



UDK:050/070:004:808(091)(575.1)

Nodira MUSAYEVA,
O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiya universiteti, PhD
E-mail: an_nodira@mail.ru

JIDU dotsenti v.b., PhD A.Xalilova taqrizi asosida

MILLIY VA XALQARO AXBOROT AGENTLIKHLARI TIPOLOGIYASINING FUNKSIONAL FARQLARI

Annotation

Mazkur maqolada axborot agentliklarini mulkchilik, mafkura, maqsadli auditoriya va ta'sir doirasi kabi turli omillarga qarab turlarga ajratish mumkinligi tahliliy bayon etildi. Axborot agentliklari mahalliy yoki milliy, mintaqaviy va global xususiyatga, mavzu ko'lamiga bo'yicha esa universallashtirilgan va ixtisoslashgan turlarga ajratildi. Ixtisoslashgan axborot agentliklarini ham bir qancha yo'nalishlarga ajratish taklif etilgan. Shuningdek, bir vaqtning o'zida bir nechta turdagi toifalarga ega bo'lishi mumkinligi asoslandi.

Kalit so'zlar: Axborot agentligi, tipologiya, Uza axborot agentligi, Reyters axborot agentligi, Sinhua axborot agentligi.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ТИПОЛОГИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ

Аннотация

В данной статье аналитически рассматривается возможность классификации информационных агентств по типам, основанную на различных факторах, таких как форма собственности, идеология, целевая аудитория и сфера влияния. Информационные агентства подразделяются на локальные (национальные), региональные и глобальные по характеру деятельности, а также на универсальные и специализированные по тематике. Предлагается также разделить специализированные информационные агентства на несколько направлений. Также утверждается, что они могут относиться к нескольким типам одновременно.

Ключевые слова: Информационное агентство, типология, информационное агентство Уза, информационное агентство Рейтер, информационное агентство Синьхуа.

FUNCTIONAL DIFFERENCES IN THE TYPOLOGY OF NATIONAL AND INTERNATIONAL NEWS AGENCIES

Annotation

This article analytically describes the possibility of classifying news agencies into types based on various factors such as ownership, ideology, target audience, and sphere of influence. News agencies are divided into local or national, regional, and global in nature, and into universal and specialized types based on the scope of the subject. It is also proposed to divide specialized news agencies into several areas. It is also argued that they can have several types of categories at the same time.

Key words: News agency, typology, Uza news agency, Reuters news agency, Xinhua news agency.

Axborot agentliklari zamonaviy ommaviy axborot vositalarining yangilik taqdim etuvchi generatori hisoblanadi. Aynan shu yerda muhim ma'lumotlar to'planadi, so'ng jahon bo'ylab turli mamlakatlarning OAV kanallariga tarqatiladi.

Axborot agentliklari tipologiyasini o'rganish media sohasida rivojlanish jarayonining tezlashuvi, tarmoqlanishi, kengayishi, obunachi va o'quvchi rolining ortishi OAV o'rtasida sog'lom raqobatning kuchayishi jarayonida dolzarb masaladir. Shuningdek, soha rivojlanishidagi asosiy tendensiyalarni aniqlashga yordam beradi.

Axborot agentliklarini mulkchilik, mafkura, maqsadli auditoriya va ta'sir doirasi kabi turli omillarga qarab mahalliy yoki milliy, mintaqaviy va global turlarga ajratish mumkin. "Xalqaro agentliklarning asosiy xususiyatlari – global miqyosdagi faoliyat, axborotni yig'ish, qayta ishlash va tarqatish tezligi, texnologik innovatsiyalarga tezkorlik bilan javob berish, muxbirlar va vakolatxonalarining keng qamrab oluvchi tarmog'i, ulkan moliyaviy imkoniyatlar – milliy va mintaqaviy xizmat ko'rsatishdir. Mintaqaviy agentliklarning tuzilishi reklama va tijorat ma'lumotlarini tarqatishda ham katta ahamiyatga ega".

Axborot agentliklarining joylashuvi bo'yicha quyidagicha tasniflandi:

1. Milliy axborot agentliklari. Ushbu agentliklar hukumat nazorati ostida boshqariladi va mamlakat yoki mintaqa yangiliklarini yoritadi. Har bir mamlakatning o'z milliy axborot agentligi mavjud. Masalan, "O'za", "Azertaj", "Kazinform", "Kabar" va "Anadolu" (Turkiya) va hokazo.

