

RAQAMLI JURNALISTIKADA INTERFAOLLIK, MULTIMEDIAVIYLIK VA GIPERMATNLIKNING O‘ZARO NISBATI

Xojanazarova Nargiza,
Qoraqalpoq davlat universiteti doktoranti



Annotatsiya. Mazkur maqolada raqamli jurnalistikaning muhim tarkibiy xususiyatlari hisoblangan interfaollik, multimedaviylik va gipermatnlikning o‘zaro munosabati hamda ularning zamonaviy jurnalistik matn tuzilishiga ta’siri tahlil qilinadi. Tadqiqotda ushbu uch komponentning funksional vazifalari, auditoriya bilan kommunikativ aloqani shakllantirishdagi o‘rni va raqamli media mahsulotining mazmuniy tashkil etilishiga ta’siri qiyosiy jihatdan ko‘rib chiqiladi. Tahlil natijalari interfaollik foydalanuvchini axborot jarayonining faol ishtirokchisiga aylantirishini, multimedaviylik voqea va hodisalarni turli media vositalari orqali kompleks yoritish imkonini berishini, gipermatnlik esa axborotni chiziqli bo‘lmagan shaklda o‘zlashtirish va qo‘shimcha manbalar bilan bog‘lash imkoniyatini kengaytirishini ko‘rsatadi. Ushbu xususiyatlarning integratsiyasi raqamli jurnalistik materialning kommunikativ samaradorligini oshirishi mumkin. Biroq interaktiv elementlarning ortiqcha qo‘llanilishi, havolalar ko‘pligi va vizual komponentlarning me’yoridan ortishi foydalanuvchining kognitiv yuklamasini kuchaytirishi hamda jurnalistik mazmunning asosiy maqsadini susaytirishi ehtimoli mavjud.

Kalit so‘zlar: raqamli jurnalistika, interfaollik, multimedaviylik, gipermatnlik, onlayn media, multimedia hikoyalash, kognitiv yuklama.

Kirirsh

Internet texnologiyalarining jurnalistika sohasiga keng joriy etilishi jurnalistik matnning an’anaviy tuzilishiga sezilarli o‘zgarishlar olib keldi. Zamonaviy onlayn material endilikda faqat yozma matndan iborat bo‘lmay, balki foto, audio, video, animatsiya, infografika va boshqa raqamli komponentlarning o‘zaro birikmasidan tashkil topadigan kompleks media mahsulotiga aylanmoqda. Bunday o‘zgarish jurnalistik materialning shakli bilangina cheklanmay, auditoriyaning axborotni qabul qilish va undan foydalanish usullarini ham o‘zgartirmoqda. M. Deuze onlayn jurnalistikaning

rivojlanishida multimedia, interfaollik va gipermatnlilikni muhim xususiyatlar sifatida ko'rsatadi [1].

Raqamli jurnalistikaning mazkur xususiyatlari alohida funksiyalarga ega bo'lsa-da, amaliyotda ular ko'pincha o'zaro uyg'unlashgan holda namoyon bo'ladi. Interfaollik foydalanuvchiga kontent bilan faol munosabatga kirishish imkonini bersa, multimedia voqeani bir nechta ifoda vositalari yordamida yoritadi. Gipermatnlik esa foydalanuvchini qo'shimcha axborot, hujjat va manbalarga yo'naltirib, jurnalistik materialning chegaralarini kengaytiradi.

So'nggi tadqiqotlarda ham interfaollik, multimedaviylik va gipermatnlik onlayn medianing bir-biri bilan bog'liq, biroq mustaqil funksional xususiyatlari sifatida o'rganilmoqda. Ushbu komponentlarning o'zaro aloqasi raqamli media materiallarini loyihalash va auditoriyaga taqdim etish jarayonida muhim nazariy va amaliy ahamiyat kasb etadi [2]. Shu nuqtayi nazardan, mazkur maqolaning maqsadi interfaollik, multimedaviylik va gipermatnlikning funksional xususiyatlarini aniqlash, ularning o'zaro bog'liqligini ochib berish hamda ushbu komponentlarning integratsiyasi asosida raqamli jurnalistik materialning samarali tuzilishini tavsiflashdan iborat.

