



## ЗАМОНАВИЙ МЕДИАМАРКАЗЛАР ФАОЛИЯТИНИ БАҲОЛАШ МУАММОЛАРИ: ИННОВАЦИОН ИЗЛАНИШЛАР ВА ИШЛАНМАЛАР

**Р.А.Арзиев**

Нукус давлат педагогика институти таянч докторанти.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7739467>

Матбуот ва сўз эркинлиги ижодий жараён. Бу жараённи баҳолаш борасида кўп уринишлар бўлган, бироқ уларнинг ҳаммаси қоғозларда қолиб кетган. Бадий эстетик ижод индивидуаллиги, ички руҳий воқелиги ва ижтимоий фикрдаги зиддиятлар туфайли умумэътироф этадиган ўлчаш ва баҳолаш стандартлари, параметрлари ишлаб чиқилмаган. Аммо замонавий ахборот-коммуникация махсус технологияга асослангани учун мутахассислар уни машинага боғлиқ тиллар ва машинага боғлиқ бўлмаган тиллар нуқтаи назаридан ўлчаш ва баҳолашга интилишади. Умумий номда улар “дастурлаш тиллари” деб аталади. Дастурлаш тилларининг турли формуллари мавжуд бўлиб, уларга ФОРТРАН (Formyla Translator), АЛГОЛ (Algoritmic Langauge), КОБОЛ (Common Businees Oriented Langauge), Паскаль, PLI (Programing Languge), BEUCBK BASIC (Beginners All Purpose Sumdolic Instrution Code) кабилар киради<sup>1</sup>. Шунингдек, ахборот-коммуникация воситаларининг тармоқларига қараб ҳам медиамарказлар фаолиятини баҳолаш тартиби мавжуд. Уларни “компьютер тармоқлари” деб аташади. “Бугун дунё миқёсида компьютерлар орқали мулоқот бўлиши, ахборот алмашилиши, бир бирини тушуниши, мутаносиблик бўлиши керак. Компьютерлар ва ахборотлар алмашилишида мутаносибликни таъминлаш учун ИТО (International Telecommunication Union), халқаро телекоммуникация уюшмаси ташкил этилган. Халқаро андозалар ISO (International Organization and Standartization) эса ахборотларни бир андозага солиб, зарур формат ва кўламда истеъмолчига етказиш стандартларини ишлаб чиққан. У глобал ахборот тарқатишни йўлга қўйган ва уларни бутун дунё бўйлаб тарқатиш тартибларини ишлаб чиққан ва 150 дан ортиқ давлатларга жорий этган. Унинг ахборотларидан фойдаланувчилар сони ҳар ойда ўртача 7-10% ортиб бораётгани кузатилади. Интернет қачонлардир ҳарбий ишларга, тадқиқот ва ўқув муассасаларидаги эҳтиёжларга хизмат қилган, ҳозир эса у ижтимоий ҳаётнинг деярли барча соҳаларига, йўналишларига тадбиқ этилмоқда.

<sup>1</sup> Қаранг: Арипов М.М. ва бошқалар. Информатика. Ахборот технологиялари. Ўқув қўлланма. 2 қисм.- Тошкент: ТДТУ, 2003. 11-12 б.





Тижорат, коммуникация, нашр ишлари интернет тармоғи орқали амалга оширилиши ахборот технологиялари фаолиятини кенгайтириб юборди. Шунинг учун баъзи манбаларда аҳолини қамраб олиш ахборот марказларининг энг муҳим ўлчови ва баҳолаш мезони сифатида тақдим этилади. Демак, биринчи мезон аҳоли қатламларининг қамрови, хизмат доираларининг кенглигидир.

