 070.431.2

### For citation (иктибос келтириш учун, для цитирования):

Ҳ.А.Абдурахимова. Халқаро сиёсий масалаларни ёритишда миллий ахборот агентлигининг ўрни//Ўзбекистонда хорижий тиллар. — 2020.— № 4(33), — Б.220-235.

<https://doi.org/10.36078/1605712443>

**Received:** August 20, 2020

**Accepted:** October 17, 2020

**Published:** November 10, 2020

Copyright © 2020 by author(s).

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

**Аннотация.** Халқаро муносабатларни ёритиш ахборот агентликларининг вазифаларидан бири ҳисобланади. Мавжуд сиёсий вазиятларни ўрганиш, чуқур таҳлил қилиш ва ўз аудиториясига етказиб бериш, бошқа тилларда ёритиш агентликлар фаолиятида муҳим масаладир. Халқаро сиёсий муносабатларнинг ёритилиши давомида хорижий тилларда ахборот беришдаги камчиликларнинг мавжудлиги мамлакатимиз имижини шакллантиришга ҳам салбий таъсир қилмоқда. Мақолада халқаро сиёсий муносабатларни ёритишда Ўзбекистон миллий ахборот агентлигининг фаолияти таҳлил этилган. Агентликнинг халқаро сиёсий масалаларни ёритишда ва аудиторияга тақдим этишда мавжуд ютуқ ҳамда камчиликлари кўрсатиб ўтилган. Журналистикада муҳим ҳисобланган ва миллий ахборот агентликларида ҳали такомиллаштирилиши талаб этиладиган сарлавҳалар имлоси ва услубига, киришнинг ёзилишига тўхтаб ўтилган. Айниқса, журналистнинг мавзуга ёндашиши ва сиёсий муносабатларни ёритишда талаб этиладиган муҳим жиҳатларга ҳам тўхталиб, муаллифнинг маҳорат масаласи нақадар долзарб эканлигига эътибор қаратилган. Шунингдек, 2020 йилда берилган халқаро муносабатларга тааллуқли бўлган турли мақолаларни ўрганиб, уларнинг тил услуби, журналистнинг воқеа-ҳодисани ёритишдаги маҳорати, техника воситаларидан фойдаланиш даражаси тадқиқ қилинган. Берилган сиёсий ахборотнинг аудиторияга таъсири, ўқувчини ўзига жалб қилиш ва ўқилишлилигини таъминлаш жиҳатларига алоҳида аҳамият берилган.

**Калит сўзлари:** халқаро; оммавий ахборот воситалари; сиёсат; ахборот агентлиги; мультимедиа.

**Аннотация.** Освещение международных отношений является одной из задач средств массовой информации и информационных агентств. Важным преимуществом агентств является изучение существующих политических ситуаций, их анализ, а также передача информации на различных языках аудитории. В связи с этим были изучены выпускаемые материалы Национального информационного агентства Узбекистана (УзА), освещающие международные политические отношения. Целью их изучения является определение значимости выпускаемых материалов на политической арене, а также исправление существующих ошибок путем анализа. Освещение политики, использование современных методов в деятельности УзА, которое является одним из ведущих агентств в стране, влияет на формирование имиджа нашего государства. Было замечено немало ошибок в материалах, написанных на иностранных языках. Особое внимание в статье уделяется совершенствованию правописания и стилистике заголовков и лидов. Также отмечается важность профессионализма журналиста и его позиции при освещении им политической жизни. В ходе исследования были просмотрены материалы о международных отношениях 2020 года. Их стиль, мастерство журналиста при освещении событий, степень пользования современными технологиями. Была подчеркнута важность обеспечения влияния политической информации на аудиторию для привлечения внимания читателя.

**Ключевые слова:** международный; СМИ; политика; мультимедиа; информационное агентство.

**Abstract.** International relations coverage is one of the tasks of the media, in particular news agencies. In-depth analysis and reporting to existing audiences in different languages is a critical issue for agencies. In this regard, the materials provided by the Uzbek National News Agency (further UzA) reflect the international political relations. It is necessary to study their role in the political arena and to reveal the shortcomings in the field. The analysis of political relations in the activities of the leading UzA in Uzbekistan, the level of the use of modern methods has a negative impact on the image of the country.. There are many shortcomings in the coverage of international political relations in foreign languages. The article examines and analyzes the role of the Uzbek National News Agency in covering international political relations. It focuses on the spelling and style of headlines, which are important in journalism and require further improvement in national news agencies. In addition, it highlights the importance of the journalist's approach to the topic and the need for covering political issues, emphasizing the relevance of the author's skill. The study investigates various articles on international relations issued in 2020, exploring their language styles, the journalist's proficiency to cover events, and the extent of the usage of technology. Particular attention was given to the pragmatic effect of political information on the audience, to attract the reader, and to ensure readability.

**Keywords:** international; mass media; political; news agency; multimedia.

**Кириш.** Сиёсатсиз давлат бўлмайди, халқаро муносабатларга киришмай туриб, ривожланишга эришишнинг имкони йўқ. Шундай экан, ҳар қандай мамлакат тараққиётида халқаро муносабатлар алоҳида ўрин тутди.

Халқаро муносабатлар, ўз навбатида, иқтисодий, сиёсий, маданий сингари кўплаб турларга ажралади. Бироқ улар орасида долзарблиги жиҳатидан халқаро сиёсий ва иқтисодий муносабатлар етакчилик қилади.

Жамиятда ахборотнинг тури кўп. Масалан, ижтимоий ахборот, сиёсий ахборот, иқтисодий ва ҳоказо. Бироқ халқаро ҳаётни ёритиш, унда содир бўлаётган ўзгаришлар, янгиликларни таҳлил қилиш ва асосийси, аудиторияга тақдим этишда сиёсий ахборотнинг ўрни катта.

Бугунгача сиёсат соҳасида ахборот таъсири ва ўзаро таъсирлашув жараёнларини англаш ва назарий ўрганиш сиёсий коммуникация ҳали ҳануз тадқиқотларнинг назарий методологик объекти сифатида ўрганилмаган. “Акцентларни аралашуви”, яъни сиёсат соҳасида коммуникация феномени таҳлили учун машхур политологик концепцияларни қўллаш турли сиёсий ҳодисаларни ўрганишда, сиёсатнинг ўзини “коммуникацион ўқиш”да кескин ривожланаётган назария элементларини қўллаш билан мослашишини назарда тутди. Ахборот жамиятда маконни бошқаришнинг энг асосий воситаси, шахс устидан маънавий мафкуравий назорат қилишдир. Бу орқали муайян миллат ёки халқнинг дунёқарашини, онгини эгаллаш мумкин.

#### **Мавзунинг долзарблиги.**

1) Биринчидан, мамлакатнинг ички ва ташқи сиёсати ҳар томонлама давлатнинг манфаатларига хизмат қилиши лозим. Шу нуқтаи назардан хорижий давлатлар билан ўрнатиладиган мустаҳкам дўстона алоқалар давр талаби, тараққиёти гарови.

2) Иккинчидан, халқаро сиёсий майдон ҳақида аҳолини доимий ҳолис ахборот билан таъминлаш, уларнинг дунёқарашини оширишга, мафкурасини ўстиришга ва сиёсий қарашларини сайқаллашга хизмат қилади. Ваҳоланки, оммавий ахборот воситалари бу масалада бирламчи масъул ташкилот.

