مۇختار مەخسۇت

مۇخبىرلىق سەنئىتى

شىنجاڭ خەلق نەشرىياتى

مۇختار مەخسۇت 1957 ـ يىلى 4 ـ ئايدا گۇما ناھىيەسىدە تۇغۇلغان. 1983 ـ يىلى شىنجاڭ ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ ئەدەبىيات فاكۇلتېتىنى پۈتكۈزگەندىن كېيىن، شۇ فاكۇلتېتىنىڭ ئاخبارات كەسپىدە ئوقۇتقۇچى بولۇپ ئىشلىگەن. 1997 ـ يىلدىن 2005 ـ يىلغىچە ئاپتونوم رايونلۇق خەلق ھۆكۈمىتىدە ئىشلىگەن. 2005 ـ يىلدىن ئېتىبارەن ئاپتونوم رايونلۇق رادىئو ـ كىنو ـ تېلېۋىزىيە ئىدارىسىنىڭ مەسئۇلى بولۇپ ئىشلەۋاتىدۇ. ئۇ شىنجاڭ ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ تەكلىپلىك پروفېسسورى، جۇڭگو ئاز سانلىق مىللەت يازغۇچىلىرى جەمئىيىتىنىڭ ئەزاسى، شىنجاڭ يازغۇچىلار جەمئىيىتىنىڭ ئەزاسى، جۇڭگو ئۇيغۇر كىلاسسىك ئەدەبىيات ۋە مۇقام ئىلمىي جەمئىيىتىنىڭ مۇئاۋىن باشلىقى، شىنجاڭ ئاخباراتچىلار جەمئىيىتىنىڭ مۇئاۋىن رەئىسى.

مۇختار مەخسۇت 1974 ـ يىلى ئەدەبىي ئىجادىيەت سېپىگە كىرىپ كەلگەندىن بۇيان، 300 پارچىدىن ئارتۇق شېئىر ۋە نەسرى، 60 پارچىدىن ئارتۇق ئىلمىي ماقالىسى ئېلان قىلىندى، جۇڭگو ۋە چەت ئەل شائىرلىرىنىڭ كۆپلىگەن شېئىرىنى تەرجىمە قىلىپ ئېلان قىلدى. بىر قىسىم شېئىرلىرى خەنزۇچىغا تەرجىمە قىلىندى. ئۇنىڭ نەشىر قىلىنغان ئاساسلىق كىتابلىرىدىن «ئاشىقلار سىرى»، «تەنھا قېيىق»، «ئىلاھە چوققىسى» (تەرجىمە) قاتارلىق شېئىر توپلاملىرى، «ئاخبارات يېزىقچىلىق ماھارىتى»، «مۇخبىرلىق سەنئىتى»، «ئەسىر بوسۇغىسىدا»، «يېزىقچىلىق» قاتارلىق ئۇ ئىلمىي ئەسەرلىرى، «غەربكە ساياھەت» (رومانىنىڭ 1 ـ، 2 ـ تومى)، «يېڭى ئەسىر ــ مۇتەپەككۇرلارنىڭ ساداسى»، «بالىلارنى ئورتاق تەربىيەلەيلى»، «كەمپۈتتىن تاتلىق»، «كاتىبات يېزىقچىلىقى» قاتارلىق تەرجىمە ئەسەرلىرى بار.

مۇختار مەخسۇت

مۇخبىرلىق سەنئىتى

شىنجاڭ خەلق نەشرىياتى

图书在版编目(CIP)数据

记者的笔：维吾尔文 / 穆合塔尔·买合苏提编. — 乌鲁木齐：新疆人民出版社，2012.1
ISBN 978 - 7 - 228 - 14973 - 5

Ⅰ.①记... Ⅱ.①穆... Ⅲ. ①新闻工作 — 中国 — 维吾尔语(中国少数民族语言) Ⅳ.①G212.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第282623号

责任编辑	孜来汗·艾则孜
特约编辑	吐尔送·阿木提
责任校对	再米拉·裴达依
特约校对	万力·再顿
封面设计	买买提·诺比提
出版发行	新疆
电　　话	0991-2827472
地　　址	乌鲁木齐市解放南路348号
邮　　编	830001
印　　刷	新疆生产建设兵团印刷厂
经　　销	新疆维吾尔自治区新华书店
开　　本	880×1230毫米 1/32开本
印　　张	11.5
版　　次	2012年2月第1版
印　　次	2012年2月第1次印刷
印　　数	1—3000
定　　价	30.00 元

مۇندەرىجە

بىرىنچى باب ئومۇمىي بايان 1
بىرىنچى پاراگراف ئاخبارات مۇخبىرلىقى پائالىيىتىنىڭ
بارلىققا كېلىشى ۋە تەرەققىياتى 1
ئىككىنچى پاراگراف ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ تەبىرى ... 7
ئۈچىنچى پاراگراف ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ
ئالاھىدىلىكى 10
تۆتىنچى پاراگراف ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ ئاخباراتچىلىق
پائالىيىتىدىكى ئورنى ۋە رولى 20

ئىككىنچى باب مۇخبىر 26
بىرىنچى پاراگراف مۇخبىرنىڭ ئىجتىمائىي فۇنكسىيەسى
ۋە ئوبرازى 26
ئىككىنچى پاراگراف مۇخبىرلارنىڭ ۋەزىپىسى 30
ئۈچىنچى پاراگراف مۇخبىرلار ھازىرلاشقا تېگىشلىك
شەرتلەر 33

ئۈچىنچى باب ئاخبارات پاكىتلىرىنى قانداق تاللاش كېرەك ... 41
بىرىنچى پاراگراف ئاخبارات پاكىتلىرىنى تاللاشنىڭ
مۇھىم ئاساسى — ئاخبارات قىممىتى 41
ئىككىنچى پاراگراف ئاخبارات يىپ ئۇچى — ئاخبارات
پاكىتىغا ئىگە بولۇشنىڭ مۇھىم شەرتى 56
ئۈچىنچى پاراگراف ئاخبارات پاكىتىنى تاللاشتىكى
ماھارەت — ئاخبارات سەزگۈرلۈكى 61

تۆتىنچى باب مۇخبىرلىقتىكى ئاساسىي ھالقىلار 69
بىرىنچى پاراگراف خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى
ئايدىڭلاشتۇرۇش لازىم 69
ئىككىنچى پاراگراف خەۋەر قىلىنىدىغان تېمىنى تاللاپ
بېكىتىش لازىم 73
ئۈچىنچى پاراگراف مۇخبىرلىق ئالدىدىكى تەييارلىقنى
ياخشى ئىشلەش لازىم 78
تۆتىنچى پاراگراف ماتېرىيال ئىگىلەش ۋە پىششىقلاپ
ئىشلەش 90

بەشىنچى باب زىيارەت قىلىش 97
بىرىنچى پاراگراف زىيارەت ۋە زىيارەتنىڭ ئەھمىيىتى ... 97
ئىككىنچى پاراگراف قانداق قىلغاندا مۇۋەپپەقىيەتلىك
زىيارەت قىلغىلى بولىدۇ؟ 99
ئۈچىنچى پاراگراف سوئال سوراش ماھارىتى ۋە
ئۇسۇلى 110

ئالتىنچى باب كۆزىتىش 127
بىرىنچى پاراگراف كۆزىتىشنىڭ رولى ۋە ئەھمىيىتى ... 127
ئىككىنچى پاراگراف كۆزىتىشتىكى شەكىل ۋە
ئۇسۇل 137
ئۈچىنچى پاراگراف كۆزىتىلىدىغان مەزمۇن ۋە ئۇنىڭغا
قويۇلىدىغان تەلەپ 142

يەتتىنچى باب سۆھبەت يىغىنى ئېچىش 149
بىرىنچى پاراگراف سۆھبەت يىغىنى ئېچىشنىڭ رولى ... 149
ئىككىنچى پاراگراف قانداق قىلغاندا سۆھبەت يىغىنىنى
ياخشى ئاچقىلى بولىدۇ؟ 151

سەككىزىنچى باب ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ ئاساسىي تەلپى ۋەمۇھىم ھالقىلار 154

بىرىنچى پاراگراف ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ ئاساسىي تەلپى 154

ئىككىنچى پاراگراف خەۋەرنىڭ ماتېرىيالىنى قانداق تاللاش كېرەك؟ 174

ئۈچىنچى پاراگراف خەۋەرنىڭ تىلى توغرىسىدا 180

تۆتىنچى پاراگراف خەۋەرنىڭ بىرقانچە خىل قۇرۇلما شەكلى 183

بەشىنچى پاراگراف خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسى 189

ئالتىنچى پاراگراف خەۋەرنىڭ ئارقا كۆرۈنۈشى 201

توققۇزىنچى باب ھەر خىل خەۋەرلەرنىڭ يېزىلىشى 209

بىرىنچى پاراگراف ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەر 209

ئىككىنچى پاراگراف ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەر 215

ئۈچىنچى پاراگراف مۇلاھىزىلىك خەۋەر 226

تۆتىنچى پاراگراف تەجرىبە خەۋىرى 230

بەشىنچى پاراگراف ئاخبارات ئۇچېرىكى 235

ئالتىنچى پاراگراف قىسقا خەۋەر 245

ئونىنچى باب تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ يېزىلىشى 250

بىرىنچى پاراگراف تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ ئالاھىدىلىكى ۋە تۈرلىرى 250

ئىككىنچى پاراگراف تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى 258

ئۈچىنچى پاراگراف تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدىكى ئىپادىلەش ئۇسۇلى 267

بەشىنچى پاراگراف تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ماۋزۇسى 291

ئالتىنچى پاراگراف شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي

خەۋەر ۋە ئۇنىڭ يېزىلىشى 297
يەتتىنچى پاراگراف ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرى ۋە ئۇنىڭ
يېزىلىشى 316
سەككىزىنچى پاراگراف خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرى ۋە
ئۇنىڭ يېزىلىشى 328
توققۇزىنچى پاراگراف قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرى ۋە
ئۇنىڭ يېزىلىشى 337
ئونىنچى پاراگراف زىيارەت خاتىرىسى ۋە ئۇنىڭ
يېزىلىشى 345

بىرىنچى باب ئومۇمىي بايان

بىرىنچى پاراگراف ئاخبارات مۇخبىرلىقى پائالىيىتىنىڭ بارلىققا كېلىشى ۋە تەرەققىياتى

ئاخبارات مۇخبىرلىقى بىر خىل كەسپىي پائالىيەت بولۇش سۈپىتى بىلەن فېئوداللىق جەمئىيەتتىن كاپىتالىستىك جەمئىيەتكە ئۆتۈش دەۋرىدە كاپىتالىزم تەرەققىياتىنىڭ پەۋقۇلئاددە ئېھتىياجىغا، شۇنداقلا يېقىنقى زامان گېزىت ـ ژۇرناللىرىنىڭ پەيدا بولۇشىغا ئەگىشىپ بارلىققا كەلگەن.

چەت ئەللەردە ئاخبارات مۇخبىرلىقى پائالىيىتىنى مىلادىيە 16 ـ ئەسىرلەردە باشلانغان، دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ. ئىتالىيەنىڭ ۋېنتسىيە شەھىرى يېقىنقى زامان بۇرژۇئازىيە گېزىتلىرىنىڭ بۆشۈكى، شۇنداقلا مۇخبىرلىق پائالىيىتى پەيدا بولغان جاي. سابىق سوۋېت ئىتتىپاقىنىڭ «ئېنسىكلوپېدىيە»سىنىڭ گېزىت قىسمىدا «ئىقتىسادىي، سىياسىي تۇرمۇشتىكى ئەڭ مۇھىم ھادىسىلەرنى زىيارەت قىلىش ۋە ئۇنى يەرلىك ئاھالىلەرگە بىلدۈرۈش گېزىتنىڭ بارلىققا كېلىشىنى ئىلگىرى سۈردى» دەپ تونۇشتۇرۇلغان. ئوتتۇرا ئەسىردىكى ۋېنتسىيە شەھىرىدە ئالدى بىلەن سىياسىي ۋەقەلەرگە، مال باھاسىغا ۋە كېمىلەرنىڭ يېتىپ كېلىشى، قوزغىلىشىغا ئالاقىدار بولغان خەۋەرلەرنى زىيارەت قىلىدىغان ئورگانلار پەيدا بولدى. ۋېنتسىيە شەھىرىدە «ئاخبارات مۇخبىرلىرى جەمئىيىتى»مۇ قۇرۇلغانىدى. فىرانسىيەلىك ئالىم گ. ۋېل يازغان «گېزىت ۋە ژۇرنال تارىخى» دېگەن كىتابىتىمۇ ئەينى ۋاقىتتىكى ۋېنتسىيە شەھىرىدە «كۆچۈرۈپ تارقاتقۇچى

ئاخبارات مۇخبىرلىرى، دوكلات قىلغۇچى ئاخبارات مۇخبىرلىرى، گېزىت مۇخبىرلىرى»نىڭ بولغانلىقى، بۇ مۇخبىرلارنىڭ يەنە «مۇكەممەل ئىش بېجىرىش ئورنى» ھەمدە «مۇخبىرلار جەمئىيىتى» بار ئىكەنلىكى يېتەرلىك پاكىتلار بىلەن تىلغا ئېلىنغان.

بۇ خاتىرىلەر كەسپىي مۇخبىرلارنىڭ ھەمدە مۇخبىرلىق پائالىيىتىنىڭ شۇ ۋاقىت، شۇ جايدا ئاۋۋال بارلىققا كەلگەنلىكىنىڭ ئەقىلگە مۇۋاپىق ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلاپ بېرىدۇ. چۈنكى، 16 ـ ئەسىردىكى ياۋروپا فېئوداللىق جەمئىيەتتىن كاپىتالىستىك جەمئىيەتكە ئۆتۈۋاتقان، كاپىتالىستىك تاۋار ئىگىلىكىدىكى ئىشلەپچىقىرىش شەكلى فېئوداللىق ناتۇرال ئىگىلىكىنىڭ بېكىنمە ھالەتتىكى ئۆز ـ ئۆزىنى تەمىنلەيدىغان ئىشلەپچىقىرىش شەكلىنى بۇزۇپ تاشلاۋاتقان دەۋردە، ئۇچۇر ئالماشتۇرۇشقا بولغان كەڭ كۆلەملىك ئېھتىياج ئاخىرقى ھېسابتا يېقىنقى زامان ئاخبارات ئىشلىرىنىڭ بارلىققا كېلىشى ۋە تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈردى. 16 ـ ئەسىردىكى ۋېنتسىيە شەھىرى سودا كاپىتالى خېلى كۈچلۈك تەرەققىي قىلغان، مەدەنىيەت زور دەرىجىدە گۈللەنگەن شەھەرگە ئايلانغان بولۇپ، ھەرقايسى ئەللەرنىڭ باي سودىگەرلىرى، جازانىخورلىرى ۋە ئاقسۆڭەكلىرى دائىم بۇ يەرگە كېلىپ ـ كېتىپ تۇراتتى. ئۇلار سىياسىي ۋە ئىقتىسادىي جەھەتتىكى رىقابەتتە دۇنيانىڭ ھەرقايسى جايلىرىدىكى ئۇچۇرلاردىن خەۋەر تېپىشقا، يەنى سىياسىي ۋەزىيەتتىكى ئۆزگىرىش، بازار ئەھۋالى، دېڭىز ۋە قۇرۇقلۇق قاتنىشى قاتارلىق ئەھۋاللارنى بىلىشكە ئىنتايىن ئېھتىياجلىق ئىدى.

بۇ خىل جەمئىيەت ئېھتىياجى ۋە ماددىي شارائىت ئاستىدا مەخسۇس ئىقتىسادىي ۋە سىياسىي ئۇچۇرلارنى خەۋەر قىلىدىغان يېقىنقى زامان گېزىتلىرىنىڭ بارلىققا كېلىشى ھەمدە مەخسۇس مۇشۇ خىل ئۇچۇرلارنى ئىگىلەيدىغان كەسپىي مۇخبىرلارنىڭ

پەيدا بولۇشى ئەجەبلىنەرلىك ئەمەس، ئەلۋەتتە.