Бугун кишилиқ жамияти ахборотларни йиғиш ва узатиш, бунинг учун турли технологик усуллардан фойдаланиш орқали ривожланиш хусусиятига эга. Шунинг учун иккинчи мезонга ахборот қидирув тизимларининг автоматлаштирилгани киради. Уларни формал ва ноформал кўрнишларга бўлишади. Формал тизимларга жамият томонидан ташкил этилган махсус институтлар, ташкилотлар ва марказлар ( медиамарказлар, агентликлар, нашриётлар, кутубхоналар, матбуот кабилар), ноформал кўринишга эса ахборот жўнатувчи билан ахборот истеъмолчи ўртасидаги шахсий учрашувлар, мобил алоқлар, суҳбатлар, СМС ёзишмалар, мулоқотлар киради. Уларнинг атрибутивлик, прогматиклик ва динамиклик хусусиятлари бор бўлиб, ахборот хизматлари ана шу хусуситларга мувофиқ баҳоланади<sup>2</sup>.

Учинчи баҳолаш мезон ахборотларни етказиш жараёнларининг тезлиги билан боғлиқдир. Бу жараёнларни мутахассислар ахборотларни бутлаш (йиғиш, сақлаш), уларни қайта ишлаш, ахборот қидируви ва ахборотларни етказиш кабилар билан боғлашади<sup>3</sup>. Бундан ташқари, ахборотларни компьютер ва интернет тизимлари, уларга мослаштирилган дастурлар, ахборотларнинг сотилиши ва сарф харажатлари, истеъмолчилар муносабатлари, оперативлик, мулоқот тезлиги ва технологисининг йўлга қўйилгани каби параметрлар орқали ўлчаш ва баҳолаш усуллари ҳам қўлланилади<sup>4</sup>.

Ижтимоий фикрнинг шаклланиши медиамаконнинг замонавий ахборот-коммуникация технологиялари билан таъминланишига бевосита боғлиқдир. Бугун Қорақалпоғистондаги медиамарказлар худуднинг ахборотларга бўлган эҳтиёжларини тўла қондириш даражасида бўлмаса

<sup>2</sup> Ўша жойда.

<sup>3</sup> Қаранг: Ўша асар. 402- 409 б.

<sup>4</sup> Қаранг: Professional Devolopment in Distance Learning, AED,1998; Information Texhnology. Almanax 2000 у.; Негаев С.А., Кривошин Н.В. Основные понятия прикладной интернетки.- Москва: “Интер ком”, 2001; Рахмонкулова С.И., Розиев Ф.З. Виртуал кутубхона.- Тошкент: “Фан”, 2000; Марахимов А.Р., Рахманкулова СИ. Интернет ва ундан фойдаланиш асослари. Ўқув қўлланма.- Тошкент: Asia Spai, 2001; Алимов Р.Х. ва б. Ахборот тизимлари ва технологиялари. Дарслик.- Тошкент: “VORIS NASHRIYOT”, 2011; Котлер Ф. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения.- Москва: ЭКСМО, 2022.





да, ҳар ҳолда ўзининг институтчионал тизимларига эга. Тўғри, Қорақолпоғистонда замонавий ахборот технологиялари асосан ўқув юртлари ва матбуотда кенгроқ жорий этилган. Газета ва журналларнинг деярли барчаси замонавий ахборот технологиялари, яъни ксерокс, Windows, MS DOS, BMP, PCX, WYSIWYG, Drag and Drop, Objekt Linking Embedding JOLE каби дастурлар ва файллар орқали бажарилади. Windows дастурига уланган матн, сурат ва чизмалар керакли размерда каттайтириш, кўчириш ва кўпайтириш воисталари орқали истеъмолчига, ўқувчиларга етказилади. Мазкур технологиялар билан таъминланганлик турли медиатизимларида турлича, аммо энг кенг тарқалгани ксеркс воситаларидир. Катта форматдаги газеталар, рекламалар, баннерлар махсус каттайтиргич ускуналарда тайёрланади. Улар асосан ишлаб чиқариш хусусиятларига эса реклама бюрolari, бадий устaxonalar, витраж ва керамик плиталар яшаш цехларида қўлланилади. Китоб ва рисолалар, дафтар ва календарлар босиб чиқарувчи цехлар ҳам улардан кенг фойдаланади. Уларни ишлатиш кўпинча хусусий корхоналар фаолияти билан боғлиқ бўлгани учун улар ҳақида аниқ маълумотлар учрамайди. Респодентларимизнинг 47%, медиамарказларнинг асосий қисмини газета, журнал ва телевидение ташкил этади, деб кўрсатади, уларнинг моддий техника базасини, Президентимизнинг фикрига кўра, мустаҳкамлаш чора-тадбирларини кўриш зарур. Ахборотлаштириш хизматлари ҳажми, профессор Н.Тўхлиевнинг келтиришича, Тошкент шаҳрида 131, 1 %, Сирдарёда 126, 8% бўлгани ҳолда, Қорақолпоғистон Республикасида 114, 6 % ни ташкил этади<sup>5</sup>. Бу Ўзбекистон вилоятлари ичидаги энг охирги кўрсаткичдир. Бу кўрсаткичнинг ўзи Қорақолпоғистон медиамарказларининг замонавий ахборот-коммуникация технологиялари билан қанчалик таъминланганлигини кўрсатади.