3) Учинчидан, ахборот агентликлар бошқа оммавий ахборот воситаларидан кўра кўпроқ устунлик ва кенг имкониятга эга. Айниқса, сиёсий муносабатларни ёритишда ахборот агентликларининг қўли баланд, имконияти юқори. Бироқ, бу борада ҳамон камчиликлар етарли.

4) Тўртинчидан, Ўзбекистонда етакчи бўлган ЎЗА фаолиятида сиёсий муносабатлар таҳлили, замонавий усуллардан фойдаланиш даражаси ҳали тўлиқ жорий қилинмаган. Бу мамлакатимиз имижини шакллантиришга ҳам салбий таъсир қилмоқда. Хорижий тилларда ахборот беришдаги камчиликлар анчагина.

“Бугунги кунда ҳаётнинг ўзи барча соҳалар каби ташқи сиёсат йўналишидаги фаолиятимизни ҳам танқидий қайта кўриб чиқишни, Ташқи ишлар вазирлиги, элчихоналаримиз, бутун дипломатик корпусимиз ишини янгича ташкил қилишни талаб этмоқда”(16), деган эди Президентимиз Шавкат Мирзиёев. Бу ташқи сиёсатни ёритилиш масаласига ҳам тааллуқлидир.

Ахборот агентликларида халқаро сиёсий масалаларни ёритишда муҳим бўлган жиҳатлар мавжуд бўлиб, бу ҳақда шундай фикр мавжуд: “Яна бир муҳим хусусият — бетарафлик коидаси.

Бетарафлик коидаси — воқеа-ҳодисаларни ҳолислик билан ёритиш ва воқеа-ҳодисага бетараф қолиш билан бир қаторда, хабарда ишлатаётган сўзларда ҳам бетараф қолишга ҳаракат қилишдир”(15, 69–70).

**Мақоланинг мақсади.** Халқаро сиёсий муносабатларни ёритишда ахборот агентликларининг ўрнини ўрганиш, объект сифатида танланган ЎЗА ахборот агентлиги фаолиятини таҳлил қилиш. Халқаро сиёсий масалаларни ёритиш ва аудиторияга тақдим қилишда мавжуд ютуқ ҳамда камчиликларни ўрганиш.

**Мақоланинг вазифаси:**

- Халқаро сиёсий муносабатларни ёритишда ахборот агентликлари ролини ўрганиш;
- Сиёсий муносабатларни ёритишда ахборот агентликлари фаолиятини ёритиш;
- Халқаро сиёсий масалаларни ёритишда ахборот агентлигининг мезони ва жанр имкониятларини таҳлили;
- Халқаро муносабатларнинг ёритилиши, ички ва ташқи сиёсатни қаламга олинишининг ютуқ ва камчиликларини ёритиш;
- Журналистларнинг мультимедиавий усуллардан фойдаланиш даражасидаги камчиликларни кўрсатиш ва бу усулларнинг нечоғлик аҳамиятга эга эканлигини изоҳлаш.

**Мақола мавзусининг ўрганилганлик даражаси.** Халқаро сиёсий муносабатларни ёритиш, ахборот агентликлари фаолиятини ўрганишда шу кунга қадар қилинган илмий ишлар кузатилди. Хусусан, Б.С.Алимов (1,113-122), Н.Раҳмонқулов (5, 256), З.Р.Содиқов (9, 165), М.Сидиқова (8, 152), К.Рузаевалар (6, 99) томонидан халқаро муносабатлар, уларнинг мамлакат ҳаётида тутган ўрни бўйича изланишлари, илмий тадқиқотлари ўрганилиб, ютуқ ва камчиликлари кузатилди.

Мавзуни ўрганиш жараёнида, аввало, мавзуга доир адабиётлар билан ишланди. Жумладан, К.Ф.Исмоилованинг “Дипломатия асослари ва халқаро муносабатлари” ўқув-услубий мажмуасидан халқаро муносабатлар, сиёсий жараёнлар, уларнинг ОАВда ёритилишининг аҳамияти бўйича маълумотлар олинди. Умуман олганда, халқаро муносабатларнинг асл моҳияти, таърифи бўйича хорижий адабиётлардан манба сифатида фойдаланилди.

**Мақоланинг объекти.** ЎЗА ахборот агентлигида халқаро сиёсий муносабатларнинг ёритилиши. Кун давомида ушбу агентликлар томонидан сиёсий аҳамиятга эга бўлган қанча журналистик материалнинг аудиторияга тақдим этилиши ҳамда техникаси ўрганилади.

**Мақоланинг предмети.** ЎЗА ахборот агентлигида аудиторияга узатилган халқаро сиёсий аҳамиятга эга бўлган ҳар қандай жанр ва тилдаги материаллар ташкил қилади.

**Мақоланинг илмий янгилиги.** Аввалги илмий ишлардан фарқ қилади. Унда сиёсий ҳаёт, халқаро муносабатларни ёритиш масалаларининг нақадар долзарблиги, жараёнда оммавий ахборот воситалари, жумладан, ахборот агентликларининг аҳамияти ва энг муҳими журналистнинг маҳорати масаласи тадқиқ этилган.

**Асосий қисм.** “Сиёсий ахборот ҳам, аввало, ижтимоий ахборотнинг муҳим таркибий қисми бўлиб, у сиёсат соҳасидаги (жумладан, фуқаролар ҳуқуқ ва эркинлиги, турли ижтимоий катламлар, этник тузилмалар, бошқарув муассасалари ва жамият

ўртасидаги муносабатлар борасидаги) ходиса ва маълумотларни, воқеа ва жараёнларни ўз ичига олади” (18, 26).

Ташқи кўриниши ҳар хил, аудиторияга таъсир этиш шакли турлича бўлган аммо журналистиканинг қонун-қоидалари асосида ҳамоҳанг фаолият олиб бораётган газета, телевидение ва радио оммавий ахборот воситалари тизимини ташкил этади. Журналистика таснифи бу билан чекланиб қолмайди. Унда ахборот агентликлари ҳам алоҳида ўрин тутади. “Ахборот агентликлари (агент сўзи лотинча — хизмат қилувчи, агентлик эса хизмат кўрсатиш идораси деган маънони билдиради), гарчи журналистиканинг алоҳида бир тури ҳисобланмаса-да, журналистика таснифида муҳим роль ўйнайди, бу тасниф ахборот агентликларисиз ўз ижтимоий вазифасини тўла бажара олмайди” (3, 98). Давлат сиёсатини акс эттиришда, мамлакат ички ва ташқи ҳаётини ёритишда ахборот агентликлари етакчи ўринда туради. Шу нуқтаи назардан таҳлил қиладиган бўлсак, дунёнинг барча мамлакатларида фаолият юритувчи ахборот агентликлари фаолият кўламига кўра таснифланган. Унга кўра, ахборот агентликларини уч тоифага ажратиш мумкин (3,117).

1. Жаҳон микёсидаги агентликлар. Бундай ахборот агентликларига Американинг Юнайтед Пресс Интернейшнл, Ассошэтед Пресс, Британиянинг Рейтер, Франциянинг Ажанс Франс Пресс ҳамда Россиянинг ИТАР-ТАСС ахборот агентликлари киради.