Metod va materiallar

Tadqiqot jarayonida konseptual, qiyosiy va funksional tahlil usullaridan foydalanildi. Tadqiqotning asosiy obyekti sifatida raqamli jurnalistikada keng qo'llanadigan interfaollik, multimedaviylik va gipermatnlik xususiyatlari belgilandi.

Interfaollikning jurnalistikadagi o'rnini aniqlashda T. Schultzning onlayn jurnalis-

tikadagi interaktiv imkoniyatlarni o'rgangan tadqiqotlari hamda D. Domingoning interfaollikning tahririy amaliyotda qo'llanishiga bag'ishlangan ilmiy qarashlari tahlil qilindi. T. Schultz interaktiv imkoniyatlarning onlayn nashrlarda mavjudligini ko'rsatgan bo'lsa, D. Domingo ushbu imkoniyatlarning amaliy tahririy jarayonda qay darajada amalga oshirilishini tanqidiy jihatdan baholaydi [3, 4].

Gipermatnlik masalasini yoritishda T. Nelsonning gipermatn konsepsiyasi asos qilib olindi. Uning yondashuvida axborotning chiziqli ketma-ketlikdan tashqarida tashkil qilinishi va foydalanuvchining turli yo'nalishlar bo'yicha navigatsiya qilishi muhim o'rin tutadi [5]. Raqamli media elementlarining o'zaro integratsiyasi va qayta kombinatsiyasi esa L. Manovichning yangi media haqidagi konsepsiyasi bilan qiyosiy jihatdan tahlil qilindi [6]. Bundan tashqari, J. F. Fondevila-Gascónning raqamli matbuotda interfaollik va multimedia imkoniyatlaridan foydalanishga bag'ishlangan empirik tadqiqotlari ham hisobga olindi [7]. Raqamli jurnalistikaning rivojlanishini faqat texnologik o'zgarishlar bilan izohlash yetarli emasligi haqidagi S. Steensenning ilmiy qarashlari ham tadqiqotning nazariy asoslaridan biri sifatida olindi [8].

Tahlil davomida mazkur uch xususiyatning funksional vazifasi, jurnalistik samaradorligi, auditoriya ishtiroki va yuzaga kelishi mumkin bo'lgan muammolari asosiy mezonlar sifatida belgilandi.

Natijalar

Tadqiqot natijalari interfaollikning jurnalistikadagi vazifasi oddiy izoh qoldirish



yoki materialga munosabat bildirish imkoniyati bilan cheklanmasligini ko'rsatdi. Interaktiv muhit foydalanuvchiga ma'lumot tanlash, savol berish, ovoz berish, axborot yuborish, turli bo'limlar o'rtasida harakatlanish va ayrim hollarda voqea rivojining muayyan variantlarini tanlash imkonini beradi. Shu jihatdan interfaollik auditoriyani tayyor axborotni qabul qiluvchi passiv subyekt sifatida emas, balki media kontent bilan faol munosabatga kirishuvchi ishtirokchi sifatida shakllantiradi. T. Schultzning tadqiqotlari ham onlayn jurnalistikada interaktiv imkoniyatlarning turli darajalarda amalga oshirilishi mumkinligini ko'rsatadi [3].

Interfaollikning samaradorligi uning mavjudligi bilan emas, balki jurnalistik maqsadga qanchalik mos kelishi bilan belgilanadi. Masalan, ovoz berish, interaktiv xarita yoki ma'lumotlarni individual tanlash imkoniyati foydalanuvchining mavzuni chuqurroq anglashiga xizmat qilishi mumkin. Aksincha, mazmuniy vazifaga ega bo'lmagan interaktiv elementlar foydalanuvchi e'tiborini asosiy axborotdan chalg'itishi ehtimoli mavjud.

