



JURNALISTIKADA JANRLARNING KLASSIFIKATSIYALANISHI

Kuramboyeva Dildora Ulug'bek qizi

Berdaq nomidagi Qoraqalpoq davlat universiteti Qoraqalpoq filologiyasi
va jurnalistika fakulteti 3-bosqich talabasi,
dildorakuramboyeva2000@gmail.com
<https://doi.org/10.5281/zenodo.6027098>

MAQOLA TARIXI

Qabul qilindi: 15-dekabr 2021

Ma'qullandi: 15-yanvar 2022

Chop etildi: 5-fevral 2022

KALIT SO'ZLAR

*janr, publitsistika, tasnif,
ma'no.*

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada jurnalistikada janrning ma'nosi masalasi tahlil qilinadi. U birinchi navbatda janr tushunchasining ma'nosini bildiradi va janrlarga xos xususiyatlarni beradi. Bundan tashqari, sohadagi janrlarning mazmuni haqida fikr-mulohazalar berilgan.

Ma'lumki, jurnalistikaning asosiy vazifasi axborot berishdir. Biroq, ma'lumotni qanday tartibda etkazishning eng yaxshi usuli haqida soha mutaxassisleri turli xil fikrlarga ega. Ba'zi ekspertlar har qanday voqea haqidagi ma'lumot ma'lum bir janrga mos ravishda tayyorlanishi kerak, deb hisoblasa, boshqalari ma'lumotni bunday janr "ramkalari" ga kiritmaslik tarafdori. Ba'zilar hattoki, bugungi kunda jurnalistikada janrlarga ehtiyoj yo'q, deb hisoblaydi. Ular buni hozirda axborotning ortiqchaligi va unga ehtiyoj ortib borayotgani bilan izohlaydilar. Ya'ni, hozirgi vaqtda asosiy masala - axborotni qanday uzatish emas, balki uni qanday zudlik bilan uzatish, birinchilardan biri. Badiiy va publitsistik janrlarning materiallari muallif idrokidan o'tgan faoliyatning hissiy va badiiy umumlashtirilishi bilan tavsiflanadi. Jurnalist obrazli umumlashtirish, matn terish, turli badiiy usulblardan foydalanadi.

Ushbu turdagi asosiy janrlar:

- yozish,
- feleton,
- parodiya,

- broshyura.

Insho janr sifatida

Bir versiyaga ko'ra, insho tushunchasi sirli "kontur" dan kelib chiqadi. Ushbu janrda ob'ektlar yoki jarayonlarni tavsiflovchi, tushuntiruvchi materiallar mavjud. Insholar sintetik janr bo'lib, unda vizual-majoziy va tadqiqot elementi mavjud. Insho tayyorlash uchun siz muhim jurnalistik tajribaga ega bo'lishingiz kerak. Odatda yozishmalar, reportajlar va maqolalarni "zabt etgandan" keyin bu janr bilan ishlashga kelishadi. Ko'zoynak muhiti ayniqsa muammoli, portret, sayohatni ta'kidlaydi.

Obraz mavzusidagi birinchi turdagi inshoda muammoli vaziyat yuzaga keladi, u jurnalist tomonidan tahlil qilinadi. Analitik printsipning sezilarli darajada mavjudligi sababli, muammoli insho davlatga ayniqsa yaqin. Ammo davlatdan farqli o'laroq, bu turdagi materiallarda muammo nafaqat raqam va faktlarda, balki qahramonlarga ix ta'sirlarda ham ko'rsatiladi. Muammoli insho real hayotdagi odamlarni o'z ichiga oladi. Barcha ix afzalliklari va kamchiliklari bilan. Muammo ko'pincha inshoning asosiy



qahramonlari o'rtasidagi ziddiyat orqali, shuningdek, o'zi orqali ko'rsatiladi.

Qahramonning portretida u doimo shaxsdir. Barcha materiallar qahramonning ichki dunyosini ochib berishga, uning tashqi dunyo bilan o'zaro ta'siriga, uning harakatlari motivatsiyasini, hayotiy mazmuni va ustuvorligini tushunishga qaratilgan. Bunday qahramon, qoida tariqasida, ma'lum bir "epoksi ramz", "zamonamiz qahramoni", tomoshabinning "odatiy vakili" va boshqalar.