2. Халқаро аҳамиятга эга бўлган миллий агентликлар. Бу турга фақат ўз мамлакати учунгина эмас, балки бошқа мамлакатлар, минтақаларга ҳам ахборот етказувчи ахборот агентликлари киради. Бу гуруҳга ахборот узатиш жиҳатидан Европа марказини қамраб олувчи Германиянинг ДПА агентлигини ёки бўлмаса Араб мамлакатларини ахборот билан таъминлашда етакчи бўлган Мисрнинг МЕНА агентлигини мисол қилиб айтиш мумкин.

3. Қолган барча турдаги ахборот агентликлари киради. Биз буни миллий ахборот агентликлари дейишимиз ҳам мумкин.

Ахборот агентликларининг вазифаси ахборотни ташкил этиш, йиғиш, сақлаш, тарқатиш ва шартнома асосида газета, журнал, радио, телевидение, китоб нашриётлари, ҳукумат муассасалари, жамоатчилик ташкилотлари, ҳаттоки, яқка шахсларни ҳам ахборот билан таъминлаш ҳисобланади.

Мақола доирасида ахборотнинг ана шундай кучи, давлат сиёсатида муҳим ўрин тутиши, мамлакатнинг қандай сиёсат олиб бораётганлиги, дунё геосиёсий майдонида содир бўлаётган жараёнлардан инсонларни хабардор қилиш орқали улар дунёқараш ва фикрлаш доирасини кенгайтириш мумкинлиги ва бу масалада айнан ахборот агентликлари зиммасида катта масъулият борлиги ўрганилди. Дарҳақиқат, ички ва ташқи алоқаларни ёритиш, ишончли, тўғри ва ҳолис ахборот билан аудиторияни таъминлаш лозим. Инсоннинг ахборотга бўлган эҳтиёжи қонмайди, бироқ унга зарур бўлган информацияни исталган тилда ва кўринишда бериш мумкин. Ахборот агентликлари тезкорлиги, аниқлиги, қонунларга таянганлиги, ишончлилиги ва кўп тилларда берилиши билан ана шу эҳтиёжни қондиришга хизмат қилади.

“2016 йилнинг 1 январида Ўзбекистондаги оммавий ахборот воситаларининг умумий сони 1437 тага етди. ОАВ тури сифатида

рўйхатдан ўтган 332та веб-сайт ҳам фаолият олиб борган бўлса (9), 2019 йилнинг 1 июнига келиб ушбу кўрсаткичлар динамик тарзда ўзгарганлигини кузатиш мумкин. Яъни умумий ОАВ сони 1726, шулардан 533таси янгича ахборот сайтларидан иборат бўлди. Ахборот агентликлари миқдори эса жами 5тани ташкил этмоқда” (1,115).

Мақолада биз Ўзбекистон Республикасининг расмий ахборот агентлиги ЎзАни ўрганамиз. Ўзбекистон миллий ахборот агентлиги (кейинги ўринларда ЎЗА) республикадаги барча оммавий ахборот воситаларига ҳам ички, ҳам ташқи ахборот етказиш манбаи ҳисобланади. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1992 йил 5 февралдаги “Ўзбекистон ахборот агентлиги (ЎЗТАГ)ни Миллий ахборот агентлиги (ЎЗА)га айлантириш тўғрисида”ги Фармонида биноан у мустақил ахборот агентлигига айлантирилган эди. Ушбу агентлик Ўзбекистон Республикаси Президенти, Олий Мажлис ва Вазирлар Маҳкамаси фаолияти билан боғлиқ расмий ҳужжатларни асл манбадан олиб, тезкорлик билан тарқатадиган ягона ахборот агентлигидир. ЎЗАда дунёнинг йирик, хусусан, Хитой, Туркия, Россия, АҚШ ва бошқа мамлакатларнинг ахборот агентликлари билан ахборот алмашинуви яхши йўлга қўйилган.

Бугунги кунда журналистик амалиётда янгидан янги усуллар ёрдамида ахборот узатиш ва аудиторияни ўзига жалб қилиш усуллари пайдо бўлмоқда. Бунга, ўз навбатида, замонавий технологиялар кўл келиши табиий. Мультимедиавий журналистикани ана шундай интерфаол ва креатив кўриниш дейиш мумкин. “Мультимедиа термини илк маротаба 1965 йили Боб Гольдштейн томонидан ўз ичига ёруғлик, мусиқа, кинони олган тадбирни тасвирлаш учун қўллаган. Ҳозирда мультимедиа тушунчаси ўз ичига — матн, расм, овоз, тасвирларнинг камида иккитаси бирлашган ҳолда ахборот узатишни ўз ичига олади. Фақат расмининг анимацион ҳолатини ҳам мультимедиа сифатида эътироф этиш мумкин. Мультимедиа маълумотларнинг аниқ ва тушунарли етказиб берилишини таъминлайди.

Мультимедиавий журналистика ўқувчига ахборот билан танишишда турли хил элементларни танлаш имконини беради. У фақатгина матнни ўқиши ёки фақатгина суратларни кўриб ахборот олиши мумкин. Мультимедиадан фойдаланувчи доимо фаол бўлиб, материални фақатгина пассив ўзлаштирмай, уларни мантиқий боғлашга ҳам ҳаракат қилади”(2, 45).

Мультимедиавий воситалардан фойдаланиш журналистга ҳам, унинг аудиториясига ҳам бир қанча қулайликлар беради. Жумладан, сиёсий муносабатлар бўйича бирор таҳлилий материал ёки репортаж тайёрлаётган журналист, ушбу воситалар ёрдамида янада кўпроқ маълумотни қисқа матн ёки тасвирлар орқали тақдим этиши мумкин. Шу билан бирга, уни ўқувчи, томоша қилувчи шахслар кўп вақт сарфламасдан керакли ахборотга эга бўлади. Қолаверса, бу уларнинг ўзига таҳлилни ва хулосани чиқариб олиш, бир қарашдаёқ маълумотга эга бўлиш имконини беради.

Журналист мультимедиавий воситалар ичида инфографикадан ҳам кенг фойдаланиши мумкин. Лотинча “informatio” яъни баён қилиш, хабар бериш; — юнон тилидаги ёзма ва ёзаяпман сўзларидан олинган (2, 45) ушбу сўз, маълумотлар, билим ва ахборотни графика кўринишда узатишга

нисбатан қўлланилади. Унинг ёрдамида катта ҳажмдаги маълумотлар сиғимини осон ва тушунарли, ўқувчи учун қисқа ва қабул қилиш осон бўлган кўринишда тайёрлаш усули ҳисобланади. Инфографика нафақат катта ҳажмдаги ахборотни узатиш, балки предметлар, фактларнинг вақт ва макон бирлигидаги мувофиқлиги ҳамда фарқини кўрсатиш имкониятига ҳам эга. Биринчи бўлиб журналистикада матн ва графика орқали ахборот узатишдан 1982 йили “USA Today” газетасининг муҳаррирлари фойдалана бошлаган (2, 45). Бу қисқа муддат ичида газетанинг адади ўсишига ва аудиториясининг кенгайишига олиб келган. Америкалик ўқувчилар тез орада инфографиканинг афзаллигини тушуниб етишди. Инфографика газета саҳифасида камроқ жой эгаллаб, ахборотни матнга нисбатан тезроқ узатар эди. Фотосуратдан фарқли равишда инфографика тезис шаклидаги шарҳларни ҳам ўз ичига жамлаши билан бошқа ахборотлардан фарқ қиларди. Тезкор, долзарб, фактларга, рақамларга қизиқиш, одамларда кичик ҳажмдаги катта ахборотни қабул қилишга интилишнинг кучайиши натижасида инфографика ахборот узатишда биринчи ўринларга чиқмоқда. Ҳозирги замонда инфографика диаграмма ва графикаларда соатлаб чизилиб эмас, балки зарур фактларни кенг миқёсда кўрсатиш учун қулай ва осон бўлган усул — диаграмма кўрсаткичларини интерактив равишда бошқариш имкони бўлган интерфейсларда яратилади.