19 ـ ئەسىرگە كەلگەندە ياۋروپا ۋە ئامېرىكىدىكى ھەرقايسى دۆلەتلەردە ئىلگىرى ـ كېيىن بولۇپ سانائەت ئىنقىلابى ئېلىپ بېرىلىپ، كاپىتالىستىك ئىقتىسادىي تۈزۈم ئورنىتىلدى، بۇرژۇئازىيە ھۆكۈمران سىنىپقا ئايلاندى. بۇرژۇئازىيە ئۆزىنىڭ ئىقتىسادىي تۈزۈمى ۋە ھۆكۈمرانلىق ئورنىنى مۇستەھكەملەش ئۈچۈن، ئاخبارات ئىشلىرىنىڭ رولىغا تېخىمۇ ئېتىبار بېرىشكە باشلىدى. كاپىتالىستىك تاۋار ئىگىلىكىنىڭ كۈنسېرى گۈللىنىشىگە ئەگىشىپ، جەمئىيەتنىڭ ئاخبارات ئۇچۇرلىرىغا بولغان ئېھتىياجى تېخىمۇ كۈچەيدى. ئۇنىڭ ئۈستىگە مەدەنىيەت ۋە پەن ـ تېخنىكىنىڭ ئۇچقاندەك تەرەققىي قىلىشى، يەنى يېڭى مەتبەئەچىلىك، قەغەزچىلىك تېخنىكىسىنىڭ كەڭ قوللىنىلىشى، تېلېگرامىنىڭ كەشىپ قىلىنىشى ئاخبارات مۇخبىرلىقى پائالىيىتىنى ۋە گېزىت نەشر ـ ئەپكارچىلىقىنى تېخىمۇ ياخشى شارائىتلار بىلەن تەمىنلىدى، شۇنىڭ بىلەن بۇرژۇئازىيە گېزىتلىرى ھەسسىلەپ كۆپەيدى. ئاگېنتلىقلار، رادىيو ئىستانسىلىرى تۈركۈم ـ تۈركۈملەپ قۇرۇلدى. بۇنىڭغا ئەگىشىپ كەسپىي مۇخبىرلار ۋە ئۇلارنىڭ مۇخبىرلىق پائالىيىتى ئۈزلۈكسىز تەرەققىي قىلدى.

مەملىكىتىمىزدە ئاخبارات مۇخبىرلىقى غەرب ئەللىرىدىن ئۈچ ئەسىرگە يېقىن كېيىن بارلىققا كەلدى. 19 ـ ئەسىرگە كەلگەندە ئېلىمىزدە بۇرژۇئازىيە گېزىت ـ ژۇرناللىرى بارلىققا كېلىشكە باشلىدى. 1815 ـ يىلى ئەنگلىيەلىك دىن تارقاتقۇچىلاردىن بولغان مېسون بىلەن مېللىن جۇڭگونىڭ مالاي يېرىم ئارىلى قىرغىقىغا جايلاشقان مالىيوجا دېگەن يەردە «بىدئەتلىكنى كۆزىتىش ئايلىق خاتىرىلىرى» ناملىق ژۇرنالنى تەسىس قىلدى. بۇ چەت ئەللىكلەر باشقۇرغان، جۇڭگولۇقلارنى ئوبيېكت قىلغان ئەڭ دەسلەپكى خەنزۇ تىلىدىكى يېقىنقى زامان ژۇرناللىرىنىڭ بىرى ئىدى. بۇ ژۇرنالنىڭ تەھرىرلىك،

مۇخبىرلىق ۋە تارقىتىش ئىشىغا يۇقىرىقى ئىككى دىن تارقاتقۇچىدىن باشقا، گۇاڭدۇڭلۇق لياڭ فا دېگەن كىشىمۇ قاتناشقانىدى. ئۇ بۇ ژۇرنالغا «شۆيە» دېگەن تەخەللۇس بىلەن ماقالە يازاتتى ھەم ژۇرنالنى بېسىپ چىقىرىشنى ئۈستىگە ئالغانىدى. دېمەك، ئۇ جۇڭگو يېقىنقى زامان تارىخىدىكى ئەڭ بۇرۇنقى مۇخبىرلارنىڭ بىرى ئىدى.

ئەپيۇن ئۇرۇشىدىن ئىلگىرى چەت ئەللىكلەرنىڭ جۇڭگو زېمىنىدا گېزىت چىقىرىشى مەنئىي قىلىنغانىدى. ئەپيۇن ئۇرۇشىدىن كېيىن جاھانگىرلار جۇڭگودا گېزىت چىقىرىش پەۋقۇلئاددە ھوقۇقىغا ئىگە بولۇۋالدى، نەتىجىدە ھەر خىل دىنىي جەمئىيەتلەرنىڭ گېزىت ـ ژۇرناللىرى، چەت ئەل سودىگەرلىرىنىڭ گېزىت ـ ژۇرناللىرى تۈركۈم ـ تۈركۈملەپ مەيدانغا كەلدى. تولۇق بولمىغان مەلۇماتقا قارىغاندا، 1850 ـ يىلدىن 1890 ـ يىلغىچە پەقەت خىرىستىيان دىنى جەمئىيىتى باشقۇرىدىغان گېزىت ـ ژۇرنال يەتمىش نەچچە خىلغا يەتكەن. بۇ گېزىت ـ ژۇرناللار جاھانگىرلارنىڭ جۇڭگوغا ھەربىي ۋە مەدەنىيەت جەھەتتە تاجاۋۇزچىلىق يۈرگۈزۈش سىياسىتىگە ماسلاشقان. مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، جۇڭگونىڭ يېقىنقى زامان ئاخباراتچىلىق ئىشلىرىنىڭ گۈللىنىشىنىمۇ ئىلگىرى سۈرگەن. 1858 ـ يىلى ۋۇ تىڭفاڭ «جۇڭگو ۋە چەت ئەل يېڭى مەلۇماتلىرى» دېگەن گېزىتنى تەسىس قىلدى. 1864 ـ يىلى چېن ئەيتىڭ «خۇئازى گېزىتى»نى تەسىس قىلدى. ئۇلار جۇڭگو بۇرژۇئازىيە گېزىتچىلىكىنىڭ باشلامچىلىرى بولۇپ قالدى. بۇ مەزگىلدە يەنە بىرمۇنچە گېزىتلەرنىڭ سىرتلارغا چىقىپ ئەھۋال ئىگىلەيدىغان مۇخبىرلىرى پەيدا بولدى. مەسىلەن، «شىنباۋ گېزىتى» (شاڭخەي گېزىتى) نىڭ ئىككى مۇخبىرى مەخسۇس شاڭخەينىڭ يەرلىك خەۋەرلىرىنى ۋە بىر قىسىم چوڭ، ئوتتۇرا دەرىجىلىك شەھەرلەرنىڭ خەۋەرلىرىنى ئىگىلەشكە تەيىنلەندى.

قاتناش، تېلېگراف ئىشلىرىنىڭ راۋاجلىنىشى ئېلىمىز

ئاخبارات ئىشلىرىنىڭ تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈردى. چەت ئەلنىڭ تېلېگراف خەۋەر تېخنىكىسى جۇڭگوغا ناھايىتى تېز تارقالدى ھەم ئاخبارات مۇخبىرلىقى تېخنىكىمىزنىڭ يۈكسىلىشىگە تۈرتكە بولدى. 1874 ـ يىلى «شىنباۋ گېزىتى» ئەنگلىيە ئىچكى كابىنېتىنىڭ قايتا تەشكىللىنىدىغانلىقى توغرىسىدىكى تېلېگراممىسىنى باستى، بۇ جۇڭگو گېزىتلىرىگە بېسىلغان تۇنجى تېلېگرامما خەۋىرى ئىدى. شۇنىڭدىن ئېتىبارەن ئاخباراتنىڭ ۋاقىتچانلىقى زور دەرىجىدە كۈچەيدى.

20 ـ ئەسىرنىڭ باشلىرىدا، ئېلىمىزدىكى بۇرژۇئازىيە ئىنقىلابچىلىرىنىڭ گېزىت ـ ژۇرناللارنىڭ كۆپىنچىسىدە بىر تۈركۈم كەسپىي ۋە ئىشتىن سىرتقى مۇخبىرلار قوشۇنى بار ئىدى. مەسىلەن، «يۈنەن» ژۇرنىلىدا مۇخبىرلارنىڭ «گېزىتىمىز مۇخبىرى»، «گېزىتىمىزنىڭ بېيجىڭدىكى ئىختىيارىي مۇخبىرى» دېگەن ئىمزالىق خەۋەرلىرى ئېلان قىلىنغانىدى.

شىنخەي ئىنقىلابىدىن كېيىن ئاخبارات مۇخبىرلىقى پائالىيىتى بارغانسېرى جەمئىيەت ۋە كىشىلەرنىڭ ئېتىبار بېرىشىگە ئېرىشتى، مۇخبىرلارنىڭ ئىجتىمائىي ئورنىمۇ نىسپىي ھالدا يۇقىرى كۆتۈرۈلدى. بەزى غوللۇق گېزىتلەر مۇخبىرلار بۆلۈمىنى تەسىس قىلىپ، ئەڭ قابىل مۇخبىرلىرىنى بېيجىڭدا دائىملىق تۇرغۇزدى. بەزى چوڭ گېزىتلەر پارىژ سۈلھى يىغىنىغا مۇخبىرلىرىنى ئەۋەتىپ، زور خەلقئارالىق يىغىنىنىڭ مۇخبىرلىق پائالىيىتىگە قاتناشتۇردى. بۇ مەزگىلدىكى سەۋىيەسى بىرقەدەر يۇقىرى مۇخبىرلارنىڭ ھەممىسى غەرب بۇرژۇئازىيە مائارىپىنىڭ تەربىيەسىنى كۆرگەن، ئۇلارنىڭ ئىچىدىكى زور كۆپ قىسمى ياپونىيەدە ئوقۇغان ئوقۇغۇچىلار بولۇپ، ئۇلار ھەم بۇرژۇئازىيە ئاخبارات نەزەرىيەسى بىلەن ئۇچراشقان، ھەم تىل ئارقىلىق ئىپادىلەش قابىلىيىتىگە ۋە كەڭ

ئىجتىمائىي ئالاقە باغلاش ئىقتىدارىغا ئىگە ئىدى. ئۇلارنىڭ ئىچىدىكى ۋەكىل خاراكتېرىگە ئىگىلىرى خۇاڭ يۈەنشىڭ، شاۋ پياۋپىڭ، لىن بەيشۈي قاتارلىق كىشىلەر ئىدى.

ئېلىمىزدە «مۇخبىر» ئاتالغۇسىنىڭ رەسمىي شەكىللىنىشى ئۇزاق تارىخىي جەريانىنى باشتىن ئۆتكۈزدى. يېقىنقى زامان گېزىت ـ ژۇرناللىرى مەيدانغا كەلگەن چاغدا، ئاخبارات مۇخبىرلىرى «ئىشلارنى بىلگۈچى»، «زىيارەتچى» دېگەن ناملار بىلەن ئاتالدى. ياپونىيەنىڭ خېڭنىڭ شەھىرىدە چىقىدىغان لياڭ چىچاۋ باش مۇھەررىرلىكىدىكى «چىڭيى گېزىتى»نىڭ 1899 ـ يىلى 2 ـ مارت 7 ـ سانىدا «مۇخبىر» دېگەن خاس ئىسىم ئىشلىتىلدى. شۇنىڭدىن كېيىن «مۇخبىر» گېزىتچىلىك كەسپى بىلەن شۇغۇللانغۇچىلارنىڭ ئومۇمىي نامى بولۇپ قالدى.

يۇقىرىقى بايانلىرىمىزنى خۇلاسە قىلغاندا، كەسپىي مۇخبىرلار ۋە ئاخبارات مۇخبىرلىقى پائالىيىتى يېقىنقى زامان بۇرژۇئازىيەسىنىڭ دەسلەپكى گۈللىنىش دەۋرىدە بارلىققا كېلىشكە باشلىدى. ئاخبارات مۇخبىرلىقى ئىجتىمائىيلىقى، ۋاقىتچانلىقى، تارقىتىشچانلىقى ناھايىتى كۈچلۈك بولغان ئەمەلىيەت پائالىيىتى. ئۇنىڭ پەيدا بولۇشى ۋە تەرەققىي قىلىشى جەمئىيەتنىڭ تەرەققىيات سەۋىيەسىنىڭ تەسىرىگە ئۇچرىماي قالمىدى ھەمدە پۈتكۈل ئاخبارات ئىشلىرىنىڭ تەرەققىياتى بىلەن چەمبەرچاس باغلاندى. 20 ـ ئەسىر كىرگەندىن بېرى، جەمئىيەتنىڭ سىياسىي ۋەزىيىتىنىڭ تۈرتكىسى، ئىقتىساد، مەدەنىيەت ۋە پەن ـ تېخنىكىنىڭ ئۈزلۈكسىز تەرەققىي قىلىشى نەتىجىسىدە، ئاخباراتچىلىق ئىشلىرى مىسلىسىز دەرىجىدە روناق تاپتى، مەخسۇس زىيارەت پائالىيىتى بىلەن شۇغۇللىنىدىغان مۇخبىرلار ھەيۋەتلىك زور قوشۇن بولۇپ شەكىللەندى، ئاخبارات مۇخبىرلىقى پائالىيىتمۇ جەمئىيەتنىڭ، كىشىلىك تۇرمۇشنىڭ ھەرقايسى ساھەلىرىگە، ھەرقايسى بۇلۇڭ ـ پۇچقاقلىرىغا ئىچكىرىلەپ كىردى.

ئىككىنچى پاراگراف ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ تەبىرى

ئاخبارات مۇخبىرلىقى دېگەن نېمە؟ بۇ، ئاخبارات مۇخبىرلىقى ئىلمىدە ئالدى بىلەن ھەل قىلىشقا تېگىشلىك مەسىلە. ئاخبارات مۇخبىرلىقىدىن ئىبارەت بۇ ئۇقۇمنى توغرا چۈشىنىش ئۈچۈن، ئالدى بىلەن ئۇنىڭغا ئىلمىي تەبىر بېرىش كېرەك.

جۇڭگو ۋە چەت ئەل ئاخباراتشۇناسلىرى ئاخبارات مۇخبىرلىقىغا خىلمۇخىل تەبىر بېرىپ كەلدى. بۇلارنىڭ ئىچىدە بىرقەدەر ۋەكىل خاراكتېرگە ئىگىلىرى تۆۋەندىكىلەردىن ئىبارەت:

— مۇخبىرلىق سۇبيېكتنىڭ ئوبيېكتنى تونۇش، تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش پائالىيىتى دېمەكتۇر.

— مۇخبىرلىق تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش پائالىيىتىنىڭ ئاخبارات خىزمىتىدىكى قوللىنىلىشى دېمەكتۇر.

— ئاخبارات مۇخبىرلىقى بىر خىل ئالاھىدە تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش بولۇپ، ئۇ ئاخباراتچانلىق، تېپىكلىك ۋە قاراتمىلىق بىر گەۋدىگە ئايلاندۇرۇلغان تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش پائالىيىتىدىن ئىبارەتتۇر.

— ئاخبارات مۇخبىرلىقى ئاخبارات خادىملىرىنىڭ زىيارەت قىلىش ۋە تەكشۈرۈش ئارقىلىق خەۋەرلەرگە تېز ئېگە بولۇشتىكى كەسپىي پائالىيىتىدۇر.

— مۇخبىرلىق مۇخبىرلارنىڭ ئوتتۇرىغا چىقىش ئىمكانىيىتى بولمىغان مۇشتەرىلەرگە ۋاكالىتەن تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش (سۆزلىشىش، كۆزىتىش) ئۇسۇلى ئارقىلىق خەۋەرگە ئىگە بولۇشنى كۆرسىتىدۇ.

— ئاخبارات مۇخبىرلىقى شەيئىلەرنى تونۇشتىكى ئۇسۇل، شەيئىلەرنى ئىگىلەشتىكى ۋاستە، شەيئىلەرنى ئىپادىلەشتىكى يول، شۇنداقلا ئاخبارات پاكىتلىرىنى قولغا كەلتۈرۈشتىكى جەريان.

يۇقىرىدىكى قاراشلارنىڭ ھەممىسىنىڭ مۇئەييەن داۋلىسى بار. ئۇلار مۇخبىرلىقنى تېخىمۇ چوڭقۇر چۈشىنىشتە بەلگىلىك رولغا ئىگە. مۇخبىرلىقنى بىر ئىلىم دەپ قارىغانىكەنمىز، ئۇنىڭ جەزمەن ئىلمىي ۋە مۇقىم تەبىرى بولۇشى كېرەك. مەن مۇخبىرلىقنىڭ تەبىرىنى مۇنداق بايان قىلىشنى مۇۋاپىق دەپ ھېسابلايمەن:

ئاخبارات مۇخبىرلىقى — ئاخبارات خادىملىرىنىڭ ئاخبارات خەۋەرچىلىكى مەقسىتىدە ئېلىپ بارغان ئوبيېكتىپ ئەھۋاللارنى چۈشىنىش ۋە ئىگىلەش پائالىيىتى، ئۇ ماھىيەتتە بىر خىل ئالاھىدە تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش خىزمىتى دېمەكتۇر.