Sayohat inshosi - bu voqealar, odamlar bilan uchrashuvlar, sayohat paytida jurnalist bo'lgan ishtirokchi tasvirlangan voqea. O'z yo'lida insho ko'pincha kundalik yozuvlarga o'xshaydi - voqealar tavsifi, muallifning ular bilan oddiy tanishligiga ko'ra, ketma-ketlikda amalga oshiriladi. Hodisalar muhiti auditorlar uchun eng qiziqarli, ahamiyatlisi tanlanadi. Ko'pincha jurnalist yordamchi, misol, statistik ma'lumotlarni, o'tmishdagi shaxsiy kuzatishlarni sayohat inshosiga qo'shadi.

Feleton janr sifatida

Feleton har qanday kamchilikni, uni masxara qilish maqsadida yovuzlikni satirik tarzda namoyish etadi. Feletoning predmeti sifatida hozirgi davrda jamiyatga xos fakt yoki hodisa tanlanadi. Axborot shunday beriladiki, inson yoki hodisaning yaratilgan tasviri nuqsonli xususiyatlarga ega bo'ladi, kulgili bo'ladi. Feleton yozish yuqori jurnalistika mahoratini talab qiladi.

Janr sifatida parodiya

Parodiyaning maqsadi, xuddi feleta kabi, odamlarni masxara qilishdir. Bu maqsadni amalga oshirish uchun ushbu yanra materiallarida insonning xatti-harakati taqlid qilinadi.

Parodiya yaratish uchun giperbola, grotesk, ironiya kabi badiiy vositalar qo'llaniladi. Shunday qilib, masalan, giperbola yordamida ma'lum bir shaxsning

ahamiyatsiz, ammo xarakterli xususiyatlari va boshqalar bo'rttiriladi.

Buklet janr sifatida

Broshyura - bu uning qahramoni yoki qahramonini yo'q qilishga yordam beradigan insoniy nuqsonlarni aniqlashga bag'ishlangan material. Pamfletda, parodiyada bo'lgani kabi, giperbola ham, istehzo ham qo'llaniladi, lekin ularga ko'pincha ochiq kinoya qo'shiladi.

Biroq jurnalistikada "janr" tushunchasi alohida o'rin tutadi va turli janrlarning turlari va qo'llanish usullari bo'yicha ko'plab mutaxassislar tadqiqot ishlarini olib borishgan. Sohada bu tushunchaning mohiyati va mazmunini tushunish uchun uning nazariy asoslarini ko'rib chiqish zarur. Jurnalistika nazariyasi boshqa sohalar qatori uning materialini, mahsulotlarini tasniflaydi. Jurnalistik materiallarning xilma-xilligi ularni janrlarga bo'linishni taqozo etadi. "Janr deganda ommaviy axborot vositalari (ommaviy axborot vositalari) matnlarida umumlashtirilgan va tiplashtirilgan voqelikni aks ettirishning badiiy va publitsistik shakli tushuniladi". Agar uning ma'nosiga murojaat qiladigan bo'lsak, "janr" so'zi fransuz tilidan olingan bo'lib, "mehribon", "saralash" ma'nolarini bildiradi. Ko'pchilik jurnalistlarning fikricha, umuman olganda, jurnalistik material tayyorlashda janrlar haqida hech narsa bilish shart emas. Buning asosiy sababi shundaki, ular janrlarni bir-biridan aniq ajrata olishmaydi. Xo'sh, nima uchun bizga janrlar kerak, ular endi faqat nazariy jihatdan qolmoqdam? Har qanday gazetani o'qish orqali siz yangiliklar, reportajlar, insho yoki maqolalarni topishingiz mumkin. Lekin ular nima deb atalishi, ma'lum bir jurnalistik asar qaysi janrga mansubligi kitobxonni qiziqitirmaydi. Shunga qaramay, janrlar bir qator



xususiyatlarga ega, ularning ommaviy axborot vositalari faoliyatidagi ahamiyati har doim ham hayratlanarli emas. Bu xususiyatlarni ko'rib chiqish uchun ularning tasnifi haqida ma'lumotga ega bo'lish kerak. Janrlarni tasniflashda turlicha yondashuvlar mavjud. Masalan, tadqiqotchi Lev Kroychik quyidagi yondashuvni taklif qildi:

1. Operatsion yangiliklar - bu barcha turdagi yangiliklarni o'z ichiga oladi;
2. Operatsion tadqiqot - bu guruh reportaj, reportaj, intervyu kabi janrlardan iborat;
3. Tadqiqot yangiliklari - yozishmalar, sharhlar;
4. Tadqiqot - maqola, xat;
5. Tadqiqot shaklidagi - bu guruhga felyeton, ocherk kabi janrlar kiradi.

