

## ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИНИ ЁРИТИШДА ТАҲЛИЛИЙ ЖАНРНИНГ ЎРНИ



<https://doi.org/10.5281/zenodo.11643002>

**Саид Ибодуллаевич Рахманов**

Бўлим бошлиғи

Ўзбекистон пахта-тўқимачилик кластерлари уюшмаси

Тошкент, Ўзбекистон

e-mail: [said\\_rakhmanov@mail.ru](mailto:said_rakhmanov@mail.ru)

тел.: 93-588-33-25

### АННОТАЦИЯ

*Мақолада босма оммавий ахборот воситаларида пахта-тўқимачилик саноати масалаларининг ёритилиши, бунда таҳлилий жанрнинг ўрни тадқиқ қилинди. Бу жараёнда анъанавий журналистика имкониятлари ва ўзига хосликлари, таҳлилий жанр талаб ва хусусиятлари каби масалаларга эътибор қаратилиб, мавзу мамлакатимиздаги етакчи марказий нашрлар ҳисобланган “Халқ сўзи” ва “Янги Ўзбекистон” газеталарида чоп қилинган материаллар асосида ўрганилди. Босма нашрларда тўқимачилик саноати муаммолари кўтарилиши, масалага ёндашув, мавзунинг ёритилиши, материалларнинг ўзига хос жиҳатлари, муаллиф маҳорати, ютуқ ва камчиликлари туркум материаллар асосида таҳлил этилди. Ҳозирги ахборот асрида таҳлилий жанрларнинг ўрни, газета аудиториясини кенгайтиришда мақола жанридан унумли фойдаланилаётгани эътибор марказида бўлди. Мазкур мақоланинг долзарблиги шундаки, унда нисбатан кам ўрганилган иқтисодий журналистика муаммолари босма нашрлар орқали кўриб чиқилган. Газета ва журналларда жанрлар ранг-баранглигини таъминлаш, айниқса, таҳлилий жанр турларидан ўз ўрнида фойдаланиши масалалари ўрганилиб, асосли таклиф ва тавсиялар берилгани унинг илмий жиҳатдан янгилигини кўрсатиб турибди. Уларнинг амалиётга татбиқ этилиши эса босма матбуот аудиториясини янада кенгайтиришига, таъсир кучини оширишига хизмат қилади, албатта.*

**Таянч сўзлар:** босма ОАВ; газета; таҳлилий журналистика; таҳлилий жанр; тўқимачилик; мақола; сарлавҳа; матн.

## РОЛЬ АНАЛИТИЧЕСКОГО ЖАНРА В ОСВЕЩЕНИИ ВОПРОСОВ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**Саид Ибодуллаевич Рахманов**

Заведующей отдела

Ассоциация хлопко-текстильных кластеров Узбекистана

Ташкент, Узбекистан

e-mail: [said\\_rakhmanov@mail.ru](mailto:said_rakhmanov@mail.ru)

тел.: 93-588-33-25

### АННОТАЦИЯ

*В статье исследовано освещение вопросов хлопково-текстильной отрасли в печатных СМИ, роль аналитического жанра. В этом процессе уделялось внимание таким вопросам, как возможности и особенности традиционной журналистики, требования и особенности аналитического жанра, а тема изучалась на основе материалов, опубликованных в ведущих центральных изданиях нашей страны: “Халк сузи” (“Народное слово”) и “Янги Узбекистон” (“Новый Узбекистан”). На основе серии материалов проанализированы проблемы текстильной отрасли в печатных изданиях, подход к проблеме, освещение темы, особенности материалов, мастерство автора, достижения и недостатки. В современный информационный век в центре внимания оказалась роль аналитических жанров, эффективное использование жанра статьи в расширении аудитории газеты. Актуальность данной статьи заключается в том, что сравнительно малоисследованные проблемы экономической журналистики освещаются посредством печатных изданий. Изучены вопросы обеспечения жанрового разнообразия в газетах и журналах, особенности использования вместо них аналитических жанров, даны обоснованные предложения и рекомендации, что показывает его научную новизну. Их реализация, безусловно, послужит дальнейшему расширению аудитории печатной прессы и повышению ее влияния.*

**Ключевые слова:** печатные СМИ; газета; аналитическая журналистика; аналитический жанр; текстиль; статья; заголовок; текст.

## THE ROLE OF THE ANALYTICAL GENRE IN COVERING THE PROBLEMS OF THE TEXTILE INDUSTRY

**Said Ibodullaevich Rakhmanov**

Department head

Uzbekistan Cotton-textile clusters association

Tashkent, Uzbekistan

e-mail: said\_rakhmanov@mail.ru

tel.: 93-588-33-25

### ABSTRACT

*The article examines the coverage of the problems of the cotton and textile industry in the print media, the place of the analytical genre in this. In this process, attention is paid to issues such as the possibilities and specific features of traditional journalism, the requirements and characteristics of the analytical genre, and the topic is studied on the basis of materials published in the leading central newspapers of our country, “Khalq So’zi” and “Yangi Uzbekistan”. The coverage of the problems of the textile industry in printed publications, the approach to the problem, the coverage of the topic, the specific aspects of the materials, the author’s skill, achievements and shortcomings were analyzed on the basis of a group of materials. In the current information age, the place of analytical genres, the effective use of the article genre in expanding the newspaper audience was the focus of attention. The relevance of this article lies in the fact that it examines the problems of economic journalism, which are relatively poorly studied, through print media. The issues of ensuring the diversity of genres in newspapers and magazines, in particular, the use of types of analytical genres in their place, have been studied, and well-grounded proposals and recommendations have been made, which indicates its scientific novelty. Of course, their implementation in practice will serve to further expand the audience of the print media and increase their impact.*

**Key words:** *print media; newspaper; analytical journalism; analytical genre; textiles; article; title; text.*

### КИРИШ

Замонавий журналистикада онлайн медиа тараққиёти таъсирида янгиликлар соҳаси қанчалик ривожланмасин, ахборот бозорида таҳлилий журналистикага бўлган талаб сусайгани йўқ. Аксинча, енгил-елпи, “фейк” хабарлар оқимидан чарчаган аудиториянинг сифатли контент, таҳлилий материалларга бўлган эҳтиёжи ортмоқда. Натижада сўнгги йилларда оммавий

ахборот воситалари, айниқса, босма матбуотда таҳлилий ва танқидий жанрдаги чиқишларга кўпроқ жой ажратилаётгани қувонарли ҳолдир.