Multimedia jurnalistik materialni bir nechta ifoda vositalari orqali tashkil etish imkonini beradi. Bunda matn, foto, audio, video, grafik va infografika bir-birini takrorlash uchun emas, balki turli jurnalistik vazifalarni bajarish uchun xizmat qilishi lozim.

Matn voqeaning sabab va tafsilotlarini tushuntirishi, fotosurat muhit yoki holatni vizual ifodalashi, audio ovozli dalil yoki intervyuni yetkazishi, video harakat jarayonini ko'rsatishi, infografika esa murakkab statistik va miqdoriy ma'lumotlar o'rtasidagi munosabatlarni ko'rgazmali tarzda ochib berishi mumkin.

L. Manovich raqamli media xususiyatlarini turli elementlarning bir muhitda qayta tashkil qilinishi va kombinatsiyalanishi bilan bog'laydi [6]. Demak, multimedia hikoyalashning asosiy afzalligi faqat turli formatlarning bir materialda mavjudligida emas, balki ularning mazmuniy jihatdan bir-birini to'ldirishidadir. Multimedia elementlarining ko'pligi materialning sifatini avtomatik ravishda oshirmaydi; asosiy mezon ularning jurnalistik vazifani bajarishdagi samaradorligidir [7].

Gipermatnlik raqamli jurnalistik materialni boshqa axborot manbalari bilan bog'lash imkonini beradi. Giperhavolalar yordamida foydalanuvchi maqolada tilga olingan shaxsning biografiyasi, rasmiy hujjat, arxiv materiallari, oldingi yangiliklar yoki boshqa tegishli manbalarga murojaat qilishi mumkin. Natijada jurnalistik material yopiq va yakunlangan matn shaklidan chiqib, kengroq axborot tarmog'ining tarkibiy qismiga aylanadi. Foydalanuvchi asosiy materialdan zarur yo'nalishda harakatlanib, qo'shimcha ma'lumotlarni mustaqil ravishda o'rganishi mumkin.

T. Nelsonning gipermatn haqidagi konsepsiyasi aynan chiziqli bo'lmagan yozuv va navigatsiya imkoniyatlariga asoslanadi [5]. Shu nuqtayi nazardan gipermatnlik raqamli jurnalistikada nafaqat texnik imkoniyat, balki axborotni tashkil etishning o'ziga xos usuli sifatida namoyon bo'ladi. Biroq giperhavolalarning ko'pligi ham har doim ijobiy natija bermaydi. Foydalanuvchini haddan tashqari ko'p yo'nalishlarga olib ketadigan havolalar asosiy mazmunning yaxlitligini buzishi mumkin. Bundan tashqari, havola orqali berilayotgan manbaning ishonchliligi ham alohida tekshirilishi zarur.

Tadqiqotning muhim natijalaridan biri shundaki, interfaollik, multimedaviylik va gipermatnlik birgalikda qo'llanganda raqamli jurnalistik materialning kommunikativ imkoniyatlarini sezilarli darajada kengaytirishi mumkin. Masalan, interaktiv grafikada foydalanuvchi muayyan ko'rsatkichni tanlaydi, multimedia komponenti tanlangan ma'lumotga mos video yoki audio materialni taqdim etadi, giperhavola esa tegishli rasmiy hujjat yoki qo'shimcha

manbaga olib boradi. Natijada foydalanuvchi nafaqat materialni o'qiydi, balki axborot bilan faol ishlaydi.

J. F. Fondevila-Gascónning tadqiqotlarida ham interfaollik va multimedia raqamli matbuotning muhim tarkibiy qismlari sifatida baholanadi [7]. Bunday integratsiya jurnalistik materialning informativligini oshirish bilan birga, auditoriyaning axborot jarayonidagi ishtirokini ham kuchaytirishi mumkin. Shu bilan birga, uch komponentning mexanik ravishda qo'shilishi yetarli emas. Ularning har biri yagona kommunikativ maqsadga xizmat qilishi, materialning mazmuniy tuzilishi va auditoriyaning ehtiyojlariga moslashtirilishi lozim.