1. ئاخبارات مۇخبىرلىقى ئوبيېكتىپ ئەھۋاللارنى چۈشىنىش ۋە ئىگىلەش پائالىيىتى.

بۇ دېگەنلىك، ئاخبارات مۇخبىرلىقى سۇبيېكتنىڭ ئوبيېكتنى بىلىش جەريانى ئىكەنلىكىنى، ھەرگىزمۇ سۇبيېكت تەسەۋۋۇرنى خالىغانچە جارى قىلدۇرىدىغان ھەمدە نەزەرىيەنى شەرھلەيدىغان جەريان ئەمەسلىكىنى كۆرسىتىدۇ. بۇ نۇقتىنى كۆرسىتىپ ئۆتكەندە، ئىدېئالىستىك مۇخبىرلىق نەزەرىيەسى بىلەن چەك - چېگرانى ئاجراتقىلى ھەمدە ئاخبارات مۇخبىرلىقى پائالىيىتىنىڭ توپ مەقسىتىنى ئايدىڭلاشتۇرغىلى بولىدۇ. ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ توپ ۋەزىپىسى ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنى ئىگىلەش، تونۇش ھەمدە ئاخبارات خام ماتېرىياللىرىنى ئىگىلەش ۋە توپلاشتىن ئىبارەتتۇر.

2. ئاخبارات مۇخبىرلىقى ئاخبارات خەۋەرچىلىكى مەقسىتىدە ئېلىپ بېرىلىدىغان پائالىيەت.

كىشىلەرنىڭ ئوبيېكتىپ ئەھۋاللارنى چۈشىنىش ۋە

ئېگىلەشتىكى پائالىيەتلىرى خىلمۇخىل بولىدۇ. مەسىلەن، كىشىلەرنىڭ سەپەرگە چىققاندا يول سورىشى، نەرسە ـ كېرەك ئالغاندا باھانى سۈرۈشتە قىلىشى، مۇھەببەتلەشكەندە قارشى تەرەپنىڭ ئىنسانىي خىسلىتى ۋە ئائىلە ئەھۋالىنى سۈرۈشتە قىلىشى قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسىنى مۇشۇ خىل پائالىيەت دەپ قاراشقا بولىدۇ. لېكىن، ئۇلار ھەرگىزمۇ مۇخبىرلىق پائالىيىتى ئەمەس. پەقەت بۇ خىل پائالىيەت ئاخبارات خەۋەرچىلىكى مەقسىتىدە ئېلىپ بېرىلغاندىلا، ئاندىن ئۇنى مۇخبىرلىق پائالىيىتى دەپ قارىغىلى بولىدۇ.

3. ئاخبارات مۇخبىرلىقى ئاخبارات خادىملىرىنى ئاساسىي گەۋدە قىلىدىغان پائالىيەت.

ئاخبارات خادىملىرى مۇخبىرلىق پائالىيىتىدىكى ھەرىكەت سۇبيېكتى، يەنى مۇخبىرلىق مۇخبىرلار تەرىپىدىن ئېلىپ بېرىلىدىغان پائالىيەت، مۇخبىر مۇخبىرلىق پائالىيىتىدىكى رىياسەتچى، زىيارەت قىلغۇچى، مۇخبىرلىق پائالىيىتى جەريانىدا مۇخبىر بىلگۈچى، ئۇ ئاڭلىق، مەقسەتلىك ھالدا ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنى بىلىش پائالىيىتىگە قاتنىشىدۇ. زىيارەت قىلىش ئارقىلىق خەۋەرلەرنى بايقاش ۋە قولغا كەلتۈرۈش مۇخبىرنىڭ پەۋقۇلئاددە ئەمەلىي ئىقتىدارى. ئوبيېكتىپ شەيئىلەردىكى ئاخباراتلىق قىممەت پەقەت مۇخبىر ۋە ئىختىيارىي مۇخبىرلارنىڭ زىيارەت قىلىشى ئارقىلىقلا ئەمەلگە ئاشىدۇ. ئوخشاش شارائىت ئاستىدا بىر مۇخبىرنىڭ سۇبيېكت ئېڭى قانچىكى كۈچلۈك بولسا، سۇبيېكتنىڭ رولى قانچىكى تولۇق جارى قىلدۇرۇلسا، مۇخبىرلىق پائالىيىتى شۇنچە كۆرۈنەرلىك ۋە شۇنچە نەتىجىلىك ئېلىپ بېرىلىدۇ.

4. ئاخبارات مۇخبىرلىقى ماھىيەتتە بىر خىل ئالاھىدە تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش خىزمىتى.

بۇ سۆز ئاخبارات مۇخبىرلىقى پائالىيىتىنىڭ ماھىيەتلىك خۇسۇسىيىتىنى كۆرسىتىپ بېرىدۇ. ماتېرىيالىزملىق ئىنكاس

نەزەرىيەسىدىن قارىغاندا، ئوبيېكتىپ دۇنيا بىلگىلى بولمايدىغان نەرسە ئەمەس، كىشىلەرنىڭ ئوبيېكتىپ شەيئىلەرگە بولغان بىلىش جەريانى مۇرەككەپ بولغان، تۆۋەندىن يۇقىرىغا ئۆتىدىغان ھەرىكەت جەريانىدۇر. پەقەت ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنى ئەستايىدىل تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلغاندىلا، كىشىلەرنىڭ سۇبيېكتىپ چۈشەنچىسى بىلەن ئوبيېكتىپ مەۋجۇدىيەت ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەتنى ھەل قىلىپ، ئۇلار ئوتتۇرىسىدا بىردەكلىك ھاسىل قىلغىلى بولىدۇ. ئاخبارات مۇخبىرلىقى سۇبيېكتنىڭ ئوبيېكتقا قارىتىلغان بىر خىل بىلىش پائالىيىتى بولغاچقا، جەزمەن تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش كېرەك. ئاخبارات مۇخبىرلىقى ماھىيەتتە بىر خىل تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش خىزمىتى دېگەنلىك ئىككى خىل مەنىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. بىرى، ئۇ بىر خىل تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش پائالىيىتى بولۇپ، باشقا تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش بىلەن ماھىيەتلىك ئوخشاشلىقى ئىگە. يەنە بىرى، ئۇ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشنىڭ بىر خىلى، يەنى پەۋقۇلئاددە شەكىلدىكى تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش بولۇپ، باشقا تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش پائالىيىتىدىن مۇئەييەن پەرقلىنىدۇ. بۇ نۇقتا كېيىنكى بابلاردا تەپسىلىي بايان قىلىنىدۇ.

ئۈچىنچى پاراگراف ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ ئالاھىدىلىكى

ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ ئالاھىدە شەكىلدىكى تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش پائالىيىتى ھېسابلىنىشىدىكى سەۋەب، ئۇ باشقا خىلدىكى تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش پائالىيىتىدىن پەرقلىنىدىغان ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىككە ئىگە. بۇ ئالاھىدىلىك تۆۋەندىكى بىر - قانچە تەرەپتە ئىپادىلىنىدۇ.

1. ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ مەقستى ئۇچۇر تارقىتىشتىن ئىبارەت.

بۇ، ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ كەسپىي مەقسىتىگە قارىتا ئېيتىلغان. ھەرقانداق بىر تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشنىڭ مۇئەييەن كەسپىي مەقستى بولىدۇ. مەسىلەن، پارتىيە، ھۆكۈمەت ئورۇنلىرىنىڭ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشى تۆۋەندىكى ئەھۋاللارنى بىلىش، سىياسەتلەرنى بېكىتىش ۋە ئۆزگەرتىش ئۈچۈن ئاساس توپلاشنى مەقسەت قىلىدۇ؛ جامائەت خەۋپسىزلىكى، ئەدلىيە ئورۇنلىرىنىڭ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشى دېلولارنى پاش قىلىش ۋە دېلو ئۈستىدىن ھۆكۈم چىقىرىشنى مەقسەت قىلىدۇ؛ تارىخچىلارنىڭ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشى تارىخنىڭ ھەقىقىي قىياپىتىنى ئېچىپ بېرىشنى مەقسەت قىلىدۇ، مۇخبىرلارنىڭ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشى، يەنى ئاخبارات مۇخبىرلىقى، كەڭ ئاممىغا ئۇچۇر تارقىتىشنى مەقسەت قىلىدۇ.

جوۋ ئېنلەي مۇنداق دەپ كۆرسەتكەنىدى: «سىلەر مۇخبىرلار ھەسەل ھەرىسىگە ئوخشايسىلەر، تەجرىبە ئالماشتۇرۇشتا ۋاستە بولىسىلەر. خۇددى ھەسەل ھەرىسى ھەسەل ئىشلەپچىقارغانغا ئوخشاش، گۈل چاڭلىرىنى تارقىتىپ، ھەر تەرەپتە گۈل ـ چېچەكلەرنى ئاچتۇرۇپ مېۋە بەرگۈزىسىلەر، ئۆزۈڭلارمۇ ھەم ھەسەل ئىشلەپچىقىرىسىلەر.» بۇ سۆز مۇخبىرلارنىڭ مۇخبىرلىق مەقسىتىگە قارىتىلغان ئىنتايىن ئوبرازلىق ۋە توغرا تەسۋىردۇر. مۇخبىرلار خەلق ئاممىسى بىلمەكچى بولغان، تېخى بىلمىگەن، بىلىشكە تېگىشلىك بولغان ئىشلارنى ئۇلارغا يەتكۈزۈشى، خەلق ئاممىسىنىڭ پىكرى ۋە ئىنكاسىنى يۇقىرىغا مەلۇم قىلىشى، يۇقىرىنىڭ مۇددىئاسىنى تۆۋەنگە يەتكۈزۈشى، دۇنيادىكى چوڭ ئىشلاردىن ئۆز مەملىكىتىدىكى خەلقلەرنى خەۋەردار قىلىشى، ئۆز مەملىكىتىدىكى زور ئىشلارنى دۇنياغا تارقىتىشى، بىر ئورۇندىكى تارقىتىش قىممىتىگە ئىگە بولغان ئىشلارنى پۈتۈن جەمئىيەتكە يەتكۈزۈشى، ھەربىر كىشىنى جەمئىيەتنىڭ ئومۇمىي

ۋەزىيىتىدىن خەۋەردار قىلىشى لازىم. ئومۇمەن ئېيتقاندا، مۇخبىر يۇقىرى بىلەن تۆۋەننى، بۇ يەر بىلەن ئۇ يەرنى، جۇڭگو بىلەن چەت ئەلنى ئۆزئارا تۇتاشتۇرۇشى لازىم، مانا بۇ مۇخبىرلىقنىڭ توپ مەقسىتى. بۇ نۇقتىدىن ئايرىلغاندا، مۇخبىرلىقنىڭ مۇستەقىل مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇش زۆرۈرىيىتىمۇ قالمايدۇ.

2. ئاخبارات مۇخبىرلىقنىڭ ۋەزىپىسى يېڭىلىقنى تۇتۇش.

ئاخبارات يېڭىدىن يۈز بەرگەن ۋە بايقالغان پاكىتنىڭ خەۋەر قىلىنىشى دېمەكتۇر. ئۇ يېڭىلىق بىلەن چەمبەرچاس باغلانغان بولۇپ، ھەر كۈنى، ھەر سائەت كىشىلەرنى يېڭى ئەھۋال، يېڭى ئۇچۇر، يېڭى ئادەم، يېڭى تەجرىبە، يېڭى مۇۋەپپەقىيەت، يېڭى مەسىلە بىلەن تەمىنلەيدۇ. يېڭىلىقتىن ئايرىلغاندا، ئاخباراتمۇ ئۆزىنىڭ مەۋجۇت بولۇش قىممىتىنى يوقىتىدۇ. قەيەردە يېڭىلىق بولسا، مۇخبىرمۇ شۇ يەردە پەيدا بولىدۇ. شۇڭا، يېڭىلىقنى تۇتۇش ئاخبارات مۇخبىرلىقنىڭ مۇھىم ۋەزىپىسى.

يېڭىلىقنى تۇتۇشتا، مۇخبىرلارنىڭ زىيارەت داۋامىدا رېئال تۇرمۇشتىكى «بىرىنچى قېتىم» يۈز بەرگەن، «بىرىنچى قېتىم» ئوتتۇرىغا چىققان نەرسىلەرنى ئىگىلىشى تەلەپ قىلىنىدۇ. دەل مانا مۇشۇ بىرىنچى قېتىملىق نەرسە مول يېڭىلىق تۇيغۇسىغا ئىگە بولغان بولىدۇ، تارقىتىلغاندىن كېيىنمۇ قوبۇل قىلغۇچىلارنى جەلپ قىلالايدۇ.

دەرۋەقە، مۇخبىرلار مۇخبىرلىق قىلىش جەريانىدا مەسىلىلەرنى ئومۇمىي ۋەزىيەت نۇقتىسىدىن كۆزىتىش ئاساسىدا يېڭىلىقنى تۇتۇشى، «تۇنجى قېتىملىق»نى تۇتۇشى كېرەك. بەزى ئەھۋاللار مەلۇم دائىرىدە (ئۆز رايونى، ئۆز ئورنىدا) يېڭىدىن يۈز بەرگەن بولسىمۇ، لېكىن ئۇنى ئومۇمىي دائىرىگە قويغاندا يېڭىلىق ھېسابلانمايدۇ ھەم خەۋەرمۇ بولالماي قالىدۇ، بەزى ئىشلار مۇئەييەن ئىدىيەۋىلىككە، يېتەكچىلىك خاراكتېرگە ئىگە بولغاچقا، داۋاملىق خەۋەر قىلىشقا توغرا كېلىدۇ. بۇنداق

ئەھۋالدا مۇخبىرلار ئىمكانىيەتىنىڭ بارىچە يېڭى ئالاھىدىلىك، يېڭى نۇقتىلار ئاساسىدا مۇخبىرلىق قىلىشى لازىم. شۇنداق قىلغاندىلا، شۇ خەۋەر يېڭى مەزمۇن، يېڭى ئەھمىيەتكە ئىگە بولىدۇ. ئاخبارات خەۋەرچىلىكىدە ئەڭ ھالقىلىقى، باشقىلارنىڭ ئىزىنى دەسسەپ مېڭىشتىن، باشقىلار نېمە دېسە، شۇنى دېيىشتىن، باشقىلار نېمە توغرۇلۇق مۇخبىرلىق قىلىپ خەۋەر بەرسە، شۇ توغرىسىدا زىيارەت قىلىپ خەۋەر بېرىشتىن ھەزەر ئەيلەش، شەيئىلەرنىڭ يېڭى تەرەققىياتى، يېڭى ئۆزگىرىشلىرىنى بايقاش، ئۇنىڭ ئوخشاش شەيئىلەر ئىچىدىكى مۇستەقىل خاسلىقىنى تېپىپ چىقىش كېرەك.

مۇخبىرلىقتا يېڭىلىقنى تۇتۇشتا، مۇخبىرلار يەنە «كونىسىنى يېڭى قىلىش» ماھارىتىنى ئۆگىنىۋېلىشى لازىم. بۇرۇن يۈز بەرگەن بەزى ئەھۋاللار يەنە خەۋەر قىلىش قىممىتىگە ئىگە بولۇپ قالسا، چوقۇم ئۇنىڭ ئۈچۈن بىر ئاخبارات ئاساسى تېپىش كېرەك.

ئاخبارات ئاساسى دېگىنىمىز، ئاخباراتنى ئاخبارات قىلىپ تۇرغان ئۇلتاش ياكى ئىسپاتتىن ئىبارەتتۇر. ئۇ بىر يېتەكلىگۈچى سۈپىتىدە كونا پاكىتلارنى ئەگەشتۈرۈپ چىقىپ، ئاخباراتنى بارلىققا كەلتۈرۈشى مۇمكىن. مەسىلەن، بىر يازغۇچىنىڭ نادىر بىر ئەسىرى بىرقانچە يىل ئىلگىرى ئېلان قىلىندى، نۇرغۇن غۇلغۇلىلار بولدى. لېكىن، خەۋەر بېرىلمەي كونا نەرسىگە ئايلىنىپ قالدى. ئەمدى مەلۇم سەۋەب تۈپەيلىدىن ئۇنى خەۋەر قىلماقچى بولساق، چوقۇم بۇ ئەسەر يېقىندا مۇكاپاتلانغان بولۇشى ياكى ئاتاقلىق بىر ئەدىب ئۇ توغرىسىدا نوپۇزلۇق باھا بەرگەن بولۇشى كېرەك. مانا بۇ «يېقىن»دىكى مۇكاپاتلىنىش ياكى نوپۇزلۇق باھا بىزنىڭ بۇ ئەسەر توغرىسىدىكى خەۋىرىمىزنىڭ ئاخبارات ئاساسى بولىدۇ. دېمەك، ئاخبارات ئاساسىنى ئىگىلەشكە ماھىر بولغاندا، نۇرغۇن پاكىتلار دائىم يېڭىلىققا ئىگە بولۇپ تۇرىدۇ.

3. ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ جەريانى تېز بولۇشنى تەلەپ قىلىدۇ.

ئاخبارات ھەر ۋاقىت تۈمەن مىڭ خىل ئۆزگىرىپ تۇرىدىغان ئوبيېكتىپ رېئاللىقىنىڭ دەل ۋاقتىدا خاتىرىلىنىشى دېمەكتۇر. ۋاقىتچانلىققا ئېتىبار بېرىش ئۇنىڭ مۇھىم ئالاھىدىلىكىنىڭ بىرى. ھەربىي ئىشلاردا «ۋاقىت غەلىبە دېمەكتۇر» دەيدىغان، مېدىتسىنادا «ۋاقىت ھايات دېمەكتۇر» دەيدىغان، مۇخبىرلىقتا بولسا «ۋاقىت ئاخبارات دېمەكتۇر» دەيدىغان گەپ بار.

نېمە ئۈچۈن ۋاقىت مۇخبىرلىق خىزمىتىدە شۇنچە مۇھىم ھېسابلىنىدۇ؟

بىرىنچىدىن، ئاخباراتنىڭ ۋاقىتچانلىقى مۇخبىرلىقنىڭ جەزمەن يۇقىرى ئۈنۈم، يۇقىرى رىتىمدا بولىدىغانلىقىنى بەلگىلىگەن. ئادەتتە ئاخبارات پاكىتى يۈز بەرگەن ۋاقىتتىن خەۋەر ئېلان قىلىنغانغىچە بولغان ۋاقىت ئارىلىقى قانچىكى كىچىك بولسا، ئاخبارات قىممىتى شۇنچە چوڭ بولىدۇ. ئەگەردە سۆرەلمىلىك قىلىپ ۋاقىت كېچىكتۈرۈلسە، خەۋەرنىڭ قىممىتى تۆۋەنلەپ كېتىدۇ ياكى يوقايدۇ. ۋاقىت ئارىلىقىنى قىسقارتىشتا مۇخبىرلىق ئىنتايىن مۇھىم بىر ھالقا. مۇخبىر ئىمكانىيەتنىڭ بارىچە قىسقا ۋاقىت ئىچىدە مۇخبىرلىق ۋەزىپىسىنى ئورۇنلاپ، ۋاقىت پەرقىنى ئەڭ قىسقا چەككە ئەكېلىشى كېرەك. باشقا خىلدىكى تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشتا بولسا، ۋاقىت مۇخبىرلىقتىكى ۋاقىتقا ئوخشاش جىددىي بولمايدۇ. مۇبادا بىر يازغۇچى ياكى بىر جەمئىيەتشۇناسنىڭ تەكشۈرۈش ئېلىپ بېرىشى ئۈچۈن بىر يىل ياكى يېرىم يىل كەتتى دېسەك، بىر مۇخبىرنىڭ زىيارىتى ئۈچۈن، دائىم بىرنەچچە كۈن، بىرنەچچە سائەت، ھەتتا ئۇنىڭدىنمۇ قىسقا ۋاقىت كېتىدۇ. بولۇپمۇ ئۇشتۇمتۇت يۈز بەرگەن ۋەقەلەر توغرىسىدا مۇخبىرلىق قىلغاندا، گاھىدا مىنۇت، سېكۇنتىنمۇ تالىشىشقا توغرا كېلىدۇ.

ئىككىنچى، بەزى ئاخبارات نەق مەيداندىكى كۆرۈنۈشلەر

كۆزنى يۇمۇپ ـ ئاچقۇچە ئۆتۈپ كېتىدۇ. شۇڭا، مۇخبىر ئۇنى ئۆز كۆزى بىلەن كۆرۈپ، بىرىنچى قول ماتېرىيالنى ئەڭ تېز سۈرئەتتە ئىگىلىشى كېرەك. رادىيو مۇخبىرلىرىنىڭ ئاۋازغا ئېلىشىدا، تېلېۋىزىيە مۇخبىرلىرىنىڭ سۈرەتكە تارتىشىدا تېخىمۇ شۇنداق بولىدۇ.

ئۈچىنچى، پەن ـ تېخنىكىنىڭ يۈكسەك تەرەققىي قىلىشى نەتىجىسىدە ئاخبارات تارقىتىش ئىشلىرى يۇقىرى سۈرئەتلىك ئېلېكترونلۇق فوتو تېلېگراف ۋە سۈنئىي ھەمراھ بىلەن بىرلىشىپ، دۇنيانى مەلۇم مەنىدىن «يەر شارى كەنتى»گە ئايلاندۇرۇپ قويدى. بۈگۈنكى بىلەن مەملىكەت ئىچى ۋە سىرتىدىكى ئاخبارات رىقابىتى تېخىمۇ كەسكىنلەشتى. بۇنداق رىقابەت ئىچىدە كىم ئەڭ ئالدىدا خەۋەر بېرەلىسە، كىم مۇستەقىل خەۋەرنى قولغا كەلتۈرەلىسە، شۇ غەلىبە قىلغۇچى بولۇپ ھېسابلىنىدۇ (ئەلۋەتتە بىز پاكىتلارنىڭ ھەقىقىيلىقى ۋە توغرىلىقى ئاساسىدا تېزلىكنى قوغلىشىمىز). ئاخبارات ئىسلاھاتى نۇقتىسىدىن قارىغاندا، مۇخبىر رىقابەتتە ئۈستۈنلۈكنى ئىگىلىمەكچى بولىدىكەن، ۋاقىت جەھەتتە بۆسۈش ھاسىل قىلىشى كېرەك.

بۇ يەردە مۇخبىرلىقتا تېز بولۇشنى تەكىتلىشىمىز، قانچە تېز بولسا، شۇنچە ياخشى دېگەنلىك ئەمەس. تېزلىك مەقسەت ئەمەس، بىر خىل ۋاسىتە. چىنلىق ئاخباراتنىڭ جېنى، مۇخبىرلىق جەريانىدا تېزلىكنى قوغلىشىپ، چىنلىق پرىنسىپىدىن چەتنەشكە بولمايدۇ. بەزى ئىشلارنىڭ جەريانى، ھەقىقىي ھالىتى ئېنىقلانمىغاندا، بىر مەزگىل كۈتۈپ ئاندىن ھۆكۈم چىقىرىشقا توغرا كەلگەندە، مۇخبىرلىق ۋاقتىنى زورمۇزور قىسقارتىشقا، تەسەۋۋۇرغا، كونا تەجرىبىگە تايىنىپلا قىياسەن ھۆكۈم قىلىشقا، ئالدىراپ ـ تېنەپ خەۋەر قىلىشقا بولمايدۇ. چىنلىقنى قۇربان قىلىش بەدىلىگە تېزلىكنى قوغلىشىشنىڭ ئاقىۋىتىنى تەسەۋۋۇر قىلغىلى بولمايدۇ.

4. ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ مەزمۇنى ئۆزگىرىشچانلىقا ئىگە بولىدۇ.

مۇخبىرلىق پائالىيىتى ھەرىكەتچانلىقى، ئۆزگىرىشچانلىقى ئىنتايىن چوڭ بولغان پائالىيەت. مۇخبىرنىڭ «ئىشخانىسى» جەمئىيەتتە، ئاما ئارىسىدا بولۇپ، مۇقىم ئورنى بولمايدۇ. مۇخبىرنى ئاخبارات بىلەن تەمىنلەيدىغان «خەۋەر ئىدارىسى» دەيدىغان مۇقىم ئورۇنمۇ بولمايدۇ. مۇخبىر جەمئىيەتنىڭ ھەرقايسى قاتلىمىدا كېزىپ يۈرىدۇ.

پەن - تېخنىكىنىڭ تەرەققىي قىلىشىغا ئەگىشىپ، مۇخبىرنىڭ پائالىيەت سەھنىسىمۇ ئۆزۈكسىز كېڭەيمەكتە. جەمئىيەتتىن ئىبارەت بۇ كەڭ دېڭىزدىن تارتىپ ھاۋا بوشلۇقىغىچە ئومۇمەن ئادەم بارلىكى جايلارنىڭ ھەممىسىدىن مۇخبىرنىڭ ئىزىنى ئۇچراتقىلى بولىدۇ. مەسىلەن، 1983 - يىلى 9 - ئاينىڭ 3 - كۈنى ئالتە نەپەر ئامېرىكا مۇخبىرى ئاسمان بوشلۇقىدا ئۇچۇپ كېتىۋاتقان «رىقابەتچى» ناملىق ئالەم كېمىسىدىكى ئۇچقۇچىلارنى تېلېۋىزىيە ئارقىلىق بىۋاستە زىيارەت قىلدى. پائالىيەت دائىرىسىنىڭ بۇنداق كەڭلىكى مۇخبىرلىقنى باشقا تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشلاردىن زور دەرىجىدە پەرقلەندۈرۈپ تۇرىدۇ.

مۇخبىرلىق ئوبيېكتى جەھەتتىن قارىغاندىمۇ، ئۇ ناھايىتى كەڭلىككە ۋە ئۆزگىرىشچانلىقا ئىگە. مۇخبىر زىيارەت داۋامىدا ھەر خىل كەسىپتىكىلەر، ھەر ساھەدىكىلەر، خىلمۇخىل ئادەملەر بىلەن ئارىلىشىدۇ. بىر قېتىملىق مۇخبىرلىقنىڭ ئۆزىدىمۇ كەسىپ، خاراكتېر ۋە سەۋىيە قاتلىمى جەھەتتىن بىر - بىرىگە ئوخشىمايدىغان خىلمۇخىل ئادەملەرنى زىيارەت قىلىشقا توغرا كېلىدۇ. بىر مۇخبىر بۈگۈن مەلۇم بىر قۇرۇلۇشنىڭ تەنتەنىلىك باشلىنىش مۇراسىمىنى زىيارەت قىلسا، ئەتىسى بەلكىم ئاپەتتىن قۇتۇلدۇرۇش جەڭ مەيدانىغا بېرىشى مۇمكىن. ئەتىگىنى مەلۇم بىر رەھبىرىي يولداشنى ياكى

ئورۇش قەھرىمانىنى زىيارەت قىلسا، چۈشتىن كېيىن بىر جىنايەتچىنى زىيارەت قىلىشى مۇمكىن. ھازىرلا شاد ـ خۇراملىقتا چۆمگەن بىر كۆڭۈل ئېچىش كېچىلىكى توغرىسىدا خەۋەر بەرگەن بولسا، ئۇنىڭغا ئۇلاپلا بىر ماتەم مۇراسىمىغا زىيارەتكە بېرىشى مۇمكىن. ئومۇمەن، جەمئىيەت تۇرمۇشى رەڭگارەڭ ۋە ئۆزگىرىشچان بولىدۇ، مۇخبىر پەقەت ئۆزىنىڭ پائالىيەت شەكلى ۋە ئۇسۇلىنى جانلىق ئۆزگەرتىپ تۇرالىغاندىلا، بۇ پەۋقۇلئاددە خىزمەت ۋەزىپىسىنى ياخشى ئورۇنلىيالايدۇ.

5. ئاخبارات مۇخبىرلىقى ئۈزۈكسىزلىككە ئىگە بولىدۇ.

شەيئىلەرنىڭ تەرەققىياتى ئۈزۈكسىزلىككە ھەم قانۇنىيەتكە ئىگە بولىدۇ. مۇخبىرلىق پائالىيىتى شەيئىلەرنىڭ مۇشۇ خىل تەرەققىياتى بىلەن چەمبەرچاس باغلانغان. دەل شەيئىلەر تەرەققىياتىدىكى بۇ ئۈزۈكسىزلىك مۇخبىرلىقنىڭ ئۈزۈكسىز بولىدىغانلىقىنى بەلگىلىگەن.

بۇ خىل ئۈزۈكسىزلىك مۇخبىرلىقنىڭ ھەر كۈنى ئېلىپ بېرىلىدىغانلىقىغا ئەمەس، بەلكى مەلۇم بىر كونكرېت شەيئىنى تەكشۈرۈشنىڭ ئۈزۈكسىز ئېلىپ بېرىلىدىغانلىقىغا قارىتىلغان. بۇ خىل ئۈزۈكسىزلىك كۆپىنچە ھاللاردا مەلۇم بىر تېما توغرىسىدىكى چاتما خەۋەرنىڭ ئېھتىياجى بولىدۇ. بۇنىڭدا مۇخبىر مەلۇم بىر شەيئىنى ئوخشاش بولمىغان ۋاقىت ئىچىدە ئوخشاش بولمىغان نۇقتىدىن تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىدۇ. ھەر قېتىملىق تەكشۈرۈش ھەم ئىچكى باغلىنىشقا ئىگە بولىدۇ، ھەم مۇئەييەن پەرقلىق بولىدۇ.

بۇنىڭدىن باشقا، تەسىرى زور بولغان مەلۇم بىر ۋەقەگە قارىتا مۇخبىر ئۇنىڭ ئاخىرلىشىشىنى كۈتۈپ، خۇلاسە شەكلىدە مۇخبىرلىق قىلماستىن، ئۇنىڭ باسقۇچلۇق تەرەققىياتى ۋە نەتىجىسىنى ۋاقتىدا خەۋەر قىلىدۇ. نەتىجىدە بۇ ۋەقە توغرىسىدىكى خەۋەر ھەم ئۈزۈكسىزلىككە، ھەم بىر پۈتۈنلۈككە ئىگە بولىدۇ.

6. ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ ئاساسىي شەكلى ئىجتىمائىي پائالىيەت شەكلىدىن ئىبارەت.

ھەرقانداق بىر كەسىپتە خىزمەتنىڭ خاراكتېرى، ۋەزىپىسى ۋە ئوبيېكتى ئوخشاش بولمىغاچقا، تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشتىكى ئۇسۇلىمۇ ئوخشاش بولمايدۇ. مەسىلەن، تارىخچىلارنىڭ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشى ئاساسەن ئىسپاتلاش ئارقىلىق بولىدۇ، مەمۇرىي ئەمەلدارلارنىڭ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشى دوكلات ئاڭلاش يولى ئارقىلىق بولىدۇ، جامائەت خەۋپسىزلىكى خادىملىرىنىڭ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشى ئاساسەن مەخپىي رازۋېدكا قىلىش شەكلىدە ئېلىپ بېرىلىدۇ. سوتچىلارنىڭ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشى ئاساسەن سوراق قىلىش شەكلىدە بولىدۇ، ۋەھاكازالار... مۇخبىرنىڭ خىزمىتى جامائەتكە ئۇچۇر تارقىتىش بولغاچقا، بۇ خىزمەت جەمئىيەتتىكى خىلمۇخىل ئىشلار، خىلمۇخىل ئادەملەرگە چېتىلىدۇ. شۇڭا، مۇخبىرنىڭ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشتىكى كەسپىي پائالىيەت شەكلى زىيارەت قىلىش بولۇپ، ئۇنىڭ ماھىيىتى ئىجتىمائىي پائالىيەت شەكلىدىن ئىبارەتتۇر.

ئىجتىمائىي پائالىيەت شەكلى دېگەن نېمە؟

ئىجتىمائىي پائالىيەت خۇسۇسىي پائالىيەتتىن پەرقلىنىدۇ. دوست تۇتۇش، مۇھەببەتلىشىش، ئائىلىۋى تۇرمۇش قاتارلىقلار ئادەتتىكى ئەھۋالدا خۇسۇسىي پائالىيەت ھېسابلىنىدۇ. مۇخبىرلارمۇ مۇخبىرلىق جەريانىدا دوست تۇتۇش، ئائىلىلەرنى زىيارەت قىلىش ئۇسۇلىنى قوللىنىسىمۇ، لېكىن ئۇ خۇسۇسىي پائالىيەتتىن پەرقلىنىدۇ. چۈنكى، مۇخبىر بۇ پائالىيەت بىلەن شۇغۇللانغان ۋاقىتتا نوقۇل شەخسىي سالاھىيىتى بىلەن ئالاقە قىلماستىن، دائىم دېگۈدەك ئاخبارات ئورگىنىنىڭ ھاۋالىسى ۋە قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ تەلىپى نۇقتىسىدىن ئوبيېكت بىلەن مۇناسىۋەت ئورنىتىدۇ.