Юқорида айтилган замонавий кўринишдаги ахборот узатиш усулларида қай даражада оқилона фойдаланиш журналистнинг позициясига бориб тақалаверади. Замон билан ҳамнафас бўлиб, унинг янгиликларини, ўзгаришларини қабул қилган ва мослаша олган журналистнинг услуги ҳам шунга мувофиқ бўлиб бораверади.

Бир нарсани ҳар бир сиёсий мавзуларни ёритаётган журналистлар ижодий фаолиятида кузатиш мумкинки, бу уларнинг ўз мамлакати манфаатларининг устиворлиги билан боғлиқ. Ҳар қайси муҳбир, авваламбор, ўз мамлакати манфаатларидан келиб чиққан ҳолда иш олиб боради. Бу, бир томондан, миллий менталитети, ватанпарварлиги маҳсули бўлса, бошқа томондан, қонун ва қонуности ҳужжатларига бўйсинишини англатади. Шундай қилиб, у ўз давлати ва унга бўлган муҳаббатини позициясида биринчи планга олиб чиқади. Айтилаётган ҳар бир фикрда сўз орқали, моҳирона қўлланган жумлаларда акс эттиради.

Бугунги кунда ахборот агентликлари фаолиятига назар ташласак, ютуқлар билан бирга бир қанча камчиликларни ҳам санаб ўтиш мумкин. Масалан, керакли ахборотни исталган тилда топиш мушкул. Бу соҳа доирасида ҳали ечимини кутаётган муаммолар мавжудлигидан далолат. Миллий ахборот агентлигимиз мисолида қарайдиган бўлсак, халқаро сиёсий мавзуга оид бўлган материалларни ўзбек, рус ҳамда инглиз тилларида топишимиз мумкин. Бироқ қолган тилларда камдан кам ҳолатдагина материаллар янгиланиб, сиёсий ахборотлар таржима қилиниб, расмий сайтга жойланади. Бу хорижий аудиторияни жалб қилиш имконидан маҳрум бўлишни англатади. Албатта ушбу муаммо кадрлар масаласига бориб тақалади. Яхши ходим, бир нечта тилларда бемалол қалам тебрата оладиган журналистлар афсуски кам. Боз устига халқаро сиёсатни ёритишда мезонни сақлаб туриш, янгиликнинг “қаймоғи”ни ўқувчига тақдим қилиш

учун хорижий давлатларда мухбирлик пунктлари мавжуд бўлиши керак. Бу маблағга бориб тақаладиган ҳолат. Яна бир муаммо агентликнинг фақат бир хил қолипда тайёрланган материалларни бериши. Янги-янги жанрлар, тил воситаларидан фойдалана олмаслик натижасида зерикарли кўринишга келиб қолганлиги ҳам эътибор қаратилиши лозим бўлган масалалардандир.

ЎЗА ахборот бозорида муносиб ўрнини саклашга интилоқда. Буни кун сайин тезкорлик, янги ғояларга интилишнинг кучаяётганидан кўриш мумкин. Ўқувчи бугун узундан узоқ матнни ўқишга эринадиди, вақтини қизғонади. Қолаверса, бу уни зериктириши аниқ. Янгича услубда берилган ахборот эса уларни ўзига жалб қила олади. Хатто, ўқувчининг ўзи ана шундай инфографик таҳлилларни излай бошлайди. ЎЗА инфографикадан фойдаланишни йўлга қўйган. Бироқ бу ҳали ривожланиб, гуркираб кетган эмас.

Халқаро сиёсий мавзуларга оид воқеа-ҳодисаларни ёритишда, уларни ўрганиб, талқин қилишда агентликнинг тили бу айнан қайси тилда ахборотни бериши деб қаралмайди. Бу жараёнда журналистиканинг қайсидир жанридан фойдаланган ҳолда, қайсидир бир услубни танлаб, журналистнинг ўз ёзиш йўналиши, позициясидан келиб чиқиб қараш лозим. Ҳар бир берилаётган материал ўз тилига эга бўлади ва бу ўқишлилигини таъминлашга хизмат қилиши ёки аксинча бўлиши ҳам мумкин.

Журналистикада “Сарлавҳа ярим мақола”, деган гап бор. Бу ҳар қандай мавзунини қаламга олганда унинг ҳар бир сатрига, сўзига масъулият билан ёндашишдан далолат беради. Адабиётларда “Сарлавҳага танланган сўзлар — киришнинг энг таъсирли воситасидир. Сарлавҳа оддий матнга нисбатан катта ҳарфларда терилгани боис ҳам у тез кўзга ташланади, эътиборга тушади” (7,49) дейилган. Бундан ташқари, сарлавҳа қўйишда мавзунини, мавжуд воқеа-ҳодисани тўғри талқин қилиш лозим. Ана шунда кутилган сарлавҳани қўйиш мумкин ва албатта берилаётган журналистик материал ҳақида ўқувчи дастлабки хулосани айнан сарлавҳани ўқиб чиқара бошлайди. Материалнинг ўқилиш ёки ўқилмаслиги ҳам кўп жиҳатдан сарлавҳага боғлиқ.

ЎЗА фаолиятига назар ташлайдиган бўлсак, 2016–2020 йиллар оралиғида халқаро сиёсий муносабатлар, ташқи сиёсат бўйича кўплаб материаллар берилган. Уларни сарлавҳаларига эътибор қаратайлик. “Ўзбекистон Республикаси Президенти Туркиянинг “Реннессанс Холдинг” компанияси делегациясини қабул қилди” (11), “Россия ва Озарбайжон билан иқтисодий ҳамкорлик истикболлари муҳокама қилинди” (12), “Шавкат Мирзиёев: Ҳар қайси давлат, ҳар қайси халқ интеллектуал салоҳияти, юксак маънавияти билан қудратлидир”. (13), “Ўзбекистон–Туркия: Олий даражадаги стратегик ҳамкорликнинг янги босқичи” (14) сингари кўплаб сиёсий мақолаларни кўриш мумкин. Эътибор берган бўлсангиз сарлавҳалар жуда узун ва зерикарли.