Raqamli jurnalistikada texnologik imkoniyatlarning kengayishi avtomatik ravishda jurnalistik sifatning oshishini anglatmaydi. Materialning texnologik jihatdan murakkabligi bilan uning axborot qiymati o'rtasida doimo bevosita bog'liqlik mavjud emas.

S. Steensen onlayn jurnalistikani faqat texnologik mezonlar asosida baholashga ehtiyotkorlik bilan yondashib, uning rivojlanishida ijtimoiy va institutsional omillarni ham hisobga olish zarurligini ta'kidlaydi [8]. Shu sababli raqamli jurnalistik materialni baholashda texnologiyaning o'zi emas, balki undan jurnalistik maqsadga muvofiq foydalanish darajasi asosiy mezon bo'lishi kerak.

Zamonaviy tadqiqotlarda ham interfaollik, multimedia va gipermatnlik o'zaro bog'liq, ammo mustaqil funksiyalarga ega komponentlar sifatida qaralmoqda [2]. Bu esa ularni bir xil tushuncha sifatida emas, balki yagona raqamli kommunikatsiya tizimining o'zaro to'ldiruvchi elementlari sifatida o'rganish zarurligini ko'rsatadi.

Muhokama

Interfaollik, multimedaviylik va gipermatnlikning o'zaro nisbatini aniqlashda ularning soni emas, balki funksional samaradorligi muhim ahamiyatga ega. Masalan, ko'plab videolar, havolalar yoki interaktiv tugmalarning mavjudligi materialni avtomatik ravishda sifatli jurnalistik mahsulotga aylantirmaydi. Aksincha, har bir element auditoriyaning axborotni yaxshiroq tushunishiga xizmat qilishi kerak. Shu sababli raqamli jurnalistika dizaynida texnologik imkoniyatlardan foydalanish kontentning mazmuniy maqsadiga bo'ysundirilishi lozim. Interfaollik foydalanuvchini material bilan faol munosabatga jalb qilishi, multimedia axborotni tushuntirishni osonlashtirishi, gipermatnlik esa mavzu bo'yicha qo'shimcha kontekst va manbalarga kirish imkonini berishi kerak.

Interfaollikning rivojlanishi auditoriyaning jurnalistik ishlab chiqarish jarayonining faol ishtirokchisi sifatida ko'rish imkonini beradi. Biroq D. Domingoning tadqiqotlari interfaollikka oid dastlabki texnologik kutilmalar amaliy tahririy faoliyatda har doim ham to'liq amalga oshmaganini ko'rsatadi [4]. Bunga vaqt va resurslarning cheklanganligi, moderatsiya muammolari, jurnalistlarning ish jarayoni hamda platformalarning texnik imkoniyatlari sabab bo'lishi mumkin.

Gipermatnlik jurnalistik materialning ishonchliligini oshirish uchun ham xizmat qilishi mumkin, chunki foydalanuvchi qo'shimcha manbalarni mustaqil tekshirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Biroq har qanday havolaning axborot qiymati bir xil emas. Rasmiy hujjatga olib boruvchi havola bilan noma'lum manbaga yo'naltiruvchi

havolaning ishonchlilik darajasi turlicha bo'lishi mumkin. Shu sababli jurnalist na faqat havola berishi, balki uning manbaviy va axborot qiymatini ham baholashi zarur.

Multimedia hikoyalashning yana bir muhim jihati — inklyuzivlikdir. Auditoriyaning barcha vakillari ham video tomosha qilish yoki audio tinglash imkoniyatiga ega bo'lmasligi mumkin. Shu sababli raqamli jurnalistik mahsulotlarda matnli izohlar, subtitrlar, transkriptlar va muqobil tavsiflardan foydalanish materialning qulayligi hamda sifatini oshiradi.