18

ئىجتىمائىي پائالىيەت مەمۇرىي پائالىيەت قاتارلىقلاردىن ئىبارەت. مەمۇرىي ۋە قانۇنىي پائالىيەت مۇئەييەن چەكلىمىلىككە ۋە مەجبۇرلاش خاراكتېرىگە ئىگە بولىدۇ. يۇقىرى دەرىجىلىك ئورۇن تۆۋەن دەرىجىلىك ئورۇننى دوكلات قىلىشقا چاقىرتسا، دەرھال كەلمەي مۇمكىن ئەمەس. سوتچى جىنايەتچىنى سوراق قىلغاندا جەزمەن جاۋاب بېرىشى كېرەك. لېكىن، مۇخبىرنىڭ زىيارىتىدە بۇنداق بولمايدۇ. مۇخبىر بىلەن مۇخبىرلىق ئوبيېكتى ئوتتۇرىسىدىكى ئالاقە ئۆزئارا خالاش ئۇستىگە ئورنىتىلىدۇ. مۇخبىر زىيارەت ئوبيېكتىنى زىيارەتنى قوبۇل قىلىشقا، سوئالغا جاۋاب بېرىشكە زورلىيالمايدۇ. پەقەت مەمۇرىي تۈس ئالمىغان ئىجتىمائىي پائالىيەت شەكلى ئارقىلىق ئوبيېكتىنىڭ قوللىشى ۋە ماسلىشىشىنى قولغا كەلتۈرەلەيدۇ.

ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ ئىجتىمائىي پائالىيەت شەكلى بولۇشتەك بۇ خۇسۇسىيىتى مۇخبىر بىلەن مۇخبىرلىق ئوبيېكتى ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتنىڭ باراۋەر، ئەركىن بولىدىغانلىقىنى بەلگىلىگەن. زىيارەت ئوبيېكتى دۆلەت رەھبىرى بولسا، مۇخبىر ئۇنىڭ بۇيرۇقى بويىچە ئىش قىلىدىغان قول ئاستىدىكى خىزمەتكارى بولۇپ قالمايدۇ، مۇخبىرلىق ئوبيېكتى ئادەتتىكى ئىشچى ياكى دېھقان بولسا، مۇخبىر ئۇلارنىڭ نېمە دېيىشىنى بەلگىلەپ بېرىدىغان كاتتىباشى بولمايدۇ. مۇخبىرلىق پائالىيىتى جەريانىدا مۇخبىرنىڭ سالاھىيىتى ۋە ئورنى باشتىن - ئاخىر مۇخبىرلىق ئوبيېكتى بىلەن پاراللېل بولىدۇ. مۇخبىرلىق ئالاقىسىدىكى بۇنداق باراۋەرلىك مۇخبىردىن ھەرقانداق ئوبيېكت ئالدىدا ئۆزىنى بەك چوڭ تۇتۇۋالماسلىقنى ياكى ئۆزىنى بەك تۆۋەن چاغلاپ كەتمەسلىكنى؛ شۇنىڭ بىلەن بىللە ئىجتىمائىي ئالاقە قىلىش ئىقتىدارىنى كۈچەيتىپ، خىلمۇخىل ئادەملەر بىلەن مۇناسىۋەت قىلىش ۋە دوست بولۇشنى ئۆگىنىۋېلىشنى تەلەپ قىلىدۇ.

تۆتىنچى پاراگراف ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ ئاخبارات- چىلىق پائالىيىتىدىكى ئورنى ۋە رولى

ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ پۈتكۈل ئاخبارات ئىشلىرىدا ئوينايدىغان رولىدىن ئۇنىڭ ئالاھىدىلىكى ۋە خاراكتېرىنى تېخىمۇ چوڭقۇر چۈشىنىۋالغىلى بولىدۇ.

ئۇنداق بولسا، مۇخبىرلىقىنىڭ ئاخبارات پائالىيىتى جەريانىدىكى ئورنى ۋە رولى قايسى جەھەتلەردە ئىپادىلىنىدۇ؟

1. ئاخبارات مۇخبىرلىقى پۈتكۈل ئاخبارات پائالىيىتىنىڭ ھەل قىلغۇچ بىرىنچى قەدىمى.

ھەرقانداق بىر پارچە خەۋەر مۇخبىرلىق، يېزىقچىلىق، تەھرىرلىك، سېنزورلۇق، تىزىلىش، بېسىلىش، تارقىلىش ياكى ئاڭلىتىلىش قاتارلىق جەريانلار ئارقىلىق مۇشتەرىلەر، رادىيو ئاڭلىغۇچىلار ياكى تېلېۋىزور كۆرگۈچىلەر بىلەن يۈز كۆرۈشىدۇ. بۇ بىر قاتار ئاخبارات پائالىيىتى جەريانىدا مۇخبىرلىق بىرىنچى ئورۇندىكى ئىش ۋە ئەڭ ئاساسىي ھالقا. ئەگەردە مۇخبىرلىق خەۋەرنىڭ خام ماتېرىيالى بولىدىغان «ئۇل تېشى» بولمىسا، باشقا ئاخبارات پائالىيەتلىرىنىڭ ئېلىپ بېرىلىشى مۇمكىن ئەمەس. مۇخبىرلىقنىڭ قانداق ئېلىپ بېرىلىشى، ئۇنىڭدا ئىگىلەنگەن خام ماتېرىياللارنىڭ سۈپىتىنىڭ قانداق بولۇشى باشقا خىزمەت ھالقىلىرىغا زەنجىرسىمان تەسىر كۆرسىتىدۇ ھەمدە ئاخىرقى ھېسابتا ئاخبارات خىزمىتىنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك بولۇش - بولماسلىقىنى بەلگىلەيدۇ.

ئېلىمىزنىڭ داڭلىق ئاخبارات خادىمى شاۋ پياۋپىڭ «ئەمەلىي قوللىنىلىدىغان ئاخباراتچىلىق ئىلمى» دېگەن كىتابىدا، گېزىتنىڭ مۇخبىرلىق، يېزىقچىلىق ۋە تىجارەت قىلىشتىن ئىبارەت ئۈچ خىل كەسپى بولىدىغانلىقىنى، بۇ ئۈچ خىل كەسىپ

ئىچىدە مۇخبىرلىقنىڭ ئەڭ مۇھىم ئورۇندا تۇرىدىغانلىقىنى ئېيتقان. نېمە ئۈچۈن شۇنداق بولىدۇ؟ چۈنكى، بىر پارچە گېزىتنى تەشكىل قىلىدىغان ئەڭ ئاساسلىق «خام ئەشيا» خەۋەردىن ئىبارەتتۇر، خەۋەرنىڭ ۋۇجۇدقا كېلىشى مۇخبىرلىققا باغلىق. مۇشۇ قاراش ئاساسىدا شاۋ پياۋپىڭ يەنە مۇنداق دەيدۇ: «مۇخبىرلارنى تەربىيەلەش گېزىتچىلىكنى ئىلگىرى سۈرۈشنىڭ ئاساسى». گېزىتنىڭ، رادىيونىڭ، تېلېۋىزورنىڭ كۈچلۈك ۋە يۇقىرى سەۋىيەلىك مۇخبىرلار قوشۇنى بولۇپ، ھەر دائىم بىرىنچى دەرىجىلىك مۇستەقىل خەۋەرلەرنى يازالىسا، دائىم مۇھىم ئەھۋاللارنى ئەكس ئەتكۈزەلىسە، تەھرىر بۆلۈمىنىڭ كۈنىمۇ ياخشى بولىدۇ. پۈتكۈل ئاخبارات خىزمىتىمۇ جانلىنىپ ھاياتي كۈچكە تولىدۇ. ئەگەردە مۇخبىرلار خەۋەر بېرەلمىسە، يارامىلىق مەھسۇلات ئىشلەپچىقىرالمىسا، تەھرىر بۆلۈمىنىڭ خىزمىتىمۇ ئاقساپ قالىدۇ، كېيىنكى خىزمەتلەرنى ھەرقانچە كۈچىگەن بىلەنمۇ ئىشنى ۋۇجۇدقا چىقارغىلى بولمايدۇ.

2. ئاخبارات مۇخبىرلىقى ئاخبارات يېزىقچىلىقىنى بەلگىلەيدۇ.

ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ رولى بىۋاستە ھالدا ئۇنىڭ ئاخبارات يېزىقچىلىقى بىلەن بولغان مۇناسىۋىتىدە ئىپادىلىنىدۇ. بىر ئېغىز سۆز بىلەن ئېيتقاندا، ئاخبارات مۇخبىرلىقى ئاخبارات يېزىقچىلىقىنى بەلگىلەيدۇ.

ماتېرىيالىزمنىڭ قارىشىچە، مەۋجۇدىيەت بىرلەمچى، ئاڭ ئىككىلەمچى، مەۋجۇدىيەت ئاڭنى بەلگىلەيدۇ، ئاڭ مەۋجۇدىيەتنىڭ ئىنكاسى. بۇ قائىدىنى ئاخبارات خەۋەرچىلىكىگە تەتبىقلايدىغان بولساق، پاكىت بىرلەمچى، ئاخبارات ئىككىلەمچى، ئالدى بىلەن پاكىت، ئاندىن ئاخبارات بولىدۇ. ئاخبارات خەۋەرچىلىكى ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنىڭ ئىنكاسى دېمەكتۇر. بىر پارچە ئاخبارات خەۋىرىنى پۈتكۈزۈش ئۈچۈن ئىككى باسقۇچنى يەنى مۇخبىرلىق باسقۇچى بىلەن يېزىقچىلىق

باسقۇچىنى تاماملاشقا توغرا كېلىدۇ. ئۇلارنىڭ تەرتىپىدىن ئېيتقاندا، ئالدى بىلەن مۇخبىرلىق ئېلىپ بېرىلىدۇ، ئۇنىڭدىن كېيىن يېزىقچىلىق بولىدۇ. مۇخبىرلىق يېزىقچىلىق ئۈچۈن پاكىت ئاساسى توپلاپ، ئاخبارات ئامما ئارىسىدىن، رېئاللىقتىن قانداق كېلىپ چىقىدۇ دېگەن مەسىلىنى ھەل قىلىپ بېرىدۇ. يېزىقچىلىق مۇخبىرلىق ئارقىلىق توپلاپ كېلىنگەن پاكىتلارنى ئىپادىلەپ، ئاخباراتنىڭ ئامما ئارىسىغا، رېئاللىققا قانداق يېتىپ بارىدىغانلىق مەسىلىسىنى ھەل قىلىپ بېرىدۇ. دېمەك، مۇخبىرلىق يېزىقچىلىقنىڭ ئالدىنقى شەرتى ۋە ئاساسى، يېزىقچىلىق مۇخبىرلىقنىڭ نەتىجىسى ۋە ئەسلىگە قايتىشى، مۇخبىرلىقتىن ئايرىلغاندا يېزىقچىلىق يىلتىزسىز دەرەخكە، مەنبەسىز سۇغا ئايلىنىپ قالىدۇ. بۇ مەنىدىن ئېيتقاندا، مۇخبىرلىق يېزىقچىلىققا قارىتا ھەل قىلغۇچ رول ئوينايدۇ. مۇخبىرلىقنىڭ يېزىقچىلىقنى بەلگىلەيدىغانلىقى، يەنە مۇخبىرلىقنىڭ كەڭ ۋە چوڭقۇر بولۇشى يېزىقچىلىقنىڭمۇ كەڭ ۋە چوڭقۇر بولىدىغانلىقىنى بەلگىلەيدىغانلىقى، مۇخبىرلىقنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك بولۇش - بولماسلىقى يېزىقچىلىقنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك بولۇش - بولماسلىقىغا تەسىر كۆرسىتىدىغانلىقىدا ئىپادىلىنىدۇ. بۇ نۇرغۇن مۇخبىرنىڭ مۇخبىرلىق ۋە يېزىقچىلىق ئەمەلىيىتىدە ئىسپاتلانغان قانۇنىيەتلىك جەرياندۇر.

بۇنداق دېيىشىمىز ھەرگىزمۇ يېزىقچىلىققا ئېتىبار بەرمىسىمۇ بولىدۇ، دېگەندىن دېرەك بەرمەيدۇ. مۇخبىرلىقنىڭ يېزىقچىلىقتىكى ھەل قىلغۇچ رولىنى تەكىتلىشىمىزدىكى سەۋەبمۇ يېزىقچىلىقنى ياخشى ئېلىپ بېرىشنى مەقسەت قىلغان. يېزىقچىلىقنىڭ مۇھىملىقىدىن ھېچكىم گۇمانلانمايدۇ، ئەلۋەتتە. چۈنكى، ياخشى ماتېرىيال، ياخشى مەزمۇن يەنە ياخشى يېزىقچىلىق شەكلى ۋە ماھارىتى بىلەن بىرلىشىشى كېرەك. بۇنىڭدىن باشقا، مۇخبىرنىڭ ئەسەر ئۈستىدىكى پىكىر

يۈرگۈزۈشى، ئۇيلىنىشى يېزىقچىلىق باشلانغاندىن كېيىن ئەمەس، بەلكى مۇخبىرلىق باسقۇچىدىلا باشلانغان بولىدۇ. مەسىلەن، ئىگىلەنگەن ماتېرىيال خەۋەر يېزىشقا مۇۋاپىق كېلەمدۇ ياكى تەپسىلىي خەۋەر يېزىشقىمۇ، ماتېرىيال ئومۇمىي دائىرىدە قانداق ئورۇن تۇتىدۇ، ئۇ يېتەرلىكمۇ ياكى كەملىك قىلامدۇ، دېگەنگە ئوخشاش مەسىلىلەرنى مۇخبىرلىق جەريانىدا ئويلانغاندىلا، مۇخبىرلىق تېخىمۇ ئېنىق مەقسەتچانلىققا ئىگە بولىدۇ. بۇ مەنىدىن يېزىقچىلىق مۇخبىرلىققا قارىتا يەنە ئاكتىپ تەسىر كۆرسىتىدۇ. مانا بۇ بىر دىيالېكتىكىلىق جەريانىدۇر.

يىغىپ ئېيتقاندا، ھەم مۇخبىرلىقنى چوڭقۇر ئېلىپ بېرىش، ھەم يېزىقچىلىققا ئەستايىدىل مۇئامىلە قىلىش، ئىككىسىنىڭ بىرىگىمۇ سەل قارىماسلىق لازىم. لېكىن، يېزىقچىلىققا سېلىشتۇرغاندا مۇخبىرلىق ھامان بىرىنچى ئورۇندىكى خىزمەت. مۇخبىرلىقنى ئەستايىدىل، چوڭقۇرلاپ قىلمىسا، مۇخبىر ھەرقانچە يۇقىرى ماھارەتكە ئىگە بولسىمۇ ئېتى يوق چەۋەندازغا ئوخشاپ قالىدۇ. شۇڭا، مۇخبىر مۇخبىرلىققا ئەھمىيەت بېرىشى، ئالدى بىلەن مۇخبىرلىققا كۆپرەك ئەجىر سىڭدۈرۈشى لازىم. بىزنىڭ مۇخبىرلىقنىڭ رولىنى تەكىتلىشىمىزنىڭ ئەھمىيىتىمۇ دەل مانا مۇشۇ يەردە.

3. ئاخبارات مۇخبىرلىقى مۇخبىرلارنى چېنىقتۇرىدىغان، يېتىشتۈرىدىغان ئاساسىي يول.