Тажрибали журналистларнинг эътироф этишича, сўз эркинлиги амалда таъминланиб, оммавий ахборот воситаларига қўйиладиган чекловларнинг олиб ташланиши, ошкоралик, фикрлар хилма-хиллигининг қўллаб-қувватланиши таҳлилий жанрлар ривожланишига ижобий таъсир кўрсатади. Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотларнинг ҳозирги босқичида айти шу масалага устувор аҳамият қаратиляпти. Яъни оммавий ахборот воситаларини эркин фикр минбарига, халқимиз манфаатларининг фаол ҳимоячисига айлантириш учун мустақкам ҳуқуқий замин, ижтимоий муҳит яратилияпти, журналистлар эмин-эркин фаолият юритишининг қонуний кафолатлари мустақкамланипти. Президентимиз Шавкат Мирзиёев ушбу масалага тўхталиб, “Ҳар қандай танқидга жавоб бериш керак. Журналист ҳақ бўлса, буни тан олишимиз керак” [12] дея алоҳида таъкидлади.

Журналистика ривожига қаратилаётган жиддий эътибор, қолаверса, аҳолининг ахборий саводхонлиги ортиб бораётгани матбуот, хусусан, босма ОАВ фаолиятида сифат ўзгаришларига сабаб бўляпти. Илгари газета саҳифаларида, асосан, информацион ва бадиий-публицистик жанрларга хос материаллар нисбатан кўпроқ жой эгаллаган бўлса, бугунги кунда таҳлилий-танқидий ва муаммоли чиқишлар сони ҳам секин-аста ортиб борапти. Ижтимоий-сиёсий ва иқтисодий ҳаётимизнинг барча жабҳаларида рўй бераётган ижобий ўзгаришлар билан бирга, мазкур жараёнда йўл қўйиладиган хато ва камчиликлар, ҳал этилиши лозим бўлган муаммолар миллий медианинг асосий ўрганиш объектига айланди. Айниқса, тубдан ислоҳ қилинаётган пахта-тўқимачилик саноати таҳлилий журналистиканинг бош мавзуларидан бири ҳисобланади. Буни “Халқ сўзи” ва “Янги Ўзбекистон” газеталарида эълон қилинган таҳлилий материаллар кўлами мисолида тадқиқ қиламиз.

“Таҳлил” русча “анализ” сўздан олинган бўлиб, 1) илмий текшириш усули, объектив воқеликни илмий билиш, ўрганиш воситаси; 2) таҳлил қилиш; 3) текшириш деган маъноларни англатади [10, 36]. Журналистикада таҳлил, бўлиб ўтаётган воқеа ҳодиса моҳияти, унинг ижтимоий аҳамияти ва объектив зиддиятларини аниқлашга йўналтирилади. Жорий муаммоларни таҳлил этишда журналист ҳаётий ҳодисалар динамикаси ва ўзгарувчанлиги, айниқса, мамлакатимизда кечаётган ислохотлар шароитида ана шу омиллар муҳимлигини эътиборга олиши даркор [9, 243]. Таҳлилий журналистикани илмий тадқиқ этган юртимиз ва хориж олимлари унга турлича таъриф беришган. Рус олими А.Тертычный фикрича, “таҳлилий жанрлар тадқиқот ишларини олиб боришни кўзлайди ва улар ёрдамида: муаммолар кўтарилади ва

ечими топилади, шахсий ва жамоатчилик муносабатларига ойдинлик киритилади, маънавий-руҳий ижод маҳсуллари баҳо берилади, ижтимоий башоратлар қилинади ва ҳ.к.” [4, 21-22]. Ўзбек таҳлилий журналистикасини чуқур ўрганган олимлардан бири Назира Қурбон таҳлилий журналистика шундай таъриф беради: “...таҳлилий журналистиканинг асосий вазифаси таҳлил, текшириш орқали содир бўлган воқеликни жамоатчиликка етказиш, тушунтиришдир” [6, 12]. Унинг қўшимча қилишича, воқеликни таҳлил қилиш “нима учун”, “қандай қилиб” деган саволларнинг туғилишидан бошланади. Содир бўлган воқеа-ҳодисаларнинг ичидан энг муҳим, энг долзарб жиҳатни топиш журналист учун жуда аҳамиятли. Бунда оддий бир деталь ҳам таҳлил жараёнида катта ечим олиб келадиган натижа бериши мумкин. Бу эса осонликча кечмай, балки журналист мавжуд шароитни яхши ўрганиш, у ҳақида етарлича билимга эга бўлиш талаб этилади. Агар журналист таҳлил жараёнида воқеликка нисбатан жамоатчиликнинг қизиқишлари даражасини билиб олса, воқеликнинг аҳамиятини кўрсата олади.

Муаллиф журналистик асарини тайёрлашда ижодий жараёнга кирар экан, рассом сингари, жанрларнинг ранглар гаммасини яратишга имкон берадиган бутун жанрлар палитрасига эга. Айнан шунинг учун журналистиканинг ҳар қандай жанрини бошқа жанрларнинг элементлари билан бойитиш мумкин, бу билан ноёб асар юзага келади. Аммо, журналист жанрнинг ўзаро боғлиқлиги ва ўзаро таъсир қилиши, жанр тизимини қайта қуриш жараёни қонун-қоидаларини, жанрни ўзгартириш сабабларини, жанрлар изчиллиги муаммоларини ва ниҳоят, журналистика жанрларининг типологик тузилишини билиши керак [11, 160].

### **АСОСИЙ ҚИСМ**

Мумтоз журналистика назариясига кўра, таҳлилий жанрларга корреспонденция, мақола, тақриз, журналист суриштируви, шарҳ киради. Улар орасидан мақола таҳлилий журналистиканинг етакчи жанри ҳисобланади.