Tahlil natijalariga asoslanib, raqamli jurnalistik materialni shakllantirishning uch bosqichli modelini taklif qilish mumkin. Birinchi bosqichda jurnalistik maqsad va asosiy savol belgilanadi. Ikkinchi bosqichda mazkur maqsadni samarali yoritishga xizmat qiladigan media formatlari tanlanadi. Uchinchi bosqichda interaktiv elementlar va giperhavolalar foydalanuvchining mustaqil izlanishi, ma'lumotni tekshirishi va mavzu kontekstini kengaytirishiga moslashtiriladi.

Bunday yondashuv texnologiyani jurnalistik maqsadning o'zi emas, balki unga erishish vositasi sifatida ko'rishga imkon beradi. Shu jihatdan zamonaviy raqamli jurnalistika uchun eng muhim masala texnologik imkoniyatlarni maksimal darajada qo'llash emas, balki ulardan mazmunni chuqurroq tushuntirish va axborotning ishonchliligini oshirish maqsadida oqilona foydalanishdir.

Xulosa

Interfaollik, multimedaviylik va gipermatnlik zamonaviy raqamli jurnalisti-

kaning o‘zaro bog‘liq, biroq turli funksiyalarni bajaruvchi asosiy xususiyatlari hisoblanadi. Interfaollik foydalanuvchini axborot jarayonining faol ishtirokchisiga aylantiradi, multimedia voqea va hodisalarni turli modalitetlar orqali yoritish imkonini beradi, gipermatnlik esa jurnalistik materialni kengroq axborot tarmog‘i bilan bog‘laydi. Tadqiqot natijalari ushbu uch komponentning integratsiyasi raqamli jurnalistik materialning kommunikativ samaradorligini oshirishga xizmat qilishi mumkinligini ko‘rsatdi. Biroq ularning samaradorligi texnologik murakkablik yoki

elementlar soni bilan emas, balki jurnalistik vazifaga muvofiqligi bilan belgilanadi. Shu sababli raqamli media mahsulotlarini loyihalash jarayonida “ko‘proq texnologiya” tamoyilidan ko‘ra, “ko‘proq tushunish, ishtirok etish va tekshirish imkoniyati” tamoyiliga ustuvor ahamiyat berish maqsadga muvofiq. Interfaollik, multimedia va gipermatnlik foydalanuvchi uchun yagona kommunikativ tizim sifatida ishlagan taqdirdagina raqamli jurnalistikaning axborot berish, tushuntirish va auditoriya bilan muloqot qilish imkoniyatlarini to‘laqonli namoyon eta oladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Deuze M. The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online // *New Media & Society*. — 2003. — Vol. 5, № 2. — P. 203–230. — DOI: 10.1177/1461444803005002004.
2. Загорулько Д. І. Інтерактивність, мультимедійність, гіпертекстуальність: співвідношення ключових характеристик онлайн-медіа // *Обрії друкарства*. — 2025. — № 1 (17). — DOI: 10.20535/2522-1078.2025.1(17).324229.
3. Schultz T. Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers // *Journal of Computer-Mediated Communication*. — 1999. — Vol. 5, № 1. — DOI: 10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x.
4. Domingo D. Interactivity in the Daily Routines of Online Newsrooms: Dealing with an Uncomfortable Myth // *Journal of Computer-Mediated Communication*. — 2008. — Vol. 13, № 3. — P. 680–704. — DOI: 10.1111/j.1083-6101.2008.00415.x.
5. Nelson T. H. *Literary Machines* 93.1. — Sausalito, CA : Mindful Press, 1993. — 205 p.
6. Manovich L. *The Language of New Media*. — Cambridge, MA : MIT Press, 2001. — 354 p.
7. Fondevila-Gascón J. F. The Use of Interactivity and the Multimedia in the International Digital Press: An Empirical Study // *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. — 2012. — Vol. 18, № 1. — DOI: 10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n1.39355.
8. Steensen S. Online Journalism and the Promises of New Technology: A Critical Review and Look Ahead // *Journalism Studies*. — 2011. — Vol. 12, № 3. — P. 311–327. — DOI: 10.1080/1461670X.2010.501151.