ئاخبارات مۇخبىرلىقى مۇشەققەتلىك خىزمەت، ئۇ مۇخبىردىن ھەر دائىم جىددىي خىزمەت ھالىتىدە تۇرۇشنى، تۇرمۇشتىكى ھەربىر قىممەتلىك ئاخبارات ئۇچۇرلىرىنى سەزگۈرلۈك بىلەن قولغا كەلتۈرۈشنى، شۇنداقلا رېئاللىققا، تۇرمۇش ئىچىگە چوڭقۇر چۆكۈپ، خىلمۇخىل قىيىنچىلىق ۋە توسالغۇلارنى يېڭىپ، پاكىتنىڭ ھەقىقىي قىياپىتىنى ئىزدەپ تېپىشنى تەلەپ قىلىدۇ. شۈبھىسىزكى، بۇ مۇخبىرلارنىڭ ئىدىيەۋى ئىستىل، ئەخلاق ـ پەزىلەت جەھەتتىكى ياخشى

چىنىقىش جەريانىدۇر. جاپادىن، ھېرىش ـ چارچاشتىن قورقىدىغان شەخسىيەتچى ئادەم ياخشى مۇخبىر بولالمايدۇ. بولۇپمۇ مۇخبىر زىيارەت جەريانىدا خىلمۇخىل ئادەملەر بىلەن، يەنى ئاق كۆڭۈل، ساددا ئادەملەر بىلەن ھىيلىگەر، نەيرەڭۋاز ئادەملەر بىلەن ئۇچرىشىدۇ. تۇرمۇش شارائىتى ئېسىل، پاراغەتلىك جايلارغىمۇ، جاپا ـ مۇشەققەتلىك جايلارغىمۇ بارىدۇ. مۇشۇ جەرياندا مۇخبىر ئىدىيەۋى ئىستىل ۋە ئەخلاق ـ پەزىلەت جەھەتتىن خىلمۇخىل سىناقلارغا دۇچ كېلىدۇ. فەن چاڭجياڭ «قانداق قىلىپ مۇخبىر بولغىلى بولىدۇ» دېگەن ماقالىسىدە مۇنداق دېگەنىدى: «مەن دۇنيادا ھېچقانداق كىشى مۇخبىرلاردەك كۆپ ئازدۇرۇش ۋە ئېزىلىشكە ئۇچرىماسلىقى مۇمكىن دەپ ئويلايمەن. ئازراقلا ئىقتىدارلىق مۇخبىر بولسا ئۇنىڭ بىر يېنىدا ئەۋزەل سىياسىي ئورۇن، جەمئىيەتنىڭ شان ـ شەرىپى، پۇل ۋە ماددىي پاراغەت، نازاكەتلىك قىزلار تىزىلىپ تۇرىدۇ. بۇ كۈچلەر ئۇنى ۋىجدانىنى سېتىشقا، ھەقىقەتنى بۇرمىلاشقا ئازدۇرماقچى بولىدۇ. يەنە بىر يېنىدا ھاقارەت، تۆھمەت، سوغۇق نەزەر، نامراتلىق، بەند قىلىش ۋە ئۆلۈم كۈتۈپ تۇرىدۇ. بۇ كۈچلەر ئۇنى ۋىجدانىنى دەپسەندە قىلىپ، ھەق ـ ناھەقنى ئاستىن ـ ئۈستۈن قىلىشقا زورلايدۇ...» دەرۋەقە، فەن چاڭجياڭ ئېيتقان بۇ ئازدۇرۇش ۋە ئېزىشلەر ئەينى ۋاقىتتىكى دەۋر شارائىتىغا ئاساسەن ئېيتىلغان. لېكىن، بۈگۈنكى كۈندە مۇخبىر دۇچ كېلىدىغان ئازدۇرۇش، ئېزىلىشلەر ئەينى دەۋردىكىسى بىلەن ئوخشاش بولمىسىمۇ، شەكلى ئۆزگەرگەن ھالدا يەنىلا مەۋجۇت. بەزى مۇخبىرلارنىڭ نام، مەنپەئەت قوغلىشىپ، توخۇمدىن تۈك ئۈندۈرۈپ، خەۋەر ئويدۇرۇپ چىقىپ «ھەقلىق مۇلازىمەت خەۋەرلىرى»نى يېزىشى، بەزىلىرىنىڭ ھوقۇقنىڭ بېسىمى ئاستىدا شامالغا قاراپ ئىش تۇتۇپ، پاكىتلارنى خالىغانچە بۇرمىلىشى، ئاق ـ قارىنى ئاستىن ـ ئۈستۈن قىلىۋېتىشى، ھە دېگەندىلا يالغان گەپ قىلىشى بۇنىڭ مىسالى ئەمەسمۇ؟ دېمەك،

توغرا ئىدىيەۋى ئىستىل، ياخشى ئەخلاق ـ پەزىلەت بولمىسا، ئاخبارات مۇخبىرلىقىنى ھەقىقىي تۈردە ياخشى ئېلىپ بېرىشمۇ مۇمكىن ئەمەس. مۇخبىر پەقەت تۇرمۇش دېڭىزىنىڭ خىلمۇخىل قايناملىرىدىن قىرغاقتا ئامان ـ ئېسەن چىقالىغاندىلا، ئۆزىگە لاي ـ لاتقىلارنى يۇقتۇرۇۋالمىغاندىلا، خەلققە پايدىلىق يارامىلىق مۇخبىر بولالايدۇ.

ئاخبارات مۇخبىرلىقى يەنە مۇخبىرنىڭ ئىدىيەۋى سەۋىيەسىنى ئۇزۇكسىز ئۆستۈرۈشكە، مول بىلىمگە ئىگە بولۇشىغا ياردەم بېرىدۇ. ئاخبارات مۇخبىرلىقى سۇبيېكتنىڭ ئوبيېكتنى بىلىشكە قارىتىلغان پائالىيىتى دېمەكتۇر. ئوبيېكتىپ شەيئىلەر ھامان مۇرەككەپ، ئۆزگىرىشچان بولىدۇ. بىر شەيئىنى ھەقىقىي ھالدا چۈشىنىش، ئىگىلەش ئاسان ئىش ئەمەس. ھادىسە بىلەن ماھىيەتنى ئايرىشتا، ئاساسىي ئېقىم بىلەن تارماق ئېقىمنى پەرقلەندۈرۈشتە، راست بىلەن يالغاننى، گۈزەللىك بىلەن رەزىللىكنى ئايدىڭلاشتۇرۇشتا مۇخبىر ئۆزىنىڭ زىيارەت پائالىيىتىگە تايىنىدۇ، زىيارەت پائالىيىتى مۇخبىرنىڭ شەيئىلەرنى تەھلىل قىلىش، كۆزىتىش ئىقتىدارىنى ئۆستۈرىدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىللە مۇخبىرنىڭ ئالاقىلىشىش دائىرىسى كەڭ، ئۇچرىتىدىغان ئەھۋاللىرى خىلمۇخىل بولغاچقا، ھەر ساھەدىكى بىلىملەر مۇخبىرنىڭ نەزەر دائىرىسىنى كېڭەيتىپ، تەپەككۇرىنى ئۆتكۈرلەشتۈرىدۇ. مۇخبىرنى ھەر كۈنى تۇرمۇش قامۇسىنى ئوقۇش ئىمكانىيىتىگە ئىگە قىلىدۇ. ئىخلاسمەن مۇخبىرلار بۇ جەرياندا مول بىلىمگە ۋە تەجرىبىگە ئىگە بولىدۇ، كەسپىي ئاساسىنى يەنىمۇ مۇستەھكەملىۋالىدۇ.

ئىككىنچى باب مۇخبىر

مۇخبىر دېگەن ئاتالغۇنى كەڭ مەنىدىن ھەم تار مەنىدىن چۈشىنىشكە بولىدۇ. تار مەنىدىن ئېيتقاندا، مۇخبىر مەخسۇس زىيارەت قىلىش ۋە خەۋەر يېزىش بىلەن شۇغۇللىنىدىغان خادىملارنى كۆرسىتىدۇ. كەڭ مەنىدىن ئېيتقاندا، ئۇ ئاخباراتچىلىق بىلەن شۇغۇللىنىدىغان بارلىق خادىملارنى، يەنى — گېزىتخانا باشلىقى (رادىيو، تېلېۋىزىيە ئىستانسا باشلىقى)، باش مۇھەررىر، مۇھەررىر ۋە مۇخبىرلارنى كۆرسىتىدۇ. ئەمەلىي خىزمەت جەريانىدا گەرچە ئاخبارات خادىملىرىنىڭ خىزمەت تەقسىماتى بولسىمۇ، لېكىن دائىم ئالمىشىپ تۇرىدۇ. مەسىلەن، بۇگۈن بىرى تەھرىرلىك خىزمىتى بىلەن شۇغۇللانغان بولسا، ئەتىسى بەلكىم سىرتقا چىقىپ مۇخبىرلىق قىلىشى مۇمكىن. ھەتتا گاھىدا گېزىتخانا باشلىقى ۋە باش مۇھەررىرلەرمۇ سىرتقا چىقىپ زىيارەت قىلىش، خەۋەر يېزىش ۋەزىپىسىنى ئۆتىشى مۇمكىن. بىز بۇ يەردە پەقەت ئاخبارات مۇخبىرلىقى پائالىيىتىنىڭ سۇبيېكتى بولغان زىيارەت قىلغۇچى، يەنى تار مەنىدىكى مۇخبىر ئۈستىدە توختىلىمىز.

بىرىنچى پاراگراف مۇخبىرنىڭ ئىجتىمائىي فۇنكسىيەسى ۋە ئوبرازى

مۇخبىرنىڭ ئىجتىمائىي فۇنكسىيەسى ۋە ئورنى ئۇ شۇغۇللىنىۋاتقان ئاخبارات ئىشلىرىنىڭ خاراكتېرى، ئالاھىدىلىكى ۋە ۋەزىپىسى تەرىپىدىن بەلگىلىنىدۇ. بۇنىڭ

ئىچىدە ئاخبارات ئىشلىرىنىڭ خاراكتېرى ھەل قىلغۇچ ئامىل ھېسابلىنىدۇ.

بىزگە مەلۇمكى، ئاخبارات ئىشلىرى مۇئەييەن جەمئىيەتتىكى ئىقتىسادىي بازىسنىڭ ئاخبارات ۋاستىلىرى ئارقىلىق ئەكس ئەتكۈزۈلۈشى، ئاخبارات تارقىتىشنى ئاساس قىلىدىغان شەكىل، شۇنداقلا جامائەت پىكرىنى ئەكس ئەتكۈزۈش ۋە ئۇنىڭغا يېتەكچىلىك قىلىشنى ئاساسىي مەقسەت قىلىدىغان ئىجتىمائىي پائالىيەت دېمەكتۇر. مۇخبىر ئاخبارات ئۇچۇرلىرىنى توپلىغۇچى ۋە خەۋەر قىلغۇچى بولۇش سۈپىتى بىلەن بۇ ئىجتىمائىي پائالىيەت جەريانىدا ئەڭ پائالىيەتچان، ئەڭ ئاساسلىق خادىملار ھېسابلىنىدۇ. ئۇنىڭ ئىجتىمائىي فۇنكسىيەسى ھەقىقىي ئاخبارات ئۇچۇرلىرىنى تېز ھەم دەل ۋاقتىدا ئىگىلەپ، جەمئىيەتنىڭ ئۇچۇر ئالماشتۇرۇش ئېھتىياجىنى تەمىن ئېتىشتىن ئىبارەت.

ئاخبارات ئىشلىرى ئىقتىسادىي بازىسنىڭ ئاخبارات ۋاستىلىرى ئارقىلىق ئەكس ئېتىشى بولغاچقا، ئۇ مۇقەررەر ھالدا ئۆزىنى بارلىققا كەلتۈرگەن ئىقتىسادىي بازىس تەرىپىدىن چەكلىنىدۇ، شۇنداقلا سىياسىي جەھەتتە ئۆزىنى بارلىققا كەلتۈرگەن بازىس ئۈچۈن خىزمەت قىلىدۇ. شۇڭلاشقا، ئۇ ھامان مۇئەييەن بىر سىياسىي گۇرۇھنىڭ مەنپەئەتى ئۈچۈن خىزمەت قىلىدۇ. مۇخبىرنىڭ ئىجتىمائىي فۇنكسىيەسىمۇ مۇشۇ ئارقىلىق بەلگىلىنىدۇ.

غەرب ئاخباراتشۇناسلىرى ئاخبارات ئورگىنى، ئاخبارات تارقىتىش ۋاستىلىرىنى پارلامېنت، ھۆكۈمەت ۋە سوتتىنمۇ يۇقىرى تۇرىدىغان تۆتىنچى خىل كۈچ، مۇخبىرلارنى بولسا «يۇگەنسىز تۇلپار» دەپ قارايدۇ. ئەمەلىيەتتە ھەرقانداق بىر مۇخبىر ئۆزى مەنسۇپ بولغان گۇرۇھنىڭ مەنپەئەتىدىن ۋاز كېچەلمەيدۇ. ئامېرىكىلىق ئاخباراتشۇناس ئوسۋاردو گالىسىن ۋېراد «ئاخبارات ئەركىنلىكى» قاپلاپ تۇرغان ئامېرىكىدىمۇ

مۇخبىر ۋە مۇھەررىرلەر ئاڭلىق ھالدا غوجايىنىنىڭ مىجەزىگە قاراپ ئىش تۇتمىغان تەقدىردىمۇ، ئاڭسىز ھالدا غوجايىنىنىڭ مىجەزىگە باقماي قالمايدۇ، دەپ ئېتىراپ قىلىدۇ. بىزنىڭ ئاخبارات ئىشلىرىمىزنىڭ خاراكتېرىنى بىر جۈملە سۆز بىلەن ئېيتقاندا، ئۇ پارتىيە، ھۆكۈمەتنىڭ تىلى ۋە كانىيى، شۇنداقلا خەلقنىڭ تىلى ھەم كانىيى. ئەلۋەتتە، ئۇ پارتىيە بىلەن خەلق ئاممىسىنى باغلاپ تۇرىدىغان رىشتە، خەلق ئارىسىدا، پارتىيە ئىچى ۋە سىرتىدا، مەملىكەت ئىچى ۋە سىرتىدا ئۇچۇر يەتكۈزۈپ تۇرىدىغان بىر خىل قورال.

ئامېرىكىلىق مەشھۇر گېزىتشۇناس پولىتېزىر مۇخبىرنىڭ ئوبرازى ئۇستىدە توختىلىپ مۇنداق دېگەنىدى: «ئەگەردە بىر دۆلەتنى دېڭىزدا ئۈزۈپ كېتىۋاتقان پاراخوتقا ئوخشاتساق، ئۇنداقتا مۇخبىر پاراخوت بېشىدا تۇرۇپ كۆزەتكۈچىگە ئوخشايدۇ. ئۇ بىپايان دېڭىزدا بارلىق نەرسىلەرنى كۆزىتىپ، ئۈشتۈمتۇت كېلىدىغان جۇدۇن ۋە مەخپىي قورام تاشلارنى بايقاپ دەل ۋاقتىدا سىگنال بېرىدۇ. ئۇ ئۆزىنىڭ شان ـ شۆھرىتى، مەغلۇبىيىتى ۋە غەلىبىسى بىلەن ھېسابلىشىپ ئولتۇرماستىن، ئۆزىگە ئىشەنگەن خەلق ئۈچۈن خىزمەت قىلىدۇ». دېمەك، مۇخبىر دەۋر ئېقىمىنىڭ ئالدىدا تۇرىدىغان كۆزەتكۈچى، «پاراخوت» يولىنى چارلايدىغان قاراۋۇل. ھەرقانداق بىر يېڭى شەيئى بايقالغان ھامان، ئۇ ئۆتكۈر نەزىرى بىلەن بايقاپ ئالقىش ياڭرىتىدۇ. زىيانلىق نەرسىلەر باش كۆتۈرگەن ھامان دەل ۋاقتىدا سىگنال بېرىدۇ. ئۇلار بارلىق رەزىللىكلەر بىلەن باتۇرلارچە ئېلىشالايدىغان ھەققانىيەتچى، پارتىيە ۋە خەلقنىڭ سادىق جارچىسى.

مۇخبىرلار ھەسەل ھەرىسىگە ئوخشايدۇ. ئۇلار يىل بويى سىرتتا چېپىپ يۈرۈپ، يېڭى ئۇچۇر بايقالغان ھامان شۇ يەردە ھازىر بولىدۇ. تاماقنى، ئۇيقۇنى ئۇنتۇيدۇ، ھەتتا ھايات ـ ماماتلىق خەتەرلەرگە تەۋەككۇل قىلىدۇ. ئۇلار ھەسەل ھەرىسى

گۈل چېچىكى تارقاتقىنىغا ئوخشاش، كەڭ مۇخبىرلىق پائالىيىتى جەريانىدا ئۇچرىغان ئۆچۈرلارنى، تەجرىبىلەرنى ۋە بارلىق گۈزەل نەرسىلەرنى تارقىتىدۇ. ئەڭ مۇھىمى، ئۇلار ئەقلىي ئەمگەك بىلەن جىسمانىي ئەمگەكنى بىرلەشتۈرۈپ، ئىجادچانلىق بىلەن ئىشلەيدۇ.

مۇخبىرلار ھەممىنى بىلگۈچى، شۇنداقلا مەلۇم تەرەپتىكى مۇتەخەسسىس. جەمئىيەتكە يۈزلەنگەن مۇخبىرلارنىڭ پائالىيەت دائىرىسى ئىنتايىن كەڭ بولىدۇ. مۇخبىرلىق جەريانىدا ئۇلار خىلمۇخىل ئاخبارات يىپ ئۇچلىرىنى بايقايدۇ، خىلمۇخىل مەسىلىلەرگە يولۇقىدۇ، ھەر خىل كەسىپتىكى ئادەملەر بىلەن ئۇچرىشىدۇ، ئاجايىپ سوئاللارغا دۇچ كېلىدۇ. مۇخبىرلار ئەتراپلىق بىلىمگە ئىگە بولغانلىقى، خىلمۇخىل كەسىپلەردىن ئازراق خەۋەردار بولغانلىقى ئۈچۈن، ھەممە تەرەپكە تەڭ ماسلىشىپ، مۇخبىرلىق ۋەزىپىسىنى ئوڭۇشلۇق ئورۇنلىيالايدۇ.