Тадқиқотчиларнинг фикрича, бугунги кунда журналистика жанрлари тизимида очерк каби кенг кўламли жанрлар четга чиқиб кетди ва ахборий жанрлар марказга кўтарилди. Ўртадаги ўринни таҳлилий жанрлар гуруҳи эгаллайди [11, 164].

Газета ва журналларда энг кўп мурожаат қилинадиган жанр ҳам мақола бўлиб турибди. Бу бир томондан тўғри йўлдир. Чунки ахборот бозорида рақобат кучайиб бораётган бугунги шароитда босма нашрлар тезкорлик бобида турдош медиаларга баҳслаша олмаслиги кундай равшан. Улар таҳлилий чиқишлари билан ахборот истеъмолчилари эътиборини жалб этиши мумкин.

Халқаро журналистикада мақола тўрт турга бўлиб ўрганилади. Булар:

– тарғибот элементларини мужассамлашган бош мақола;



– бирор бир муаммони ўрганиб, унинг келиб чиқиши ва ечимини кўрсатувчи, мавжуд воқеликни танқидий томондан ёритувчи муаммоли ёки танқидий мақола;

– бир-бирига боғлиқ воқеаларни умумлаштириб, уларни бир нуқтаи-назардан таҳлил этувчи умумлаштирувчи мақола;

– воқеликни илмий нуқтаи назардан таҳлил этиб берувчи илмий мақола.

Ўзбек босма матбуотида ҳам, асосан, ушбу турдаги мақолалардан фойдаланилади. Масалан, *“Пахта-тўқимачилик кластери иқтисодиёт драйвери”* сарлавҳали мақола муаммоли мақолага мисол бўла олади (*“Янги Ўзбекистон”* газетаси, 2022 йил 12 октябрь, №209 (731)). Унда пахтачилик тармоғидаги муаммолар таҳлил этилиб, уларга қандай ечим топилгани, бу борадаги тизимли ислохотлар қадамма-қадам очиб берилган. Шу ҳисобда у бош мақолага ҳам тортиб кетади. Лекин бош мақолалар “очқич” материал сифатида газетанинг биринчи саҳифадан бошланади. Таҳлил қилинаётган мақола учун эса ички, аниқроғи, тўрттинчи саҳифадан жой ажратилган.

Мақола асосий сарлавҳадан ташқари, тўртта кичик сарлавҳаларга ажратилган. Уларнинг ҳар бирида камида биттадан муаммо ёки масала кўтарилган. Бундан ташқари, бундай бўлиниш ўқувчи эътиборини ушлаб туриш функциясини ҳам бажаради. Ахир, бир саҳифалик катта мақолани ўқиш кишидан алоҳида вақт ва тоқат талаб этади. Кичик бўлимлар эса ўқувчидан янги материал сифатида қабул қилинади. Қолаверса, дизайн, фотокаллаж элементларини қўллашда қулайлик туғдиради. Ушбу мақолада тўртта сурат, иккита иқтибосдан фойланилгани, лид қисми ва муҳим факт далиллар ажратиб кўрсатилгани унинг жозибадорлигини таъминлаган.

*“Жаҳонга бозорига қўйилган гов олиб ташланди”* кичик сарлавҳаси остидаги матнда 2009 йилда ўзбек пахтасига эълон қилинган бойкот орадан 12 йил ўтиб, 2022 йилда олиб ташлангани ҳақида сўз юритилади. Бунда соҳада болалар меҳнати ва мажбурий меҳнатни бекор қилиш йўлидаги тизимли ишлар очиб берилган. Жумладан, *“мамлакатимизда миллий қонунчилик такомиллаштирилиб, улар халқаро стандартларга мувофиқлаштирилди. Аниқроғи, 2019-2021 йилларда 32 та норматив-ҳуқуқий ҳужжат қабул қилинди, Халқаро меҳнат ташкилоти ва Халқаро миграция ташкилотининг қатор конвенция ҳамда баённомалари ратификация қилинди. Болалар меҳнатидан ва мажбурий меҳнатдан фойдаланганлик учун жиноий жавобгарлик кучайтирилди”*, дейилади. Бунинг исботи тариқасида *“2019—2021 йиллар давомида пахта мавсумида мажбурий меҳнатга йўл қўйган 178 нафар мансабдор жавобгарликка тортилгани”* келтирилади.

Мақоланинг ўзига хослиги рақамлар “гапиртирил”ганидадир. Табиийки, иқтисодий журналистикада таҳлилий материаллар рақамлар асосига қурилгани учун унинг тили сўзлашув тилидан узоқлашади. Баъзида услуб академик услубга тортиб кетади. Фактларнинг кетма-кетлиги эса ўқишлилик даражасига путур еткази. Кўриб чиқилаётган мақола тилининг соддалиги, услубининг халқоналиги, энг муҳими, факт ва рақамлар ўз ўрнида қўлланилгани туфайли ўқувчини зериктирмайди. Аксинча, рақамлар таҳлилни кучайтиришга, масала моҳиятини чуқурроқ очиб беришга хизмат қилган. Мана, бир мисол: *“Ҳисоб-китобларга кўра, ўртача 1,5 долларлик 1 килограмм пахта толасидан калава ип йигирилса, унинг баҳоси 3,5 долларга, мато тўқилса 5,5 долларга, ундан либослар тикилганда эса ўртача 15-25 долларгача қўшимча қийматга эга бўлади. Агар эркаклар кўйлаги тикиладиган бўлса, бу кўрсаткич 50 долларга етади”*.

Яна бир эътиборли жиҳати шундаки, факт ва диллар қиёсан ўрганилган. Бунга *“2021 йилда 2020 йилдагига нисбатан 422 минг тонна кўп, жами 3,4 миллион тоннадан зиёд пахта хом ашёси етиштирилиб, ҳосилдорлик ўртача 6,3 центнерга ошди”* ёки *“ 2019-2021 йилларда даромад 2017 йилгига қиёсланганда 2 баробарга, ҳар бир ишчининг ойлик иш ҳақи эса 2,4 баробарга кўтарилди”*, шунингдек, *“Агар бундан беш йил олдин кўплаб фермер хўжаликлари пахтадан даромад олишни орзу қилган бўлса, ...2021 йил мавсуми якуний ҳисоб-китобларига кўра, фермер хўжаликлари 7,9 триллион сўм соф даромад олишга муваффақ бўлишди”* каби жумлаларни мисол тариқасида келтириш мумкин.