2. Mintaqaviy axborot agentliklari. Bunday agentliklar asosan muayyan mintaqa yoki hudud, masalan, shtat yoki mamlakat haqidagi yangiliklarni yoritishga e'tibor qaratadi. "Press Trust of India" (Hindiston), Sinhua (XXR), "LINA" (Lotin Amerikasi).

3. Xalqaro axborot agentliklari. Bunday agentliklar butun dunyo bo'ylab yangiliklarni yoritishga ixtisoslashgan bo'lib, asosiy e'tiborni transchegaraviy va global voqealarga qaratadi. Misol sifatida, Reyters, Associated Press, Frans press, TASS axborot agentliklari.

Mavzu ko'lamiga bo'yicha ham 2 guruhga ajratish mumkin:

1. Universallashtirilgan axborot agentliklar. Bu agentliklar siyosat, iqtisod, ko'ngilochar, madaniyat, sport kabi ko'plab yo'nalishdagi yangiliklarni yoritadi. Bunday agentliklarga O'za, Associated Press, Frans press, "RIA Novosti" agentliklarini misol qilib keltirish mumkin.

2. Ixtisoslashgan axborot agentliklari. Bu agentliklar moliya, fan, texnologiya, atrof-muhit, sog'liqni saqlash kabi qamrovning muayyan sohalariga ixtisoslashgan bo'ladi. Blumberg (moliya), "Science News" (ilm-fan) va "Environment News Service" (atrof-muhit) agentliklari shular jumlasidandir.

Ixtisoslashgan axborot agentliklarini ham quyidagi yo'nalishlarga ajratish taklif etildi:

1. Tijoratlashgan axborot agentliklari: Bular xususiy korporatsiyalarga tegishli bo'lib, daromad va foyda olish maqsadida faoliyat yuritadi. Ular butun dunyo bo'ylab bir qator yangiliklar va dolzarb voqealarni qamrab oladi. Masalan, Reyters, Blumberg axborot agentliklari moliyaviy-tijoriy amaliyotlar, ma'lumotlar bilan tanishtiradi.

2. Siyosiy axborot agentliklari. Bu agentliklar jahon maydonida sodir bo'layotgan siyosiy yangiliklar va voqealarni yoritishga ixtisoslashgan. Masalan, "Dunyo", "Politico", "The Hill" kabi axborot agentliklari.

4. Xalq jamiyati axborot agentliklari: Bu kabi agentliklar jamoatchilikning fikr-mulohazalariga tayangan holda kontent tayyorlaydi. Bunday agentliklarga misol sifatida "iReport", "Global Citizen" kabi axborot agentliklari kiradi.

5. Sport axborot agentliklari. Ushbu agentliklar sport bilan bog'liq yangiliklar va voqealarga ixtisoslashgan. Bunday agentliklarga misol sifatida "ESPN" va "Sky Sports News"ni keltirish mumkin.

6. Matbuot (press) agentliklari. Bu agentliklar axborot manbalari va ommaviy axborot vositalari o'rtasida vositachi bo'lib, ularni o'z vaqtida va to'g'ri axborot bilan ta'minlashga xizmat qiladi.

8. Fan va texnologiya axborot agentliklari. Ushbu agentliklar fan va texnologiya sohasidagi so'nggi kashfiyotlar, innovatsiyalar bilan bog'liq yangiliklar va ma'lumotlarni taqdim etadi. Bunday agentliklar sirasiga "Science Daily" va "Wired" kabi axborot agentliklari kiradi.

Axborot agentliklari bir vaqtning o'zida bir necha turdagi toifalarga ega bo'lishi mumkin. Misol uchun, axborot agentligi asosan siyosiy yangiliklarni yoritishga ixtisoslashgan, biroq ma'lum darajada ko'ngilochar va sportga doir ma'lumotlarni ham yetkazishi mumkin. Xuddi shunday, moliyaviy axborot agentligi ham moliyaviy bozorlarga ta'sir qiluvchi siyosiy va iqtisodiy yangiliklarni yoritadi. Global ahamiyatga ega bo'lgan axborot agentliklari odatda ma'lum bir turdagi yangiliklarga e'tibor qaratadigan va media landshaftidagi o'zgarishlarga moslashuvchan bo'ladi. Masalan, Associated Press, "CNN" va "BBC" barcha toifadagi yangiliklarni yorituvchi universal va global axborot agentligidir.