مۇخبىر ئەتراپلىق بىلىمگە ئىگە بولۇپلا قالماستىن، يەنە مەلۇم بىر كەسىپىي جەھەتتە تېخىمۇ كۆپ تەجرىبىگە ۋە بىر قەدەر سىستېمىلىق، چوڭقۇر تەتقىق قىلىش ئىقتىدارىغا ئىگە بولىدۇ، بولۇپمۇ كەسپىي مۇخبىرلارنى ئۆز ساھەسىنىڭ مۇتەخەسسىسلىرى دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ. ئۇلارنىڭ مۇشۇ ساھەدىن يازغان خەۋەرلىرى بىرقەدەر چوڭقۇر مەزمۇنغا ۋە بەلگىلىك نوپۇزغا ئىگە بولىدۇ.

يىغىپ ئېيتقاندا، مۇخبىرلارنىڭ ئىجتىمائىي فۇنكسىيەسى بىلەن مۇخبىرلارنىڭ ئوبرازى بىر - بىرىنى شەرت قىلىدۇ، بىر - بىرىنى ئىلگىرى سۈرىدۇ. مۇخبىرلار ئۆزىنىڭ فۇنكسىيەلىك رولىنى تولۇق تونۇپ جارى قىلدۇرالىغاندىلا، شانلىق ئوبرازىنى تىكلىيەلەيدۇ. مۇخبىرلارغا خاس ئوبرازىنى ئەتراپلىق شەكىللەندۈرەلىگەندىلا، ئۆزىنىڭ ئىجتىمائىي فۇنكسىيەسىنى جارى قىلدۇرالايدۇ.

ئىككىنچى پاراگراف مۇخبىرلارنىڭ ۋەزىپىسى

ئاخبارات ئىشلىرىمىزنىڭ خاراكتېرى، ۋەزىپىسى، شۇنداقلا مۇخبىرلارنىڭ ئاخبارات ئورگىنىدىكى سىرتقى ۋەزىپە شارائىتىغا ئاساسەن، مۇخبىرلارنىڭ ۋەزىپىسى — خەۋەر يېزىش، ئەھۋاللارنى ئىنكاس قىلىش ۋە ئاممىۋى خىزمەت ئىشلەشتىن ئىبارەت ئۈچ تۈرلۈك بولىدۇ. بۇ دۆلىتىمىز مۇخبىرلىرىنىڭ ئۆتەشكە تېگىشلىك ئاساسلىق مەجبۇرىيىتى.

1. خەۋەر يېزىش.

خەۋەر يېزىش مۇخبىرلارنىڭ ئالدىنقى قاتاردىكى، شۇنداقلا دائىملىق ۋەزىپىسى، ئۇ بىر مۇخبىرنىڭ ئىقتىدارلىق - ئىقتىدارسىزلىقىنى باھالايدىغان مۇھىم ئۆلچەم. بىر مۇخبىر خەۋەر يازمىسا ياكى ناھايىتى ئاز خەۋەر يازسا، ئۇنى لاياقەتلىك مۇخبىر دېگىلى بولمايدۇ، يىل بويى بىرەر پارچە ياخشى خەۋەر يازالمىسا، ئىقتىدارلىق مۇخبىر دەپ قارىغىلىمۇ بولمايدۇ.

بۇ يەردە دېيىلىۋاتقان خەۋەر كەڭ مەنىدىكى خەۋەر بولۇپ، ئۇ ئادەتتىكى خەۋەر، تەپسىلىي خەۋەر، تەكشۈرۈش دوكلاتى، ئوبزور، مۇخبىرلاردىن خەت، مەخسۇس زىيارەت قاتارلىق ژانىرلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. شۇڭا، مۇخبىرلار خەۋەر قىلىش دائىرىسىنى تىرىشىپ كېڭەيتىپ، ئىجتىمائىي تۇرمۇشتىكى خەۋەرلىك قىممىتىگە ئىگە بولغان ئۇچۇر، ۋەقە، ئادەم، مەسىلە، نەتىجە ۋە تەجرىبىلەرنى ئەكس ئەتتۈرۈش بىلەن بىللە، ئىسلاھات جەريانىدا بارلىققا كەلگەن يېڭى ئىدىيە، يېڭى كۆزقاراش، يېڭى نەزەرىيەلەرنىمۇ خەۋەر قىلىشى، بولۇپمۇ مۇستەقىل خەۋەرلەرنى، تەسىرى زور بولغان سالماقلىق خەۋەرلەرنى تۇتۇشقا ماھىر بولۇشى لازىم.

خەۋەر يېزىش جەريانىدا مۇخبىرلار ئىختىيارىي مۇخبىرلارغا قارىغاندا تايانچلىق رولىنى تولۇق جارى قىلدۇرۇشى كېرەك.

بولۇپمۇ بىر قىسىم زور، جىددىي، قىيىن بولغان خەۋەر قىلىش ۋەزىپىلىرىنى ئورۇنلاشتا مۇخبىرلار قول قوۋۇشتۇرۇپ تۇرماسلىقى، سەپنىڭ ئالدىدا تۇرۇپ، تۇرلۇك ئاماللار بىلەن ۋەزىپىنى ئورۇنلىشى لازىم. ھەر ۋاقىت سەگەك تۇرۇپ، ئۆزىنىڭ پائالىيەت دائىرىسى ئىچىدىكى زور ئاخبارات پاكىتلىرىنى ۋە مۇھىم ئەھۋاللارنى ھەرگىزمۇ قولدىن چىقىرىپ قويماسلىقى كېرەك. ئۇنداق بولمىغاندا، مۇخبىر ئېغىر مەسئۇلىيەتسىزلىك سەۋەنلىكى سادىر قىلغان بولىدۇ.

2. ئەھۋاللارنى ئىنكاس قىلىش.

مۇخبىر پارتىيە ۋە ھۆكۈمەتنىڭ كۆزى ۋە قۇلىقى، خەلقنىڭ ۋاكالەتچىسى بولۇش سۈپىتى بىلەن، ئەھۋاللارنى ئىنكاس قىلىشتا باش تارتىپ بولماس مەجبۇرىيەتنى ئۈستىگە ئالىدۇ.

مۇخبىرلىق جەريانىدا ئۇرغۇنلىغان كادىر ۋە ئامما ئۆزلىرىنىڭ پىكىر - تەلەپلىرىنى، زىددىيەت ۋە دەردلىرىنى، ئارزۇ - تىلەكلىرىنى مۇخبىرلار ئارقىلىق يۇقىرىغا بىۋاستە ئىنكاس قىلىشنى ئويلايدۇ، يۇقىرى دەرىجىلىك رەھبەرلىكمۇ مۇخبىرلارنىڭ ئىنكاسىغا ناھايىتى ئېتىبار بىلەن قارايدۇ ھەمدە تۇرلۇك سىياسەت، بەلگىلىمە، مۇددىئالىرىنى مۇخبىرلار ئارقىلىق ئاممىغا يەتكۈزىدۇ. مۇخبىرلار ئىنكاس قىلغان ئەھۋاللارغا ئاساسەن يولغا قويۇلۇۋاتقان تۇرلۇك سىياسەت، بەلگىلىمىلەرنى ئۆزگەرتىپ تولۇقلاپ تۇرىدۇ ۋە يېڭى سىياسەتلەرنى تۈزىدۇ. بۇ نۇقتىدىن قارىغاندا، ئەھۋاللارنى ئىنكاس قىلىش ئىنتايىن مۇھىم ئەھمىيەتكە ئىگە.

ئەھۋاللارنى ئىنكاس قىلىش دېگىنىمىز، ئاساسلىقى مۇخبىرلارنىڭ ئەمەلىي خىزمەت ۋە ئىجتىمائىي تۇرمۇشتا ئىگە بولغان، ئوچۇق - ئاشكارا ئېلان قىلىشقا بولمايدىغان، ئەمما پارتىيە، ھۆكۈمەت ئورگانلىرى ئۇچۇن پايدىلىنىش قىممىتىگە ئىگە بولغان ماتېرىياللارنى «ئىچكى پايدىلىنىش ماتېرىيالى» قىلىپ يۇقىرىغا يوللاشنى كۆرسىتىدۇ. «ئىچكى پايدىلىنىش

ماتېرىيالى»نىڭ مەزمۇنى ئاساسەن پارتىيەنىڭ فاڭجېن، سىياسەتلىرىنىڭ ئىجرا قىلىنىش جەريانىدىكى ئەھۋاللار، ئىجتىمائىي تۇرمۇش ۋە ھەرقايسى ساھەلەرنىڭ خىزمىتىدە ساقلانغان مەسىلىلەر، ھەرقايسى قاتلامدىكى ئاممىنىڭ ئىدىيەۋى يۈزلىنىشى، بىر قىسىم مۇكەممەللەشمىگەن يېڭى ئۇسۇل، يېڭى تەجرىبە، بالايىئاپەتلەر، شۇنداقلا ئاشكارىلاشقا بولمايدىغان باشقا يۈزلىنىش، ئىنكاس قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. ئۇ تۆۋەننىڭ ئەھۋالىنى يۇقىرىغا تېزلىك بىلەن يەتكۈزىدىغان مۇھىم بىر يول بولۇپ، يۇقىرى دەرىجىلىك رەھبەرلىكنىڭ خەلقنىڭ ھالىنى، جەمئىيەتنىڭ يۈزلىنىشىنى ئىگىلەپ، مۇناسىۋەتلىك تەدبىرلەرنى تۈزۈشى ئۈچۈن قىممەتلىك ماتېرىياللارنى يەتكۈزۈپ بېرىدۇ. مۇخبىرلار ئىچكى پايدىلىنىش ماتېرىيالى ئارقىلىق ئاما ئۈچۈن سۆزلەپ، ئۇلارنىڭ دەرد ـ ھالىغا يېتىپ، ھەققانىيەتنى ياقلاش مەقسىتىگە يېتەلەيدۇ. بەزى ئىچكى پايدىلىنىش ماتېرىياللىرى رەھبىرىي ئورگاننىڭ تەستىقىدىن ئۆتكەندىن كېيىن ئاشكارا خەۋەر قىلىنىدۇ.

ئۆزى تۇرۇشلۇق تەھرىر بۆلۈمىگە دائىم مەلۇمات بېرىپ تۇرۇشمۇ مۇخبىرلارنىڭ ئەھۋالنى ئىنكاس قىلىشتىكى مۇھىم بىر ۋەزىپىسى. مەسىلەن، مۇخبىرلار بىر مەزگىل ئىچىدىكى سىياسىي، ئىقتىسادىي ۋەزىيەت، جەمئىيەتنىڭ ئىدىيەۋى يۈزلىنىشى، ئاخبارات خەۋەرچىلىكىدە ئەھمىيەت بېرىشكە تېگىشلىك بولغان يېڭى ئەھۋال، يېڭى مەسىلە، شۇنداقلا قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ خەۋەرچىلىك خىزمىتىگە بولغان پىكىر ـ تەلەپلىرى قاتارلىقلارنىمۇ نەزەردىن ساقىت قىلماسلىقى لازىم. بۇ نەرسىلەر تەھرىر بۆلۈمىنىڭ خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى، خەۋەر قىلىش پىلانىنى بېكىتىپ، تەشۋىقاتنىڭ قاراتمىلىقىنى كۈچەيتىشتە زور ئەھمىيەتكە ئىگە.

3. ئاممىۋى خىزمەت ئىشلەش.

ئاممىۋى خىزمەت ئىشلەش ئاساسلىقى ئىختىيارىي

مۇخبىرلار بىلەن ئالاقىلىشىش، ئۇلارنى تەربىيەلەش خىزمىتىنى ياخشى ئىشلەشكە قارىتىلغان. خەۋەر يېزىش ۋە ئىچكى قىسىمدىكى ئەھۋاللارنى مەلۇم قىلىشتەك خىزمەتنىڭ ھەممىسىنى مۇخبىرلار ئۈستىگە ئېلىپ بولالمايدۇ، بۇ كەڭ ئىختىيارىي مۇخبىرلارنىڭ قوللىشى ۋە ھەمكارلىشىشىغا موھتاج. شۇڭا، مۇخبىرلار ئىختىيارىي مۇخبىرلار بىلەن كەڭ ۋە دائىملىق ئالاقە ئورنىتىپ، ئۇلارغا تەھرىر بۆلۈمىنىڭ پىكرىنى يەتكۈزۈپ تۇرۇشى، ئۇلارنى تەشكىللەپ خەۋەر يېزىشقا يېتەكچىلىك قىلىشى ياكى بىرلىشىپ خەۋەر يېزىپ، ئۇلارنىڭ سەۋىيەسىنى ئۆستۈرۈشكە ياردەملىشىشى لازىم.

ئاممىۋى خىزمەت ئىشلەشتە مۇخبىرلار يەنە ئاممىنىڭ دەرد ـ ھالىغا كۆڭۈل بۆلۈشى، ئىمكانىيەت يار بەرگەن شارائىتتا ئاممىنىڭ (مۇخبىرلىق ئوبيېكتىنىڭ) بەزى ئەمەلىي مەسىلىلىرىنى ھەل قىلىشقا ياردەملىشىشى لازىم. ئادەتتىكى چاغلاردا بولسا ھال ـ ئەھۋال ئېيتىپ كەلگەن ئاممىنى ياخشى كۈتۈۋېلىشى، ئۇلارنىڭ ئىنكاسلىرىنى سەۋرچانلىق بىلەن ئاڭلىشى، كونكرېت ئەھۋالغا ئاساسەن مۇۋاپىق بىر تەرەپ قىلىشى لازىم.

ئۈچىنچى پاراگراف مۇخبىرلار ھازىرلاشقا تېگىشلىك شەرتلەر

1. توغرا دۇنيا قاراشقا ۋە ئۆتكۈر كۆزگە ئىگە بولۇشى كېرەك.

ھەرقانداق مۇخبىر پاكىتلارنى خەۋەر قىلىپ يازغاندا، بەلگىلىك تاللاشتىن ئۆتكۈزۈپ، ئۆزىنىڭ باھاسىنى قوشۇشىدۇ. بۇنداق تاللاش، باھا، شۇنداقلا خاھىش-خاراكتېرلىك پوزىتسىيە مۇخبىرنىڭ دۇنيا قارىشىنىڭ قوماندانلىقىدا بولىدۇ. مۇخبىرنىڭ

دۇنيا قارىشى ئۇنىڭ پۈتكۈل ئاخبارات پائالىيىتىگە يېتەكچىلىك قىلىدۇ ھەمدە ئۇنىڭ ئاخبارات ئەسەرلىرىدە ئەكس ئېتىدۇ.

مۇخبىرلىرىمىز دەۋرنىڭ قاراۋۇلى بولۇشتەك بۇرچىنى ئادا قىلىپ، پارتىيە ۋە خەلقنىڭ كۆزى، قۇلىقى، تىلى بولۇش ئۈچۈن، ئالدى بىلەن ئۆتكۈر «كۆز»گە ئىگە بولۇشى كېرەك. بۇ ئۆتكۈر «كۆز» دېڭ شياۋپىڭ نەزەرىيەسى، ئۈچكە ۋەكىللىك قىلىش مۇھىم ئىدىيەسى ۋە ئىلمىي تەرەققىيات قارىشى ئاساسىدىكى ئىلمىي بولغان دۇنيا قاراشتىن ئىبارەتتۇر. پەقەت ماركسىزملىق ئىلمىي دۇنيا قاراش ۋە مېتودىكا بولغاندىلا، ئاندىن ھەقىقەتنى ئەمەلىيەتتىن ئىزدەپ، ئېگىزدە تۇرۇپ يىراقنى كۆزىتىپ، ئۇششاق نەرسىلەردىن چوڭ ئىشلارنى بايقىيالايمىز؛ مۇرەككەپ ھادىسىلەردىن شەيئىلەرنىڭ ماھىيىتىگە ئۆتەلەيمىز؛ ئاساسىي ئېقىمنى كۆرۈپ، نىشاننى ئايدىڭلاشتۇرالايمىز؛ ئاددىي نەرسىلەردىن بۈيۈك ھەقىقەتنى تېپىپ چىقالايمىز؛ نېمىنى خەۋەر قىلىش، قانداق خەۋەر قىلىشقا كەسكىن ھۆكۈم قىلالايمىز.