Биз ҳам таққослаш усулини қўллаган ҳолда, ушбу мавзунини бошқа бир нашрда кўтарилган *“Пахтачиликда мажбурий меҳнатга барҳам берилди. Бу оддий ҳолат эмас. Бу — революцион ҳолат!”* сарлавҳали таҳлилий мақолага қиёсан ўрганамиз (“Халқ сўзи” газетаси, 2022 йил 12 август, №173 (8235)). Бунда ҳам мақола кичик қисмларга бўлинган ҳолда тақдим этилган. Аммо ички сарлавҳалар жозибадорлиги ва нисбатан кам сўз қўлланилгани билан устунликка эга. Масалага ёндашувда журналист ўзига хос усулдан фойдаланилгани мақоланинг табиийлигини оширган. Айтайлик, мақола кириш қисмида одатий услубдан қочиб, кичик деталдан моҳирона фойдаланилган. *“Давлатимиз раҳбари кунни кеча Тошкент архитектура-қурилиш институтининг янги биносида бир гуруҳ талабалар билан суҳбат чоғида кутилмаганда “Сизлар бир йилда неча ой пахтага боряписизлар?” деб сўраб қолди. “Йўқ, биз пахтага бормаймиз”, дея бир овоздан жавоб беришди ёшлар. Шундан сўнг Президент пахта йигим-теримида мажбурий меҳнатга барҳам берилгани, бу осон кечмагани ҳақида тўлқинлариб гапирди”* дея муҳим

вақеанинг кичик баёни билан ўқувчи мавзуга олиб кириб кетилади. Ўша руҳият мақола сўнггигача сақланиб қолиб, ўзбек пахтаси “қора рўйхат”дан чиқарилгани очиб берилади.

Юқоридаги материалдан фарқли равишда рақамлар жуда кам ишлатилган. Энг муҳим далиллар келтирилган, холос. Шундай бўлса-да, ўқувчида пахта-тўқимачилик саноатидаги ислохотлар ҳақида тўлиқ тасаввур уйғота олинган. Мақола ўзида “қишлоқ хўжалиги соҳасида муносиб меҳнат шароити яратиш, инсон қадрини улуғлаш” деган ғоявий позицияни илгари сурган. Масалан, пахтачиликни механизациялаштириш, айниқса, йиғим-терим мавсумида қўл меҳнатини камайтириш ҳақида тўхталиб, бир муҳим факт келтирилади: “*жорий йилда етиштирилган ҳосилининг 35 фоизини, 2023 йилда эса 50 фоизини пахта териш машиналарида йиғиштириб олиш режалаштирилган*”. Бинобарин, “мақола аналитик жанрларнинг асосий тури бўлиб, у ўрганилаётган воқеа-ҳодисани тўлиқ ва чуқур ёритиш, далилларни умумлаштириш, ҳодисалар моҳиятининг қонуниятларини очиш унинг сабабини аниқлаш билан тавсифланади” [8, 29].

Агарда ахборий жанрлар жамият ҳаётининг кўзга кўриниб турган ташқи жиҳатлари – юз берган воқеа ва ҳодиса, фактларни акс эттиришдан иборат бўлса, мақолани ана шу факт, воқеа ва ҳодисаларнинг моҳиятини тўла очиб бериш, ҳаётнинг энг чуқур қатламларига керагича, лозим даражагача кириб бориш, мақсадга имкон даражасида тўла эришишга қиёс қилиш мумкин. Яъни мақола жанрининг асосий хусусияти ҳаёт воқеа, ҳодисалари, фактлар мажмуасини чуқур таҳлил ва тадқиқ этиш, улардан зарур назарий, амалий ва публицистик хулосалар чиқаришдир. Мақола инсоннинг дунёни англашдаги муҳим қуроли, бемисл воситасидир. “Мақолада ...жамиятнинг шу кундаги, айни замондаги ҳаёти борасидаги факт, воқеа ва ҳодисалар шу кун, айни замон учун ёритилади, бошқача қилиб айтганда, мақола учун энг муҳим талаб унинг шу кун учун зарурлиги, публицистиклигидир” [7, 72].

Шу куннинг долзарб мавзуси кўтарилган мақолалардан яна бири “*Хом ашёддан тайёр маҳсулот занжирини — мамлакатимиз тўқимачилик саноати ривожини асоси*” сарлавҳаси остидаги (“Янги Ўзбекистон” газетаси, 2022 йил 28 декабрь, №264 (786) материалдир. “Таҳлил” рукни остидаги ушбу чиқиш бош мақолага ёрқин мисол бўла олади. У ўзида тўқимачилик саноатидаги ислохотларни акс эттирган. Шу боис тарғибот элементлари ҳам учрайди. Муаллиф тўқимачилик саноатини риожлантириш масаласи давлатимиз раҳбарининг доимий эътиборида эканлигини таъкидлаб, дастлаб 2021 йил йил 27 октябрда Президент раислигида қишлоқ хўжалигидаги ислохотларнинг бориши, кластерлар олдидаги муаммоли масалалар ва уларнинг ечимларини