Биргина “Ўзбекистон–Туркия: Олий даражадаги стратегик ҳамкорликнинг янги босқичи” номли сарлавҳанинг ўзида саккизта сўз ишлатилган ва у бутун бир гапга айланиб қолган. Аслида сарлавҳада фалонча сўз ишлатилсин, деган аниқ қоида йўқ, бироқ амалиётда уч-тўрт сўздан иборат сарлавҳанинг ўзи етарли эканлиги аллақачон исботини топган. Имкон қадар қисқа сарлавҳа мақола тилини осонлаштиради, ўқувчинини жалб қилади.



Аудиторияни ўзига торта олишда “қармоқ ташлаш” анча самарали. Сабаби қисқа ва ноодатий ном “Бу ўзи нима экан?”, деган саволни юзага келтиради. Натижада бутун бир матн ўқиб чиқилади.

ЎЗА расмий, давлатга тегишли бўлган ахборот агентлиги ҳисобланади. Шу боис ҳам агентлик фаолиятида айнан расмий мақолаларга урғу берилади. Аслида ахборот агентлиги рекреативликни ўз функцияси қаторига у қадар кўшавермайди. Кўнгилочарлик агентликнинг бош мезони, мақсад ва вазифасидан йироқ. Асли хабар агентлиги саналади, шу боис асосий ўринда ахборот бериш, жамиятдаги мавжуд ҳар қандай ўзгаришдан инсонларни бохабар қилиш туради. Демак, ахборот агентликлари томонидан бериладиган ҳар қандай ахборотнинг асосида расмий услуб ётади, десак хато бўлмайди.

ЎЗА фаолиятига назар ташласак, бериладиган материалларнинг аксариятида “расмий” деган ёзув туради. Шунингдек, мақоланинг хулоса қисмидан сўнг “Таҳририятлар диққатига: материалга оид суратлар “Халқ сўзи”, “Народное слово”, “Правда Востока”, “Нурлы жол” ва “Овози тожик” газеталарига мўлжалланган”, деган кичик бир эълон ҳам бериб кетилади. Бундан кўриниб турибдики, ЎЗА томонидан тақдим қилинган ҳар қандай мақоладан бошқа оммавий ахборот воситалари эркин фойдалана олмайди.

Халқаро сиёсий муносабатларга доир масалаларни ёритишда берилётган материалнинг кириш қисми, тил ва услуб жиҳатлари ҳам муҳим. Сарлавҳани ўқигач, ўқувчи, албатта, унинг кириш қисмига эътибор беради.

ЎЗА фаолиятини таҳлил қилар эканмиз, сўнгги йилларда ундаги ўсишни, тезкорликнинг ортиб бораётганини кўришимиз мумкин. Шунга қарамай, соҳа доирасида, афсуски, камчиликлар, муаммолар бисёр. Аввало, бир хил қолипда ёзиладиган журналистик материалларни айтиш лозим. Ҳамиша баёнот, ҳисобот кўринишида, бир хил шаблонда бериладиган сиёсий хабарлар ўқувчини бутунлай зериктириб қўйган. Бу ҳолат, бу расмий ва оғир тил услуби бугун матбуотимизга ҳам кўчиб улгурган. Боиси, ЎЗА материалларини барча давлат нашрлари асосий саҳифаларда бериб боришга одатланган. Шунинг учун ҳам юқоридаги мисолда келтирилган каби ҳар абзацнинг бошида “саммитда”, “йиғилишда”, “тадбирда”, “ўзаро ҳамкорлик”, “истикболли режалар”, “имзоланди”, “қабул қилинди”, “нутқ сўзлади” каби жумлалардан қайта-қайта фойдаланиш ярамайди.

“Журналист ахбороти мезонларини аниқламай туриб, унинг тавсифини тайин этиш қийин. Бу мезонлар: ижтимоий йўналтирилганлик, ҳужжатлилик, қисқалик, ихчамлик, оҳори тўқилмаганлик, оммабоплик, қизиқтирувчанлик ҳамда изчиллик, узвийлик, рақобатбардошлилик, соддалик ва тушунарлилик.

Мазкур талаб ва мезонларни шарҳлашдан олдин қайд этиш керакки, буларнинг барчаси аён бир хабарда бир бурун ҳолда намоён бўла олмайди.

Зеро, ўлчовлар — мезонларнинг бирлиги ва уйғунлиги қонуниятлари ва хусусиятларини мавҳумлаштиришнинг натижасидир, демак, намунадир. Ҳаёт эса журналистика назарияси ва амалиётидан юз карра бой ва ранг-баранг” (18, 43-44).

Халқаро мавзуларни ёритиш жараёнида журналист ана шундай мезонларга амал қилиши унинг маҳоратини оширади. Масалан, бугун техника тараққиёти даврида воқеа содир бўлаётган

жойнинг ўзидан тўғридан тўғри эфирлар қилиш мумкин. Ёки ўша жойдан туриб, ўз ёндашуви асосида тезкор хабар берса ҳам бўлади. Бу, албатта, юқорида биз санаб ўтган мезонларнинг айримларига мос келади. Журналист дохий эмас. У башоратгүй ёки дунёдаги энг билимли инсон эмас. Буни унутмаслик керак. Сабаби у айтган ҳамма нарса ҳам тўғри, ҳаммаси ҳам аниқ бўлмаслиги мумкин. У журналистик материал муаллифи сифатида ўзидаги бор маълумотларга, фактларга таянади, таҳлил маҳоратидан келиб чиқиб мазкур жараённи шарҳлайди.

ЎЗА расмий сайтида берилган ушбу мақола ана шундай хужжатлилик, аниқ далиллар билан ишлашнинг ёрқин мисоли.

*Марказий Осиёда Ўзбекистоннинг ўрни: АҚШ ва Толибонлар ўртасида тузилган шартномага америкалик мутахассислар баҳо берди (06.03.2020)*

“Ўзбекистоннинг АҚШдаги элчихонасида АҚШ Халқаро стратегик тадқиқотлар ассоциацияси президенти Грегори Коплей, Атлантика кенгашининг Евросиё маркази директори Жон Хербст ва АҚШ Миллий мудофаа университетининг Яқин Шарқ ва Жанубий Осиё стратегик тадқиқотлар маркази профессори Браянн Тодд билан учрашув бўлиб ўтди... (10)

*Бу мақоланинг кириш қисми.* Ундан сўнг Ўзбекистоннинг АҚШдаги элчихонаси томонидан билдирилган фикрлар, ёзилган мақолаларда айтилган асосий мулоҳазалар ва ўзаро муносабатларнинг келгуси ривожланиши ҳақида сўз боради. Бу текширилган, ишончли манба, ишончли элчихона берган маълумотдан парча. Ўша фикрларнинг аниқ айтилганлиги, АҚШ Халқаро стратегик тадқиқотлар ассоциацияси президенти, Атлантика кенгашининг Евроосиё маркази директори, Яқин Шарқ ва Жанубий Осиё стратегик тадқиқотлар маркази профессори томонидан билдирилган фикр ҳамда маълумотларнинг тўғрилиги ЎЗА учун далил, хужжат бўлади. ЎЗА ўз материалида ана шуларни факт қилиб олиши мумкин ва шундай қилган ҳам.