Lev Kroychikning qarashlari o'zbek publitsistikasidagi janrlar tasnifiga juda o'xshash. O'zbek jurnalistikasida odatda uch guruh janrlari ajratiladi:

- axborot — eslatma, reportaj, reportaj, intervyu;
- Analitik - maqola, yozishmalar, suhbat, taqriz, taqriz;
- Badiiy-publitsistik - insho, ocherk, felyeton, risola.

Ko'rinib turibdiki, L.Kroychik tasnifida janrlarning ichki o'ziga xos xususiyatlari alohida hisobga olinadi, shuning uchun guruhlar soni ko'proq. O'zbek publitsistikasida janrlar umumiy o'xshashlik va belgilarga ko'ra umumlashtiriladi. Tadqiqotchi Semyon Gurevich butunlay boshqacha yondashadi:

Yangilik axboroti janrlari;

- dialog janrlari;
- Situatsion-tahliliy janrlar;
- epistolyar janrlar;
- Badiiy va publitsistik janrlar;
- satirik janrlar

Bu yondashuvda janrlar, asosan, umumiy belgilariga ko'ra guruhlarga bo'linganini ko'rish mumkin. Darhaqiqat, bu masala doimo tadqiqotchi va mutaxassislarining diqqat markazida bo'lib kelgan. Bundan kelib chiqadiki, jurnalistikada janrlarni tasniflash katta ahamiyatga ega. G'arb mamlakatlarida janrlarga bo'linish yuqoridagi tasnifdan juda farq qiladi. Ya'ni, bosma nashrlarda ikki turdagi materiallar mavjud deb hisoblanadi: yangiliklar (yangiliklar) va yirik maqolalar (xususiyatlar). Yangiliklar voqealar haqida ma'lumot beruvchi materiallar bo'lib, katta hajmdagi maqolalar turli janrlarda chop etilishi mumkin bo'lib, ular har qanday ma'lumotni taqdim etish bilan birga voqelikni tahlil qilish yoki dam olish vazifasini bajarish xususiyatiga ega. Suhbat, rukn, felyeton, taqriz kabi janrlar shular jumlasidandir. Tarixdan ma'lumki, publitsistik janrlar asta-sekin, turli davrlarda vujudga kelgan. Xususan, felyeton janri 18-asrda paydo bo'lgan, ocherkning paydo bo'lish tarixi 16-17-asrlarga to'g'ri keladi. Keyinchalik ular bir qancha guruhlarga bo'lingan. Avvalda ularning soni ko'p bo'lgan bo'lsada, hozirda amalda faqat ma'lum turdagi janrlardan foydalaniladi. Masalan, telejurnalistikada reportaj janrida tayyorlangan materiallarga tez-tez duch kelamiz. Matbuot va radioda esa bunday publitsistik asarlar kam uchraydi. Eng keng tarqalgan janr - axborot (yoki ba'zi nazariyalarga ko'ra, yangiliklar) barcha turdagi ommaviy axborot vositalarida tez-tez uchraydi. Albatta, har bir davlatda barcha turdagi ommaviy axborot vositalarida "yangiliklar", "yangiliklar" yoki "so'nggi xabarlar", "xabarlar" kabi alohida bo'limlar yoki sarlavhalar mavjud. Yangilik janrining keng tarqalishining asosiy sababi uning



hajmining kichikligi, tahliliy va badiiy tafsilotlarning yo'qligi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Mirziyoyev SH.M. Erkin va faravon, demokratik O'zbekiston davlatini bir galikda quramiz.2017 yil 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha HAKAKATLAR STRATEGIYASI.
2. Pidayev T.R.- O'zbekiston matbuotining o'tmish va kechmishi. O'zbekiston matbuoti, 1996,2,3,5-sonlar.
3. Abduazizova N. O'zbekiston jurnalistikasining shakllanishi va ravnaqi. (XIX asr oxiri va XX asr). – T., 1998.
4. Mo'minov F. A. Jurnalistika ijtimoiy institut sifatida. – T., 1998.
5. Bob Abelman & Cheryl Rushner A theater criticism/ arts journalism primer refereeing the muses / New York 2016