кўриб чиқишга бағишлаб ўтказилган видеоселектор йиғилиши тафсилотлари, шунингдек, унда белгилаб берилган вазифаларга эътибор қаратади. Ундан сўнг Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига йўллаган Мурожаатномаси, 2017 йил 14 декабрда имзоланган “Тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноатини жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони аҳамияти ҳамда ижроси ҳақида гап боради. Жумладан, *“Ўзбекистонда тўқимачилик саноатидаги ислохотлар ўз самарасини бераётганини бугун барча кўриб, билиб турибди. Қисқа вақт ичида эришилган ютуқлар танланган стратегиянинг тўғри эканини тасдиқлади. Марказий Осиё минтақасида тўқимачилик саноатининг Ўзбекистон модели жорий қилинди”*, дейилади. Муаллиф ушбу эътирофни асослаш учун бир қанча диллларни ҳам келтиради. Маҳаллий корхоналар томонидан сўнгги 5 йил мобайнида барча ҳудудларда 350 дан ортиқ янги тўқимачилик саноати корхонаси ташкил этилгани, кўшни Тожикистон (“Зелал Текстиль”), Қозоғистон (“Астера текстиль”), Қирғизистон (“Арт Софт”) каби давлатларда тўқимачилик корхоналари очилгани, пахта-тўқимачилик кластери модели Озарбайжонда татбиқ қилинаётгани ҳақидаги фактлар шулар жумласидан. Мақола тарғибот йўсинида бўлгани учун баъзи жойларда ҳисобот шакли устнлик қилади. Яъни “Ўзтўқимачиликсаноат” уюшмаси томонидан амалга оширилаётган ишлар келтирилади.

Бош мақолаларда маълумотнома ёки ҳисобот форматидан қочишда, аввало, журналист маҳорати, тажриба, билим кўл келади. Мақолага ана шу нуқтаи назардан ёндашилса, муаллифда уларнинг учаласи мужассамлигини эътироф этиш жоиз. Унинг маҳорати маълумотларни тақдим этишда интервьюдан фойдаланиб, суҳбатдош тилидан тақдим этилган. *“Халқаро майдонда Ўзбекистон тўқимачилик саноатидаги ислохотлар тан олиними, аввало, жаҳонга машҳур брендлар билан ишлашни жадаллаштиришга олиб келди, — дейди С.Тўхтаев. — Хусусан, GSP+ преференциялари тақдим этилиши Ўзбекистонга Европа давлатлари ва Буюк Британия глобал ишлаб чиқариш занжирига кириш имконини берди. Ростини, беш йил аввал мавжуд экспортни 3 баробар ошириш ҳақида гап кетса, эртандай туюларди. Ҳозир эса ушбу йўналишдаги кўрсаткични 10 баробар ошириш корхоналаримиз учун яқин маррага айланган”*, дейилади интервьюлардан бирида. Мухбирнинг билими мавзу таҳлилида кўзга ташланади. Яъни у тўқимачилик саноатига оид муҳим фактларни саралаб, барча учун тушунарли тарзда, содда тил ва усулда тақдим эта олган. Бир жойда *“2021 йилда ишлаб чиқариш маҳсулотлари экспорти (олтин экспортдан ташқари) 2017 йилдагига нисбатан 64,7 фоиз ўсди. Бунда тўқимачилик саноати улуши энг юқори — 41,5 фоизни ташкил этди”*, дея ўқувчилар диққатини тўқимачилик саноати иқтисодиётни ривожлантириш,

экспорт салоҳиятини оширишдаги етакчи соҳага айланганига жалб этса, навбадаги “Соҳа, шунингдек, энг кўп иш берувчи ҳам саналади. Ҳозир юртимизда 12 мингдан ортиқ тўқимачилик саноати корхонаси мавжуд бўлса, шундан 5 мингдан ортиги тайёр кийим-кечак ишлаб чиқаришга ихтисослаштирилган. Корхоналарда 450 мингдан ортиқ киши меҳнат қиляпти ва уларнинг 80 фоизга яқини хотин-қизлардир”, деган жумлалар орқали соҳанинг ижтимоий аҳамияти, бандлик таъминлашдаги роли очиб берилган. Мақолада, шунингдек, ишлаб чиқаришни модернизациялаш, амалиётга энергия тежамкор технологияларни татбиқ этиш борасидаги янгиланишлар ҳам қаламга олинган. Эътиборлиси, булар шунчаки айтилмасдан, балки иқтисодий самарадорликни оширишга хизмат қилаётгани қиёсий рақамларда келтирилади: “2022 йилга келиб 1 миллиард сўмлик маҳсулот ишлаб чиқариш учун сарфланадиган электр энергияси ҳажми 67,4 минг кВт.соатни, табиий газ эса 6,4 минг метр кубни ташкил этди. Ушбу кўрсаткич 2017 йилдагига нисбатан 23,5 фоиз камдир”. Кейинги пайтда бутун дунёда энергия ресурслари тақчиллиги кузатилаётган, ресурс тежамкор бирламчи вазифага айланган шароитда бу факт энг муҳим деталь ҳисобланади. Шу жиҳатдан М.Н. Кимнинг куйидаги фикрига тўлиқ қўшилиш мумкин: “журналист ақлий фаолиятида воқеликнинг англашнинг умумназарий методлари ҳисобланган анализ, синтез, индукция, дедукция, таққослаш ва қиёслаш муҳим роль ўйнайди” [3, 341]. Бундан ташқари, бу ерда журналистга мавзу моҳиятини тўлиқ очиб беришда таҳлилий жанр имкониятлари кўл келган. Чунки “жанр бу воқеликнинг ўзига хос акси бўлиб, ижодкор, яъни матн муаллифининг унга бўлган муносабатининг матнда акс этишидан ташкил топади. Қайси жанрда қалам тебратишдан қатъи назар журналист:

- ижодий сезгиларига қулоқ тутиши;
- журналистнинг ўз услуби;
- фактларнинг холислиги каби омилларга эътибор қаратиши лозим”[5, 154].