*Фёдор Лукьянов: Ўзбекистон устувор вазибаларни ҳал этишда энг яқин ҳамкорларимиздан бири*

*“Самарқанд шаҳрида ўтаётган халқаро конференция доирасида “Валдай” халқаро мунозара клубини ривожлантириш ва қўллаб-қувватлаш фонди директорининг илмий ишлар бўйича ўринбосари Фёдор Лукьянов анжуман аҳамияти, унда кўтарилаётган масалалар долзарблиги хусусида фикр билдирди”.*

Ушбу таҳлиллар хорижий мамлакат тадқиқотчилари томонидан айтилгани ва хорижий давлатнинг нуфузли ахборот агентлигида эълон қилингани, аввало, ташқи алоқаларда Россия ва Ўзбекистон муносабатларининг янада мустаҳкамланишига хизмат қилади. Шунингдек, ўша оммавий ахборот воситасининг бетарафлик, ҳолислик принципларига амал қилишидан ҳам далолат. Бундай услубда ахборот бериш эса ЎЗАнинг янги ёндашувларга интилаётганидан дарак.

Ишончли ахборот кишиларда ҳеч қандай шубҳа-гумон уйғотмайдиган, муаллиф томонидан баён этилган мавзуга нисбатан иккиланишни юзага келтирмайдиган ҳаққоний ва ҳолис ахборот демакдир. Баъзан бирор воқеа ҳақида хабар берганда унинг ахборот манбаси сир тугилади ва бунинг оқибатида муаллифнинг ўзидан бошқанинг иштироки йўқдек тасаввур пайдо бўлади. Журналист манбанинг ишончилиги, фактларнинг тўғрилигига жавобгар. Манбани сир тугиш ахборот

агентликларида қаламга олинадиган халқаро сиёсий муносабатларга доир мақолаларда учрамайди. Бунга сабаб қилиб ушбу материалнинг халқаро аҳамиятга эга эканлигини кўрсатиш мумкин.

Ахборотнинг қиймати унинг ишончилиги билан аудитория томонидан баҳоланади. Баҳоланган қиймат бевосита унинг муаллифига ҳам берилган баҳо ҳисобланади. Яъни ушбу маълумотни муаллиф қандай қилиб ёритгани, қандай услубдан фойдалангани, масалага қандай ёндашгани ва унинг ёзиши, қалам тебратиш маҳорати белгиланади. Жоиз бўлса, эътироф этилиши ёки танқид остига олинishi ҳам мумкин.

Муаллиф жамиятда, халқаро майдонда содир бўлаётган воқеа-ҳодисаларни доим кузатиб бориши ва уни ёритишда журналистик материални ижтимоий йўналтиришга ҳаракат қилади. Ижтимоий йўналтирилган журналистик асар ўқувчини қайсидир маънода тафаккурини ўстиради, фикрини теранлаштиради, дунёда содир бўлаётган муаммоларга бефарқ бўлмасликка ўргатади.

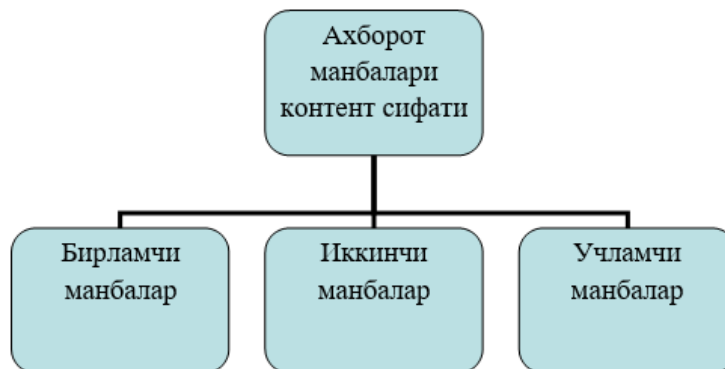
Жаҳон геосиёсий майдонида долзарб, инсонлар эътиборини қаратиш лозим бўлган масалалар талайгина. Журналист ана шундай долзарб муаммо ва масалаларни кўра олиши ҳамда ўз ўқувчиларини бохабар қилишга интилиши керак.

Журналист ҳозир, айтилган вақтда инсонларни ўйлантирган, оғриқли жойига айланаётган, ташвишга солаётган ва шу билан бирга уларнинг қизиқишига сабаб бўлаётган муаммолар билан яшайди, ичида бўлади. Бу унинг муаллифлигида тақдим этилаётган ҳар бир ахборотни долзарблигини оширади. Албатта доимий ана шундай мавзуларда иш олиб борган журналистнинг қалами ўткирлашади, маҳорати ортади. Ўзининг бошқалардан ажралиб турадиган, ўқувчи матнини ўқиб туриб ёндашуви, услубидан муаллифнинг кимлигини айтиб бера оладиган даражага кўтаради.

Янгилик ҳар сонияда эскиришга улгурмода. Бу барча оммавий ахборот воситаларига тезкорлик талабини кўяди. Шу қатори алоҳида ўринга эга бўлган ахборот агентликларидан икки карра тезкор бўлишни кутади. Бу гўё ким ўзарга югураётган болаларни эслатади. Ахборот бозорида оммавий ахборот воситалари “пойга”нинг иштирокчилари, марра эса аудитория. Ким биринчи бўлиб ахборотни аудиторияга узата олса, ўша ғолиб бўлади.

Тезкорлик шундай сифатки, унга барча журналистлар ҳам эриша олмаслиги мумкин. Бунга сабаб нима? Сабаб шуки, техника воситаларини яхши билиш ва улардан оқилона фойдалана олиш ҳамда ахборот манбалари билан ишлаш масаласида бироз маҳорат етишмаслигидир.

Ахборот манбаси деб, ижтимоий аҳамиятга эга бўлган ахборотга эгалик қилувчи шахс ёки ундан хабар қилувчи ахборот ташиш воситаларини тушунамиз. “Ахборот манбалари контент сифатига кўра уч тоифага бўлинади.



Бирламчи манбалар — бу оригинал манбалар бўлиб, улар ахборотни изоҳламайди. Бу тадқиқот ҳисоботлари, нутқ матнлари, электрон хабарлар, қўлёзмалар, оригинал санъат асарлари, фотосуратлар, кундаликлар, шахсий мактублар, оғзаки интервью, ҳикоя ёки дипломатик ҳужжатлар бўлиши мумкин. Аксарият ҳолларда ва муайян вазиятларда имкон қадар бирламчи манбаларидан фойдаланиш тавсия этилади.

Иккинчи манбалар сифатида ахборотни етказиб берувчи майдонга чиқади. Бу ҳолатда ахборот ўзгариши, таҳлил қилиниш ёки умумлаштирилиши мумкин (масалан, илмий китоблар, журналлар, танқидий таҳлил ёки маълумотлар талқини). Фойдаланишга тавсия этиладиган бирламчи манбалар иккиламчи манбаларга нисбатан ҳар доим ҳам ўзида нуфузли ёки ҳолис ахборотни мужассам этмайди. Ахборотни субъектив баҳолаш ҳолатларини текширилган иккиламчи манбалардан фойдаланиб бартараф этиш мумкин. Иккиламчи манба муайян соҳа ёки муайян вазиятдан келиб чиққан ҳодда белгиланиши мумкин.