Shuningdek, axborot agentliklari tipologiyasida o'ziga xos xususiyatlar aniqlandi. Masalan, Reyters axborot agentligi tijoriy, iqtisodiy xabarlarini yoritishga ixtisoslashgan bo'lishiga qaramay, quyidagi yo'nalishlarda ham ma'lumotlar uzatadi:

1. Biznes va moliya. Agentlik global moliyaviy bozorlardagi jarayonlarni har tomonlama yoritib borishi, investorlar va treynderlar uchun shaxsiylashtirilgan yangiliklar, tahlillarni taqdim etishi bilan mashhur. Masalan, "Pandemiya qo'rquvi va investorlarda umid uchqunlanayotgan bir paytda dollar kursi pasaydi" sarlavhali maqolada dollar kursining pasayishi iqtisodiyotga sezilarli ta'sir qilgani, ayrim barlar va korxonalar yopilgani, Xitoy iqtisodida bir muncha o'sish kuzatilgani va shunga o'xshash natija va oqibatlar sanab o'tilgan, aniq raqamlar va statistikaga oid ma'lumotlar keltirilgan.

2. Siyosiy va xalqaro yangiliklar: Reyters butun dunyo bo'ylab so'nggi siyosiy o'zgarishlar va xalqaro mojarolar haqida muntazam axborot uzatadi. Shuningdek, agentlikda ixlosmand jurnalistlar jamoasi ham mavjud bo'lib, dunyo

sahnida yuz berayotgan voqea-hodisalarni uzluksiz yoritib boradilar. Jumladan, "Ukraina Rossiya bilan tinchlik bitimining "mohiyatini" qo'llab-quvvatlamogda, ammo nozik masalalar hali ham mavjud", "YETTBning ta'kidlashicha, aholining qarishi YAIM o'sishi uchun "vaqt bombasi" hisoblanadi" kabi maqolalarda jurnalist surishtiruvini olib borilganini kuzatish mumkin.

3. Texnologiya va innovatsiyalar: Reyters texnologiya sanoatidagi so'nggi yangiliklar va tendensiyalarni ham muntazam yoritadi. Masalan, "Tahlil: Twitter reklama biznesi sekin tiklanmogda" maqolasida ijtimoiy tarmoqning daromadi, ko'rgan zarari aniq raqamlar va statistik ma'lumotlar orqali yoritib berilganini ko'rish mumkin.

4. Atrof-muhit va ijtimoiy muammolar: iqlim o'zgarishi va inson huquqlarining buzilishi kabi muhim ekologik va ijtimoiy muammolar haqida xabar beradi. "Ma'lum bo'lgan eng qadimgi ko'rshapalaklar skeletlari uchuvchi sutemizuvchilarning evolyutsiyasiga oydinlik kiritadi" sarlavhali maqolalarga o'xshash ko'plab materiallarni topish mumkin.

XXI asr texnologiyalari, global axborot bozori, zamonaviy jurnalistika modellari, yangi tendensiyalarni ishlab chiqish o'zbek va jahon axborot agentliklari faoliyatida aks etdi. Jumladan, bunday ijobiy yuksalish O'zA, Sinhua kabi agentliklar faoliyatida kuzatildi.

O'zA axborot agentligi faoliyatining tipologik xususiyatlari ham xalqaro axborot agentliklari faoliyatidan kam emas. Agentlik "Respublika" axborot tahririyati; "Mahalliy" axborot tahririyati; "Xalqaro" axborot tahririyati; "Veb-sayt" axborot tahririyati; "Tarjima" tahririyati; "Fotoaxborot" tahririyati hamda bo'limlardan iborat.

Har bir tahririyat o'zining faoliyati mezonidan kelib chiqqan holda axborot yig'adi va tarqatadi. Axborot agentligi mavjud veb-sayti orqali auditoriyaga to'g'ridan-to'g'ri axborot uzatish orqali, o'zining mustaqil va obro'li manba sifatida o'rnini mustahkamlaydi. "Veb-sayt axboroti tahririyati"da 20ga yaqin ishchi-xodim faoliyat yuritadi. Bugungi kungacha saytning barcha ommabop ijtimoiy tarmoqlarda rasmiy sahifa hamda akkauntlari ishga tushirilgan. Jumladan, Facebook.com (o'zbek, rus va ingliz tillaridagi sahifalari), Twitter.com, Instagram.com, Telegramning o'zbek, rus tilidagi kanallari ishga tushirilgan hamda doimiy materiallar joylashtirilib borilmoqda.