Тадқиқотлар кейинги пайтда таҳлилий журналистика оқсоқлик кузатиляпти. Аксарият нашрларда таҳлилий материаллар деярли берилмайди. Уларнинг фикрича, таҳлилий журналистика назария ва амалиёти замонавий оммавий ахборот воситалари воқеликни юзаки ёритилаётганлигидан азият чекаётганини кўрсатмоқда. “Бу қатор сабаблар билан изоҳланади. Шулардан бири сифатида ОАВ соҳасида журналистиканинг ижтимоий вазифасини яхши билмайдиган ва асосан, пул топиш мақсадида ишлайдиган, маҳорат масаласидан бўш инсонларнинг ишлаши қайд этилади” [4, 352]. Бизнингча, бу фикрга тўлиқ қўшилиб бўлмайди. Тўғри, электрон ОАВларда формат ва

аудиатория талабидан келиб чиқиб, асосан, инфор­ма­цион жанр им­ко­ния­т­ла­ри­дан фой­да­ла­ниб келаётган нашрлар кўп. Уларда меҳнат қилаётганлар орасида эса ҳар хил ахборот ўйинлари қилиб, пул топишга уринаётганлари ҳам учраб туради. Бироқ босма ОАВларда энг фидойи, қалами ўткир, маҳорат бобида баҳслаша оладиган журналистлар меҳнат қиляпти, деб бемалол айта оламиз. Улар ҳозир ўтиш давридаги молиявий қийинчиликларга ҳам қарамасдан ўз касбига содиқ қолаётгани жуда кўп нарсани англатади. Натижада сон жиҳатидан кам бўлса-да, мазмун жиҳатидан залворли бўлган таҳлилий, муаммоли мақолалар дунё юзини кўряпти. “Кластер Қизириқда қандай сифат ўзгаришларига олиб келди?” сарлавҳаси ор­ти­қ­да эълон қилинган мақола (“Халқ сўзи” газетаси, 2022 йил 6 январь №3 (8065) бунга мисол бўла олади.

“Таҳлил” рукнидаги ушбу мақола пахта-тўқимачиликда жорий қилинган кластер тизими ҳақида бўлиб, унда кластер ва фермер муносабатидаги муаммолар турли ракурсдан ўрганилган. Қизириқ тумани тажрибаси мисолида янги тизимнинг афзалликлари, ютуқ ва камчиликлари таҳлил қилинган.

Келинг, мақола тадқиқини сарлавҳадан бошлаймиз. Амалиётчи журналистлар орасида “Сарлавҳа — ярим мақола” деган қанотли ибора юради. Чунки мақоланинг жозибадор, ўқишли бўлишида сарлавҳанинг роли катта. Бош сарлавҳа сўроқли қилиб қўйилгани — унинг муваффақиятидан бир нишона. Чунки унда сўз ўйидан фойдаланилган бўлиб, тағзаминида кесатик ҳам бор. Бундан ташқари, материал ол­ти­та ички сарлавҳаларга бўлинган, улар содда ва жарангдорлиги билан ўқувчи эътиборини тортади. Шунингдек, кичик сарлавҳалар бир пайтнинг ўзида янгилик бериш функциясини ҳам бажарган. Бунга:

*Бир йилда ҳосилдорлик 15 центнерга кўтарилди”;*

*“56 миллиард сўмлик замонавий техникалар келтирилди”;*

*“11 мингта иш ўрни яратилади”* кабиларни мисол тариқасида келтириш мумкин. Бошқаларида эса кластер ишчларининг эътирофлари, дил сўзларида сарлавҳага олиб чиқилган. Эътибор қилинг-а:

*“Фермер бўлиб, уй-жой қилолмаган эдим”;*

*“Оилавий пудрат оилаларга барака киритди”;*

*“Танловда адашмаган эканман”*. Бу эса ўқувчи диққатини ушлаб туриш баробарида, кўтарилгани мавзуни кенгроқ очиб беришга, матн мазмун-моҳияти ҳақида яхлит тасаввур уйғотишда айни муддао бўлган.

Мақола ҳажман катта бўлса-да, бир нафас ўқиб чиқилади. Бу, биринчи навбатда, унинг тили соддалиги билан боғлиқ. Чунки унда тарғибот материалларидаги расмий, иқтисодий таҳлилдаги академик тил унсурларини

учратмайсиз. Сўзлашув тилига яқин бўлгани учун агросаноат тизимидан йироқ одамларга ҳам бирдек тушунарли.

Иккинчидан, мақола бошидан муаммо кўндаланг қўйилиб, кластер тизимига оид бир деталдан фойдаланилган: *“...Бундан бир йил олдин Сурхондарё вилоятидаги Қизириқ туманида ҳам кластер тизимига ўтиш ҳаракатлари бошланган эди. Очиги, ўшанда қишлоқ хўжалигига ушбу усулни татбиқ қилишга хайрихоҳлар баробарида, қаршилар ҳам бўлди. Натижада мазкур жараён республикадаги энг шов-шувли воқеликлардан бирига айлангани кечагидек ёдимизда”*. Бу билан журналист мамлакатда кенг оммалаштирилаётган кластер тизими ҳақида фикрлар хилма-хиллиги таъминланаётганига эътибор қаратади.

Учинчидан, журналист масалага ёндашувда на ҳукумат, на кластер, на жабрдийда фермерлар томонида турган, балки холислик тамойилларига амал қилган. Ўртага *“Қизириқда иш бошлаган “SCT Cluster” пахта-тўқимачилик кластери туман аграр ҳаётида сифат ўзгаришлари ясай олдими? Янги усул қанчалик ўзини оқлади?”* дея кескин савол ташлаб, унга жавоб изланган. Ушбу рух, танқидий нигоҳ материал сўнгига қадар сезилиб туради.

Тўртинчидан, журналист кўтарилган масалага ойдинлик киритишда кичик интервьюлардан оқилона фойдала олган. Айтайлик, кластер томонидан пахтачиликда ўртача ҳосилдорлик 25,5 центнерга етказилгани ҳақида тўхталиб, бу аслида юқори кўрсаткич эмаслигига ишора қиларкан, шу жойнинг ўзида масъулнинг бу борадаги изоҳини келтиради: *“Тўғри, бу жуда юқори натижа эмас, аммо шу пайтгача туманда фаолият юритган фермер хўжаликлари эришган кўрсаткичлар билан таққосланса, ҳосилдорлик бир йил ичида 15 центнерга кўтарилганига гувоҳ бўламиз, — дейди кластер раҳбари Яҳё Насимов. — Аниқроғи, аввалги мавсумда туман ялпи пахта ҳосили 5 минг тоннага ҳам етмаган экан. Шу боис кўпчилик 2021 йил Қизириқ пахтачилик тарихида янги давр бошланганини эътироф этмоқда”*.