Учламчи манбалар — бу ташкил этилган ва ўзида бирламчи ҳамда иккиламчи манбалардаги ахборотни қайта ишлаб, ўзида мужассамлаган (масалан, рефератлар, библиография, турли қўлланмалар, энциклопедиялар, кўрсаткичлар, хронологик жадваллар, маълумотлар базаси ва ҳ.к.з.) манбалардир” (4, 15–16).

Муаллифнинг маҳоратини ёзилган журналистик материалнинг қизиқарли ва мазмундорлигидан ҳам билиш мумкин. Маҳоратли журналист ҳар қандай муҳим ва долзарб сиёсий масала бўлсин, барибир ижод намунасини қизиқарли қилиб ёза олади. Ундаги ҳар бир сатр ўқувчини ўзига жалб эта олади. Ўқувчини зериктирган мақола муаллифи билингки, ҳали кўп ўқиши, изланиши ҳамда тажрибасини кенгайтириши лозим. Қуруқ, лоқайд ёзилган, тайёр қолипга туширилган ахборот таъсири бўлмайди, ўқувчига етиб бормайди. Натижада муаллиф томонидан қилинган ҳаракатлар, меҳнат буларнинг бари бесамар кетади. Яхши ёритилган мавзу ўқувчига фақат фактларни, воқеани ёритиш мантиқи ва ижтимоий аҳамияти билангина эмас, балки фавқулотда бир қутилмаган тарзда, охори тўқилмаган усулда етказиб берилиши билан ҳам аҳамиятлидир. Бу айнан муаллифнинг ўзига хос ёндашуви ҳосиласи, самараси бўлади.

**Хулоса.** Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев ўз нутқида шундай деган: “Биз ташқи сиёсат соҳасидаги фаолиятимизни аввало халқимиз, Ватанимиз манфаатларини ҳар томонлама ҳисобга олган ҳолда амалга оширамиз. Бу сиёсатнинг асосини тинчликпарварлик, бошқа давлатларнинг ички ишларига аралашмаслик, юзага келадиган зиддият ва қарама-қаршиликларни

фақат тинч, сиёсий йўл билан ҳал этиш ташкил этади. Биз бундан буён ҳам узоқ-яқиндаги барча хорижий мамлакатлар, жаҳон ҳамжамияти билан самарали ҳамкорлигимизни давом эттирамиз. Бу борада очик, дўстона ва прагматик сиёсат олиб бориш тамойилига содиқ қоламиз” (17).

Ташқи сиёсатни, халқаро муносабатларни ривожлантириш борасида мамлакатимизда сўнгги икки йил мобайнида улкан ўзгаришлар бўлди. Қўшни давлатлар билан алоқалар янада мустаҳкамланди. Қўплаб давлат ташрифлари, учрашувлар ўтказилди. Оммавий ахборот воситаларида барчаси узлуксиз равишда ёритиб борилди. Айниқса, миллий ва хорижий ахборот агентликлари бу масалада етакчилик қилди. Энг муҳим, долзарб масалаларда бўлган суҳбатлар, мамлакатлар раҳбарларининг нутқи, кўтарилган муҳим мавзулар ахборот агентликлари орқали бошқа оммавий ахборот воситаларида ҳам берилди.

Ахборот жамиятда маконни назорат қилишнинг энг асосий воситаси, шахс устидан маънавий ва мафқуравий назорат қилиш имконини бериши, барчага маълум. Бу орқали муайян миллат ёки халқнинг дунёқарашини, онгини бошқариш мумкин. Айниқса, бугунги ахборот асрида бу кураш яққол намоён бўлмоқда. Жаҳон сиёсатига назар ташланса, ўтган асрда ҳукм сурган “совуқ уруш”, бугун янги кўринишда, яъни ахборот, инсон онги учун курашга айланди. Инсон онги ва мафқурасини махф этишга қаратилган бу кураш, “мафқуравий кураш” номини олган эди.

Ахборот сиёсий-иқтисодий вазиятга эгалик қилишни ҳам билдиради. Шунинг учун ҳам қадим-қадимдан ахборотдан бохабар бўлиш оммани бошқаришни англаган. Ўтган асрдаги тоталитар тузум ёдга олинса, ахборот ўзгаришининг муайян миқдори ва мазмуни аниқ бир тартибда, қатъий қилиб белгиланганлигини, қисқа қилиб, тузум мафқурасига мослаштирилган тарзда тақдим этилганини кўриш мумкин. Бу ахборот ҳам аслида, халқнинг онгини бошқаришга қаратилган. Уларда амалдаги сиёсатга ва давлат бошқарувига норозилик бўлмаслиги сингдирилган.

Мақоланинг юқорида келтирилган муаммолар ечимини қуйидагиларда кўриш мумкин:

— ахборот агентликлари фаолиятини қайта кўриб чиқиш ва замон талабига мос бўлган янгиликларни татбиқ этиш;

— агентликлар фаолиятида сиёсий муносабатларни ёритилиши масалаларини ўрганиш ҳамда халқаро муносабатларни ёритишда ихтисослашган журналистлар малакасини ошириш, хориж тажрибасини ўргатиш;

— ташқи сиёсатга доир мавзуларда материал тайёрлаш учун агентлик бетарафлик, мавзуни чуқур таҳлил қилиш, низолар келтириб чиқармаслик сингари мезонларга амал қилиш борасида ходимларининг билим ва кўникмаларини ошириш;

— узоқ ва яқин мамлакатларда ўз мухбирлик пунктларини очиш;

— хориждаги етакчи оммавий ахборот воситалари билан ҳамкорликни кучайтириш;

— моддий техника базасини нафақат янада такомиллаштириш, балки ана шу техник жиҳозлардан журналистларни фойдалана билиш даражасини ўстириш;

— журналистиканинг янги кўринишларини амалга татбиқ этиш ва ахборот узатишда улардан фойдаланиш;

— таҳлилий материалларни мультимедиавий воситалардан

фойдаланган ҳолда ўқувчига тақдим қилиш;

— хорижий тилларда бериладиган ахборотларни кўпайтириш, тил биладиган мутахассисларни жалб қилиш (айнан журналистика соҳасида таълим олмаган, бироқ хорижий тилларни яхши биладиган кадрларни ҳам жалб қилиш орқали бу масалани ҳал қилиш мумкин).

Дунёда ўзининг мустақкам ўрнига эга бўлган йирик ахборот агентликлари мавжуд. Улар фаолиятини миллий ахборот агентликларимиз билан таққослаш нотўғри бўларди. Бироқ бу улар тажрибасини ўрганмасликни аниқлаб бериб бўлмайди. ЎЗА, Дунё ахборот агентлиги сингари миллий агентликларимиз бугун журналистиканинг асосий принципларидан бўлган тезкорлик, ҳолислик ва ҳаққонийликка амал қилмоқда. Аслида, бу даражага етишнинг ўзи ҳам катта гап. Бироқ интернет нашрлари қисқа, содда, аниқ ва турли графикалар асосида ахборот бериш орқали аудиторияни ўзига жалб қилмоқда. Демак, бу каби янгиликларни агентликлар фаолиятида ҳам кучайтириш, қолипга айланган ёзиш услублари, сўзлардан фойдаланишда меъёрни билиш соҳа ривожига самарадорликни оширишга хизмат қилади.