O'zA agentligi veb-sahifasi orqali quyidagi ruknlardagi axborotlarga ega bo'lish mumkin:

- Siyosat – bunda yurtimiz va xorijda ro'y berayotgan voqea-hodisalar yoritib boriladi: "O'zbekiston raqamli taraqqiyot va sun'iy intellekt rivoji yo'lida yangi sahifa ochmogda", "O'zbekistonda munosib mehnat bo'yicha 2030 yilgacha mo'ljallangan dastur ishlab chiqilmogda" kabi maqolalar shular jumlasidandir.

- Jamiyat – bunda kundalik hayotda ro'y berayotgan ijtimoiy hodisalar yoritiladi: "Fuqarolarni xorijda ishga joylashtirishni va'da qilgan fribgarlar ushlandi", "Germaniyaning GIZ loyihasi xalqaro eksperti Boysunda" kabilar.

- Iqtisodiyot – asosan moliya, biznesga oid tahliliy materiallar, xabarlardan iborat: "Onlayn mikroqarzarlar uchun yangi talablar: kredit tashkilotlari ma'lumotlarni real vaqtda uzatadi".

- Madaniyat – ma'naviy-madaniy xabarlarga ixtisoslashgan. "Hukm" – haqiqat yo'lida kurashgan sudya ayol jasorati haqidagi spektakl" kabi xabarlarini o'z ichiga olgan. Shuningdek, sport, texnologiya, ilm-fan, turizm, jahon kabi ruknlari mavjud. O'zA tipologik jihatdan milliy va mintaqaviy axborot agentligi hisoblanib, universal axborotlarni yoritishga xizmat qiladi.

L.Vartanova, I.Frolova va V.Viren axborot agentliklarini axborot aylanish maydoniga qarab tiplarga ajratadi. "Agentlik yer kurrasi bo'ylab ma'lumot to'plashi, lekin uni cheklangan joyda tarqatishi mumkin. Yoki aksincha, butun dunyo bir mamlakatda sodir bo'layotgan voqealar haqida gapirishi mumkin", – deydi ilmiy maqolasida.

M. Shkondin esa, axborot agentliklarini tasniflashdan avval, OAVni tipologik tahlil qilishni taklif etadi. OAVni turlar bo'yicha (matbuot, TV, radio, onlayn OAV hamda axborot agentliklari) va darajasi bo'yicha (texnologik, iqtisodiy, auditoriya, tahririyat) ajratish mumkin. Biz tadqiqotchining "OAV axborot agentliklarining xususiyatini belgilab beradi", – degan fikriga qo'shila olmaymiz. Har bir axborot agentligi

mustaqil tipologik guruh sifatida faoliyat olib borishi kerak, degan fikrni ilgari suramiz.

Xulosa. Axborot agentliklari tipologiyasi ularning qanday ma'lumotlarni qanday tarzda va kimga taqdim etishini, shuningdek, ularning maqsadlari, etikaning roli haqida ma'lumot beradi. Bu tipologiya axborot manbalarini tanlash, ma'lumotlarning ishonchligini baholash va axborotga asoslangan qarorlar qabul qilishda muhim rol o'ynaydi. Axborot agentliklari amaliyoti shuni ko'rsatadiki, ular tipologik tasnifga ko'ra, ta'sir doirasi milliy, mintaqaviy, global miqyosda bo'lishi, mavzu ko'lami bo'yicha universallashtirilgan va ixtisoslashgan (ular tarkibida ichki ixtisoslashuv ham mavjud) turlarga ajraladi.

ADABIYOTLAR

1. Засурский Я. Н., Система средств массовой информации России. Учебное пособие для вузов /Я. Н. Засурский, М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова и др.;— М.: Аспект Пресс, 2003. — 259 с.
2. Вартанова Е.Л., Вирен Г.В., Фролова Т.И., "Типология информационных агентств". Вестник Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2013. № 3
3. <https://reuters.com>
4. <https://uza.uz>