Бешинчидан, кластернинг ижтимоий масалаларни ҳал этишдаги роли тўхталиб, унинг бу борадаги имкониятлари фермер хўжаликлари қиёслаб таҳлил қилинган. Бунда иккала тизимда меҳнат қилган қишлоқ хўжалиги ходимининг фикрларига таянилгани, бевосита унинг сўзлари келтирилгани яхши самара берган. Сухбатдош жумладан, шундай дейди: *“Яширмайман, фермерлик фаолиятим давомида ўзим учун уй-жой ҳам қилолмаган эдим, — дейди илғор оилавий пудратчилардан бири Барно Норбоева. — Мана, кластерда ишлаб, бир йил ичида ўз ватанимга эга бўлдим. Янги йилни шоду хуррамликда янги уйда кутиб оляпмиз. Холисона айтганда, “SCT Cluster” кластери “Ишлайман!” деган ҳеч бир деҳқон ва фермерни ишсиз қолдирмади. Ҳам*



*фермерлик даврида, ҳам кластер пайтида меҳнат қилаётган қишлоқ хўжалиги ходими сифатида бемалол айта оламан: биз, фермерлар аҳолини кластердек иш билан таъминлаб, ойма-ой маош беролмаганмиз. Моддий рағбатлантиришга имкониятимиз етмаган. Шунинг учун кластер тизимида ўтилганидан қишлоқ меҳнаткашлари жуда хурсанд”.*

Мақолада ҳар бир абзац бир-бири билан узвий боғланиб, бир-бирини тўлдирган. Узун иқтибослар, қайтариқлар йўқ, фикрларнинг мантикий изчиллиги таъминланган.

Мақолани саҳифалаш ва дизайнида суратлардан унумли фойдаланилгани, фотоколлаж берилгани унинг таъсир кучини оширишга хизмат қилган. Газетанинг биринчи саҳифасида мавзуга оид фотоколлаж берилиб, мақоланинг лид қиси жойланган, кейинги саҳифада эса олтига сурат ишлатилган. Хулоса қилиб айтганда, муаллиф, фотомухбир ва саҳифаловчи дизайнер ҳамкорлигида мақола жуда чиройли тақдим этилган. Демак, таҳлилий-танқидий жанрдаги материаллар таъсирчанлигини оширишда ижодий ҳамкорлик муҳим аҳамият касб этади, деган фикрга келиш мумкин.

Бир гуруҳ олимлар томонидан суҳбат, таҳлилий интервью, таҳлилий сўров, таҳлилий ҳисобот ҳам таҳлилий жанрлар сирасига киритилмоқда. Бизнингча, бу жуда тўғри. Масалан, кўтарилаётган масала моҳиятини тўла очиб беришда суҳбат ва таҳлилий интервьюнинг роли мақоладан кам эмас. Аксинча, қулай жиҳатлари кўп. Чунки бунда журналист бўлаётган воқеликка нисбатан бевосита қаҳрамон муносабатини билиш, кўпчиликни қизиқтираётган ёки очик қолаётган саволларга расмийлар изоҳини олиш, айти пайтда унга публиканинг қандай қабул қилаётганини етказиб, такрор реакциясини олиши мумкин. Шунинг учун ҳам ҳозирги кунда матбуот саҳифаларида суҳбатга кенг ўрин бериляпти. Ўрганаётганимиз “Халқ сўзи” газетасида “Бизнинг суҳбат” номи остида махсус рукн очилган бўлиб, унда вазирлик, давлат ва нодавлат ташкилотлар раҳбарлари билан долзарб мавзуларда таҳлилий суҳбатлар бериб борилади. “Аграр соҳани модернизация қилиш ва саноатлаштиришда кластерлар локомотивга айланмоқда” сарлавҳали суҳбат (“Халқ сўзи” газетаси, 2021 йил 25 февраль, №40 (7820). куннинг энг муҳим мавзуси бўлган пахта-тўқимачиликда жорий этилаётган кластер тизими ҳақида эканлиги билан аҳамиятли.

Таҳлилий журналистикада мавзу тўғри танланишида кўп гап бор. Чунки “мавзу бевосита жамиятнинг долзарб ижтимоий буюртмасини публицист ифодаси орқали матбуотдаги чиқишидир” [2, 63]. Агар мавзу буюртма асосида танланса, ҳаётий ҳодисаларга асосланмаса, шу куннинг муаммосини қамраб ололмаса, у аудиторияда қизиқиш уйғотмайди. Балки одатий чиқишлардан



бири бўлиб қолади, холос. Шу жиҳатдан олганда, газетада муҳокамалар марказида бўлиб турган кластер мавзуси кўтарилганини журналистнинг биринчи ютуғи, дейиш мумкин.

Маълумки, суҳбатда масала савол орқали қўйилади ҳамда савол орқали ечим топишга ундалади. Бунинг учун интервью олаётган мухбирнинг кўтарилаётган мавзу бўйича тасаввурга эга бўлиши етарли эмас. У мурожаат қилинган соҳани худди мутахассис сингари тушуниши, суҳбатдоши билан “ўз тилида” гаплашиб, иқтисодий билими юқори эканлигини ишонтира олиши керак. Агар суҳбатдошда журналист билимига нисбатан ишончсизлик пайдо бўлса, у гапни олиб қочиши, мавзудан чекиниши, аудиторияни чалғитиш орқали саволларга аниқ жавоб бермаслиги мумкин.