#### **Фойдаланилган адабиётлар**

1. Алимов Б. Ўзбекистондаги етакчи ахборот агентликлари материаллари таҳлили. // “Ўзбекистонда хорижий тиллар” илмий-методик электрон журнал. — 2019. — № 4 (27). — Б. 113–122 б. — URL: <https://journal.fledu.uz/ru/analiz-materialov-vedushhih-informacionnyh-agentstv-uzbekistana/>
2. Дадахонов А. Компьютерда саҳифалаш дизайни ва интернет. — Тошкент, 2017. — 129 б.
3. Қозоқбоев Т., Худайкулов М. Журналистика асослари. — Тошкент, 2009. — 384 б.
4. Маматова Я., Сулаймонова С. Ўзбекистон медиатаълим тараққиёти йўлида ўқув қўлланма. — Тошкент: Эхтремум-пресс, 2015. — 94 б.
5. Раҳмонқулов Н. Халқаро хусусий ҳуқуқ назарияси ва амалёти ўқув қўлланмаси — Тошкент, 2016. — 256 б.
6. Рузаева К. Халқаро муносабатлар: нуктаи назар. — Тошкент 2017. — 99 б.
7. Саидов Х, Наргиза Тўхлиева. Репортёрлик маҳорати. — Тошкент, 2008. — 120 б.
8. Сидикова М. Халқаро муносабатлар: Жаҳон сиёсати. — Тошкент 2015. — 152 б.
9. Содиқов З. Р. Глобаллашув ва Деглобаллашув: кўп омилли ёндашув. — Тошкент 2017. — 165 б.
10. “ЎЗА” ахборот агентлигининг сайти. — URL: [www.uz.uz](http://www.uz.uz) Мурожаат қилинган сана: 2 февраль 2020 йил.
11. “ЎЗА” ахборот агентлигининг сайти. — URL: <http://uz.uz/uz/posts/zbekiston-respublikasi-prezidenti-turkiyaning-renessans-khol-09-03-2020>
12. “ЎЗА” ахборот агентлигининг сайти. — URL: <http://uz.uz/uz/posts/rossiya-va-ozarbayzhon-bilan-i-tisodiy-amkorlik-isti-bollari-09-03-2020>
13. “ЎЗА” ахборот агентлигининг сайти. — URL: <http://uz.uz/uz/posts/shavkat-mirziyev-ar-aysi-davlat-ar-aysi-khal-intellektual-s-20-02-2020>
14. “ЎЗА” ахборот агентлигининг сайти. — URL:

<http://uza.uz/uz/posts/-zbekiston-turkiya-oliy-darazhadagi-strategik-amkorlikning-ya-20-02-2020>

15. Ҳаракатлар стратегияси: ислохотлар жараёни ва оммавий ахборот воситалари анъанавий VII Чимён ўқув медиалагерида сессияларидаги маърузалар тўплами. — Фарғон вилояти. Чимён қишлоғи. 2018 йил. — 70 б.

16. Шавкат Мирзиёев. Ташқи ишлар вазирлиги ва мамлакатимизнинг хорижий давлатлардаги элчихоналари фаолиятига бағишланган йиғилишдаги нутқи. 2018 йил 13 январь. <http://press.natlib.uz/ru/edition/download?id=4554>

17. Шавкат Мирзиёев. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси қабул қилинганининг 24 йиллигига бағишлаб ўтказилган тантанали маросимда сўзлаган нутқидан. 2016 йил 8 декабрь.

[http://parliament.gov.uz/uz/events/other/19088/?sphrase\\_id=6722899](http://parliament.gov.uz/uz/events/other/19088/?sphrase_id=6722899)

18. Эрназаров Қ.Т., Маматова Ё.М., Тошалиев И.Э. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти ўқув қўлланмаси. — Тошкент, 2011. — 200 б.

19. Эрназаров Қ.Т., Маматова Ё.М., Тошалиев И.Э. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти ўқув қўлланмаси. — Тошкент, 2011. — 200 б.

#### References

1. Alimov B., *Foreign languages in Uzbekistan*, 2019, No 4 (27), pp. 113–122. Available at: <https://journal.fledu.uz/ru/analiz-materialov-vedushhih-informacionnyh-agentstv-uzbekistana/>
2. Dadakhonov A. *Kompyuterda sakhifalash dizaini va internet* (Computer page design and Internet), Tashkent, 2017, 129 p.
3. Kozokboev T., Khudaikulov M. *Zhurnalistika asoslari* (Basics of journalism), Tashkent, 2009, 384 p.
4. Mamatova Ya., Sulaimonova S. *Uzbekiston mediatilim taraqqiyoti yulida uquv qullanma* (A guide to the development of media education in Uzbekistan), Tashkent: Ekhtremum-press, 2015, 94 p.
5. Raхmonqulov N., *Khalqaro khususii khuquq nazariyasi va amaleti uquv qullanmasi* (International private law theory and practice), Tashkent, 2016, 256 p.
6. Ruzaeva K. *Khalqaro munosabatlar: nuqtai nazar* (International relations: point of view), Tashkent, 2017, 99 p.
7. Saidov X., Tuxhlieva N., *Reporterlik mahorati* (Reporting skills), Tashkent, 2008. 120 p.
8. Sidiqova M. *Khalqaro munosabatlar: Zhahon siesati* (International relations: World Politics), Tashkent, 2015, 152 p.
9. Sodiqov Z.R. *Globallashuv va Degloballashuv: kup omilli endashuv* (Globalisation and deglobalisation: a multi-factor approach), Tashkent, 2017, 165 p.
10. [www.uza.uz](http://www.uza.uz)
11. <http://uza.uz/uz/posts/zbekiston-respublikasi-prezidenti-turkiyaning-renessans-khol-09-03-2020>
12. <http://uza.uz/uz/posts/rossiya-va-ozarbayzhon-bilan-i-tisodiy-amkorlik-isti-bollari-09-03-2020>
13. <http://uza.uz/uz/posts/shavkat-mirziyeev-ar-aysi-davlat-ar-aysi-khal-intellektual-s-20-02-2020>
14. <http://uza.uz/uz/posts/-zbekiston-turkiya-oliy-darazhadagi-strategik-amkorlikning-ya-20-02-2020>
15. *Harakatlar strategiyasi: islohotlar zharaeni va ommavii akhborot*

*vositalari ananavii VII Chimen uquv medialageri sessiyalaridagi maruzalar tuplami* (The strategy of actions: collection of lectures on the reform process and sessions of the traditional VII Chimyon educational medialager of the mass media), Fergana, 2018, 70 p.

16. Mirziyoyev Sh.M. (2018) available at: <http://press.natlib.uz/ru/edition/download?id=4554>

17. Mirziyoyev Sh.M. (2016) available at: [http://parliament.gov.uz/uz/events/other/19088/?sphrase\\_id=6722899](http://parliament.gov.uz/uz/events/other/19088/?sphrase_id=6722899)

18. Ernazarov Q.T., Mamatova E.M., Toshaliyev I.E. *Reporterlik faoliyatining nazariyasi va amaliyati uquv qullanmasi* (Theory and practice of reporting activities), Toshkent, 2011, 200 p.