Медиамарказлар фаолиятининг самрадорлиги профессионал кадрларга боғлиқдир. Кейинги йилларда Ўзбекистон ва Қорақолпоғистонда журналистлар тайёрлашга жиддий эътибор берилмоқда, уларни илғор хорижий тажрибалар билан таништириш, малакасини ошириш, ахборот-коммуникация воситалардан унумли фойдаланиш кўникмаларини юксалтириш борасида “Инновацион матбуот”, “Инновацион таҳририят”, “Онлайн газета”, “Муҳаррир ва пиар” тажриба алмашиш, жамоатчилик билан диалог уюшмалари ташкил этилганини эслаш ўринлидир. Шундай бўлса- да, Қорақолпоғистон

<sup>5</sup> Қаранг: Тўхлиев Н. Рақамли иқтисодиёт уфқлари // “Янги Ўзбекистон”, 2022, 4 июль.



медиамарказларида юксак профессионал, маҳорат ва тажрибали медиаторлар жуда кам. Борлари асосан тор доирадаги хабарларни етказиш билан банд. Кенг маънодаги бадиий-эстетик ижодга мойил, ижтимоий - сиёсий, иқтисодий ва маданий мавзуларда жиддий, кучли фалсафий материаллар берадиган кадрлар етишмайди. Бизнинг ҳисоб-китобларимизга кўра, Қорақолпоғистон газеталарида меҳнат қилаётган мухбирларнинг 30- 35 % журналистика ва филология йўналишларида билим олишган, уларнинг барчаси олий маълумотли. ;40-45 % эса бошқа соҳаларни, тилшунослик, маданият, санъат, математика ва техника соҳаларида таълим олишган. Қолган 20-25% ёрдамчи, техник ходимлар ҳисобланади. Журналларда олий ва махсус билимли ходимлар 60-65 % атрофидадир. Уларда ўрта махсус маълумотли ходимлар жуда озчиликни (3-5 % атрофида) ташкил этади. Нодавлат ва хусусий медиамарказлар фаолиятини олиб бораётган ходимлар ҳақида аниқ маълумотлар йўқ, аммо уларда ҳам филологлар, тилшунос ва ахборот-коммуникация соҳаси вакиллари етарлича учрайди. Биргина Нукус шаҳрининг ўзида шундай медиамарказлар сони (компьютер хизматлари кўрсатиш, ксерокопия, минитипография, полиграфия, рекламалар яшаш устахоналари билан бирга ҳисоблаганда) 200 дан ошади. Аммо бундай медиахизматлар бошқа туманларда ҳали кам. Масалан, миниполиграфия хизматлари Тўрткўл шаҳрида атиги 1 та, бошқа туманларда улар функцияларини асосан ксерокопия хизматлари марказлари бажаради.