Мухбир Ўзбекистон пахта-тўқимачилик кластерлари уюшмаси раиси, иқтисодиёт фанлари доктори, сенатор Муртазо Раҳматовга мавзуга кириш мақсадидада даслабки саволни умумийроқ қилиб, қуйидагича берган: *“Суҳбатимизни кўпчиликни қизиқтирган савол билан боиласак. Айтинг-чи, аграр соҳани модернизация ва диверсификация қилиш жараёнида нима учун айнан кластер усулидан фойдаланилмоқда?”* Назаримизда, журналист бу билан шундоқ ҳам соҳада ишлаб турган фермерлик ҳаракати бор-ку, кластер усулига ўтишга қандай зарурат туғилди, демоқчи. У суҳбатни масалага ғоявий ёндашуви асосида давом эттириб, навбатдаги саволни янада қатъий қилиб қўяди: *“Кластерлар фермерлик ҳаракати билан таққослаганда қандай устунликка эга? Аграр соҳадаги янги усул ҳақида салбий фикрлар пайдо бўлишига нима сабаб бўлмоқда?”* Шу тариқа кластер тизимига нисбатан бўлаётган ишончсизлик сабаб ва омилларини излайди. Соҳадаги мавжуд камчиликларни суҳбатдоши тилидан эшитишга эришади ҳам. *“Яширмаймиз, янгилик жорий қилинган жойда унча-мунча камчилик ҳам учраши табиий ҳол. Шу маънода, кластерлар тизимида ҳам айрим жузъий муаммолар кузатилаётгани бор гап. Аммо ривожланиш натижаларини таҳлил қилмай, бир томонлама фикр билдириш адолатдан эмас. Чунки халқимиз орасида «кластер» деб айтилаётган айрим пахта-тўқимачилик ташиқлотларининг иш юритиш шакли ва усули кластер моҳиятига мутлақо тўғри келмайди. Ҳақиқий кластернинг зояси иқтисодиётни қудратли, халқимизни бой-бадавлат қилишга қаратилган”*.

Суҳбатда айрим саволлар умумий тарзда берилгани ҳам сезилади. Аммо мухбир соҳа ривожига масъул раҳбар мулоқотда сунъийлик сезилмайди, соҳани чуқур билиши туфайли кенг жамоатчилик эътирозига сабаб бўлаётган жиҳатлар ҳақида асосли саволларни қўяди ва бунга жўяли жавоб ҳам олади. Суҳбат жонли ва самимий кечганини алоҳида эътироф этиш жоиз. Бинобарин,

“журналистикада фикрни шакллантириш ОАВнинг асосий вазифаси — жамоатчилик онгига таъсир этиш ва уни шакллантиришдан кейин иккинчи ўринда туради. Шундай қилиб, замонавий журналистиканинг бош вазифаси одамларда фуқаролик жамияти талабларига жавоб берадиган, жамиятни демократлаштириш ва бозор иқтисодиёти муносабатлари талабларидан келиб чиқадиган ижтимоий-психологик сифатлар, қарашлар ва ишончни шакллантиришдан иборатдир” [1, 160].

### **ХУЛОСА**

Босма ОАВларда тўқимачилик саноати масалаларини ёритишда таҳлилий жанрнинг ўрнига қаратилган тадқиқотимизнинг дастлабки натижаларидан келиб чиққан ҳолда, қуйидаги таклифларни берамиз:

**Биринчидан**, таҳлилий журналистикада жанрлар ранг-баранглигини таъминлаш керак. Газета ва журналларда, асосан, мақола жанридан фойдаланилади. Ҳатто мақолага нисбатан ихчам ҳажмга эга бўлган корреспонденция ҳам жуда кам учрайди.

**Иккинчидан**, шарҳ, айниқса, иқтисодий шарҳни йўлга қўйиш зарур. Афсуски, бугунги кунда матбуот саҳифаларида спорт шарҳлари берилади, холос. Камдан-кам ҳоллардагина иқтисодий шарҳ чоп этилади. Уларни ҳам жанр талабларига тўлиқ жавоб беради, дея олмаймиз.

**Учинчидан**, журналист суриштирувини йўлга қўйиш зарур. Ўзбек журналистикасида суриштирув жанри ноёб ҳодисага айланиб қолганига кўп бўлган. Лекин унга бўлган талаб сўнмаган. Боиси бу жанр кўпчилик илғамаган глобал муаммоларни олиб чиқиш орқали жамиятга кўзгу тутди. Йўқолиб қолган ана шу ойнани топиш миллий журналистикаси олдидаги асосий вазифадир.

Хулоса қилиб айтганда, миллий манфаатларимиз нуқтаи назаридан глобал ахборот бозорида ўзбек оммавий ахборот воситалари ўз сўзи ва таъсир кучига бўлиши керак. Бунга эса миллий медиамаконда ҳар қандай таҳдидга муносиб жавоб бера оладиган таҳлилий материаллар – контентлар яратиш туфайли эришилади. Демак, соҳа учун рақобатбардош кадрлар тайёрлаш, ҳақ гапни гапиришдан кўркмайдиган жасур журналистларни шакллантириш долзарблик масала бўлиб қолаверади.

### **Фойдаланилган адабиётлар (REFERENCES)**

1. Ворошилов В. В. Журналистика. Санкт-Петербург-2001. 216 с.
2. Горохов В.М. Закономерности публицистического творчества: Пресса и публицистика. — Москва : Мысль, 1975. 190 с.

3. Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста. — СПб.: Питер, 2011. — 400 с.
4. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: учебное пособие. — Москва : Аспект Пресс, 2013. — 352 с.
5. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.:Галерия, 2002.— с.154.
6. Тошпўлатова Н. Таҳлилий журналистика. — Тошкент, 2019. 207 б.
7. Худойкулов М. Журналистика ва публицистика. — Тошкент: Тафаккур, 2010. 288 б.
8. Қосимова Н., Тошпўлатова Н., Шофайзиева Н., Муратова Н. Босма ОАВ таҳририятлари учун ўқув қўлланма. — Тошкент, 2008. 77 б.
9. Журналистика, реклама, паблик рилейшнз. Луғат. Маълумотнома. — Т.: Zar qalam, 2003, 400 б.
10. Русча — ўзбекча луғат.// Масъул муҳаррир Мадвалиев А. 1-жилд. — Тошкент: “Ўзбекистон Миллий энциклопедияси” ДИН. 2013, 36-б.
11. Алламбергенова П. Журналистикада жанр масаласи.// Ўзбекистонда хорижий тиллар, 2020, № 1(30), 158–165.
12. Одамларнинг янгилик ва таҳлилларга бўлган эҳтиёжини тўлдирмасак, буни бошқалар қилади.// Gazeta.uz.2024 йил 13 январь.  
<https://www.gazeta.uz/uz/2024/01/13/media/>