دۇنيا قاراش مەسىلىسى مەيدان، نۇقتىئىنەزەر ۋە ئۇسۇل مەسىلىسىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. بۇنىڭ ئىچىدە مەيدان مەسىلىسى ھەممىدىن مۇھىم ئورۇندا تۇرىدۇ. ئەگەردە مەيدان توغرا بولمىسا، چىقىش نۇقتىسى توغرا بولمىسا، پوزىتسىيە توغرا بولمىسا، ئوبيېكتىپ ئەمەلىيەتنى دەل، چوڭقۇر تونۇش ۋە ئەكس ئەتكۈزۈش مەقسىتىگە يەتكىلى بولمايدۇ. ئاز ساندىكى كىشىلەرنىڭ مەنپەئەتىنى چىقىش قىلىپ، شەخسىيەتچىلىك مەيداندا تۇرۇپ، مەسىلىلەرنى ئىدېئالىزملىق تارىخىي قاراش بىلەن كۆزەتكەن مۇخبىر شەيئىلەرنىڭ ئەسلىي قىياپىتىنى بۇرمىلايدۇ، ھەق ـ ناھەقنى ئاستىن ـ ئۈستۈن قىلىۋېتىدۇ. شۇڭا، بىز تارىخنىڭ تەرەققىيات يۆنىلىشىگە ۋەكىللىك قىلىدىغان كەڭ خەلق ئاممىسىنىڭ مەيدانىدا تۇرۇپ مەسىلىلەر ئۈستىدە پىكىر يۈرگۈزگەندە، خەلق ئاممىسىنىڭ مەنپەئەتىنى

چىقىش نۇقتىسى قىلغىنىمىزدىلا، ئاندىن ئاخبارات خەۋەرچىلىك خىزمىتىمىزنى ھەقىقىي تۇردە ياخشى ئىشلىيەلەيمىز. مەيدان بىلەن ھېسسىيات ھامان بىر ـ بىرىگە زىچ باغلانغان بولىدۇ. بىز ئۇچۇن ئېيتقاندا، ئەقلىي جەھەتتىن مۇئەييەنلەشتۈرگەن نەرسە ھېسسىيات جەھەتتىن ياخشى كۆرىدىغان نەرسە ھېسابلىنىدۇ. شۇڭا، مۇخبىرلارنىڭ مەيدانى مۇستەھكەم، مۇھەببەت ـ نەپرىتى ئېنىق بولۇشى، پارتىيەنى، خەلقنى، تۇرمۇشنى قىزغىن سۆيۈشى، ئۆزى شۇغۇللىنىۋاتقان ئاخبارات ئىشلىرىغا قارىتا يۈكسەك مەسئۇلىيەتچانلىق تۇيغۇسى بىلەن قارىشى، پارتىيە ۋە خەلقنىڭ تاپشۇرۇقى بىلەن خەۋەر يېزىۋاتقانلىقىنى ھەرقاچان ئېسىدە مەھكەم ساقلىشى لازىم. شۇنداق قىلغاندىلا كۆزى روشەنلىشىپ، نىشانى ئايدىڭلىشىدۇ.

ماركسىزملىق ئىلمىي دۇنيا قاراشنى تۇرغۇزۇش بىر كۈن، ئىككى كۈندىلا ئەمەلگە ئاشىدىغان ئاسان ئىش ئەمەس. بۇنىڭ ئۈچۈن ئۇزاق مۇددەت ئۆگىنىشنى داۋاملاشتۇرۇش، پىلانلىق، مەقسەتلىك ھالدا تەتقىق قىلىش، ئاڭلىق تەتبىقلاش ئارقىلىق ماركسىزمنىڭ ماھىيىتىنى ئۆزلەشتۈرۈۋېلىش كېرەك. نەزەرىيە ئۆگىنىش بىلەن بىر ۋاقىتتا مۇناسىۋەتلىك سىياسەتلەرنى پۇختا ئىگىلەش كېرەك. پارتىيەمىزنىڭ تۈرلۈك فاڭجېن، سىياسەتلىرى ماركسىزم نەزەرىيەسىنىڭ ئېلىمىزنىڭ نۆۋەتتىكى ئەمەلىيىتى بىلەن بىرلەشكەنلىكىنىڭ مەھسۇلى. سىياسەتلەرنى ئۆگىنىش مۇخبىرلارنىڭ نەزەرىيە بىلەن ئەمەلىيەتنى بىرلەشتۈرۈشىگە، ماركسىزمنى تېخىمۇ چوڭقۇر چۈشىنىشىگە، ئۆگەنگەن نەزەرىيەلىرىنى ئاخبارات ئەمەلىيىتىدە تەتبىقلىشىغا ياردەم بېرىدۇ. مۇشۇنداق قايتا ـ قايتا ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش، قايتا ـ قايتا ئۆگىنىش ئارقىلىق مۇخبىرلار ماركسىزملىق مەيدان، نۇقتىئىنەزەر، ئۇسۇلنى ئىگىلەپ، تەدرىجىي ھالدا ئۆتكۈر كۆزلۈك قابىل مۇخبىر بولۇپ يېتىشىپ چىقالايدۇ.

2. ئەتراپلىق، پۇختا بىلىمى بولۇشى كېرەك.

مۇخبىر ئالدى بىلەن كۆپكە قادىر ئادەم بولۇش ئۈچۈن، ئەتراپلىق بىلىمگە ئىگە بولۇشى لازىم. مۇخبىرلىق خىزمىتىنىڭ جەمئىيەتتە ئۇچرىشىدىغان دائىرىسى ئىنتايىن كەڭ، مۇخبىرنىڭ ئۆزىمۇ ئەتە قانداق مەسىلىگە دۇچ كېلىدىغانلىقىنى قىياس قىلالمايدۇ. شۇڭا، ھەرقايسى تەرەپلەردىن ئازدۇر ـ كۆپتۇر بىلىم، ماتېرىيال توپلىشى، قايسى يەردىن سۆز ئېچىلسا، شۇنىڭغا ماسلىشالايدىغان بولۇشى كېرەك. ئەتراپلىق بىلىمى بولغاندا، مۇخبىرلارنىڭ پىكىر قىلىش دائىرىسى كېڭىيىدۇ، مۇخبىرلىق ئوبيېكتى بىلەن ئورتاق تىلغا ئىگە بولالايدۇ، خەۋەر يازغاندىمۇ ھەرقانداق مەنبەدىن قېيىنىلىپ قالمايدۇ. ئۇنداق بولمىغاندا، مۇخبىرلار ھەربىر قەدەمدە تەمتىرەيدۇ، ناتونۇش مەسىلىلەرگە كەلگەندە گاڭگىراپ قالىدۇ. مەسىلەن، بەزى مۇخبىرلارنىڭ قانۇن ھەققىدىكى بىلىمى كەمچىل بولغاچقا، «يۇقىرىنىڭ تەستىقى بىلەن پالانى، پوكۇنى قولغا ئېلىندى» دەپ يازىدۇ، بەزىلىرى تېخى سوت قىلىنمىغان جاۋابكارنى «جىنايەتچى سوتقا تارتىلدى» دەپ يازىدۇ. بۇنداق خەۋەرلەرنىڭ ئۆزىلا قانۇنغا خىلاپ بولۇپ، ئاخبارات ئورۇنلىرىنىڭ ئىناۋىتىنى يەرگە ئۇرىدۇ.

مۇخبىرلار ئەتراپلىق بىلىمگە ئىگە بولغاندىن سىرت، يەنە مەلۇم بىر تەرەپتىكى مۇتەخەسسىسكە ئايلىنىشى كېرەك. ھازىرقى مۇخبىرلارنىڭ ئاساسەن بىرقەدەر مۇقىم ئىش تەقسىماتى بار، ئۇلار مەلۇم بىر ساھە ياكى مەلۇم بىر كەسىپنىڭ ئەھۋاللىرىنى خەۋەر قىلىشقا مەسئۇل بولىدۇ. شۇڭا، مۇخبىرلار ئۆزىنىڭ خىزمەت تەقسىماتى دائىرىسى ئىچىدە مۇتەخەسسىسكە ئايلىنىشى كېرەك. شۇنداق بولغاندىلا مۇخبىرلار ئۆز ساھەسىدە دەل، توغرا، چوڭقۇر بولغان نوپۇزلۇق خەۋەرلەرنى يېزىپ چىقالايدۇ.

تەجرىبىلەردىن قارىغاندا، ئەتراپلىق ۋە پۇختا بىلىمگە ئىگە بولۇش ئۈچۈن، مۇخبىرلىققا قەدەم قويغاندىن باشلاپلا بىلىم

ئاساسىنى ياخشى سېلىش، نەزەرىيە جەھەتتىن تەربىيەلىنىشنى چىڭ تۇتۇشتىن تاشقىرى تارىخ، جۇغراپىيە، جەمئىيەتشۇناسلىق، پسىخولوگىيە، ئىقتىسادشۇناسلىق ۋە قانۇن بىلىملىرىنى پۇختا ئىگىلەش، شۇنداقلا تەبىئىي پەن بىلىملىرىدىنمۇ خەۋەردار بولۇش كېرەك. بۇنىڭدىن باشقا، ئۆزىنىڭ خىزمەت دائىرىسىدىكى بىلىملەرنى تىرىشىپ ئۆگىنىش، ھەر قېتىملىق مۇخبىرلىققا قارىتا مەقسەتلىك ئۆگىنىپ، كەسپىي بىلىملەرنى توپلاش؛ خىزمەت ئېھتىياجىغا ئاساسەن نېمە كەم بولسا، شۇنى تولۇقلاش ھەمدە ئۇزاق مۇددەتلىك بىلىم ئامبىرىنى شەكىللەندۈرۈش كېرەك.

3. كۈچلۈك قابىلىيەت بولۇشى كېرەك.

قابىلىيەت مۇخبىرنىڭ كەسپىي جەھەتتىكى ئىقتىدارىنى كۆرسىتىدۇ. يەنى مۇخبىرلار ئاخبارات مۇخبىرلىقى ۋە يېزىقچىلىقىدىكى قائىدە ـ قانۇنىيەتلەرنى پىششىق ئىگىلىگەن، ئىجادىي يوسۇندا تەتبىقلىيالايدىغان بولۇشى كېرەك، دېگەنلىكتۇر.

مۇشۇنداق قابىلىيەت بولغاندىلا، مۇخبىرلار رېئال تۇرمۇشتىكى ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە نەرسىلەرنى سەزگۈرلۈك بىلەن بايقاپ، نادىر خەۋەرلەرنى يېزىپ چىقالايدۇ. بۇنداق قابىلىيەتنى يېتىلدۈرۈش ئۈچۈن ئالدى بىلەن ئاساسىي ماھارەتنى پۇختا ئىگىلىشى كېرەك.

مۇخبىرلارنىڭ ئىگىلىشى زۆرۈر بولغان ئاساسىي ماھارەت ناھايىتى كۆپ، مۇخبىرنىڭ قابىلىيىتى نۇقتىسىدىن قارىغاندا، ئاساسلىقى تۆۋەندىكى ئىككى تەرەپنى كۆرسىتىدۇ: بىرى، ئوبيېكتىپ رېئاللىقنى ئىگىلەش ئىقتىدارى، يەنە بىرى، تىل ئارقىلىق ئىپادىلەش ئىقتىدارى.

ئاخبارات ئوبيېكتىپ رېئاللىقنىڭ مۇخبىرنىڭ كاللىسىدا ئەكس ئېتىشى ۋە قايتا گەۋدىلىنىشى دېمەكتۇر. مۇخبىرنىڭ قابىلىيىتى ئالدى بىلەن ئەنە شۇ ئوبيېكتىپ رېئاللىقنى تونۇش

ۋە ئىگىلەشتە ئىپادىلىنىدۇ. مۇخبىرلار ھەممىدىن خەۋەردار بولۇش ئۈچۈن، ئەمەلىيەتكە چوڭقۇر چۆكۈشى، كۆپلەپ دوست تۇتۇشى، خىلمۇخىل مۇخبىرلىق يوللىرىنى ئېچىشى، ئۆزىنىڭ ئىجتىمائىي پائالىيەت ئىقتىدارىنى ئۆستۈرۈشى لازىم. لېكىن، بۇ جەھەتتىكى قابىلىيەتنى كۈندىلىك مۇخبىرلىق پائالىيىتى جەريانىدىلا يېتىلدۈرۈپ كەتكىلى بولمايدۇ. بۇنىڭ ئۈچۈن مۇخبىرلار مەلۇم بىر مەخسۇس تېمىدىكى تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشنى كۈچەيتىشى، شۇنداقلا نۇقتىدا تۇرۇپ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش ئاساسىي ماھارىتى جەھەتتە تىرىشىپ چېنىقىشى كېرەك. چۈنكى، مۇخبىرلار كۆرىدىغىنى كۆپ، بىلىدىغىنى ئەتراپلىق بولۇشتەك ئارتۇقچىلىققا ئىگە بولغىنى بىلەن، ئەمەلىي تۇرمۇشى، رېئال كۈرەشنىڭ مۇرەككەپ، كەسكىنلىكىگە قارىتا بىۋاسىتە تەسىراتى يۈزەكى بولۇشتەك ئاجىزلىق تەرىپىمۇ بار. بۇ خىل تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش ماھارىتى جەھەتتىكى چېنىقىش مەقسەتلىك ھالدا مۇشۇ ئاجىزلىقنى تۈگىتىشكە قارىتىلىدۇ. مەخسۇس تېمىدىكى تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش مەلۇم بىر رايون ياكى مەلۇم بىر كەسىپتىكى مەخسۇس بىر تېمىغا قارىتا ھېسسىي بىلىشتىن ئەقلىي بىلىشكە ئۆتۈش، تېيىزلىقتىن چوڭقۇرلۇققا ئۆتۈشتىن ئىبارەت يۈكسىلىش جەريانىدۇر. نۇقتىدا تۇرۇپ تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش بولسا، بىر نۇقتىنى تاللاپ، شۇ جايدا بىر مەزگىل تۇرۇپ، كادىر ۋە ئامما بىلەن بىرلىكتە ياشاش، بىرلىكتە خىزمەت قىلىش، خۇشاللىقتىمۇ، غەم ـ قايغۇدىمۇ بىللە بولۇش، «قۇشقاچنى ئوپېراتسىيە قىلغان»غا ئوخشاش، ھەممە نەرسىنى بىۋاسىتە ھېس قىلىش دېمەكتۇر. مۇشۇ خىل ئۇسۇل بويىچە تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلغاندا، مۇخبىر ۋاقىتلىق خەۋەر قىلىش ۋەزىپىسىنىڭ تەسىرىگە ئۇچرىمايدۇ، جەمئىيەت بىلەن، ھەر ساھە، ھەر قاتلام كىشىلىرى بىلەن تېخىمۇ چوڭقۇر تونۇشىدۇ، تەسىراتلىرى تېخىمۇ كونكرېت، تېخىمۇ تەپسىلىي بولىدۇ، نۇرغۇن نەرسىلەر

مەڭگۈلۈك ئۇنتۇلماس خاتىرە بولۇپ قالىدۇ. دېمەك، يۇقىرىقىدەك ماھارەت ئاساسى پۇختا بولغاندىلا، مەسىلىلەرنى ئەتراپلىق كۆزىتىش بىلەن بىللە ماھىيىتىنى تونۇپ يېتەلەيدۇ، مۇستەقىل پىكىرمۇ بولىدۇ، سۇ ئۇستىدىكى كۆپۈكتەك لەيلەپ قېلىشتىن ساقلىنالايدۇ.

تىل ئارقىلىق ئىپادىلەش قابىلىيىتى مۇخبىر ئۈچۈن ئىنتايىن مۇھىم. ئاخبارات خەۋەرچىلىكى مۇشەققەتلىك بولغان تىل خىزمىتى، ئۇ توغرا، ئېنىق، جانلىق، ئىخچام بولۇشنى ھەمدە كۈچلۈك ۋاقىتچانلىقنى تەلەپ قىلىدۇ. تىل ئارقىلىق ئىپادىلەش ئىقتىدارى يۇقىرى بولمىغاندا، بۇ خىزمەتنىڭ ھۆددىسىدىن چىققىلى بولمايدۇ. تىل قابىلىيىتىنى ئۆستۈرۈش ئۈچۈن، ئۆزىنى كۆپ چېنىقتۇرۇش كېرەك. مەسىلەن، گىرامماتىكا، ئىستىلىستىكا، لوگىكا جەھەتتىكى تەلەپلەرنى پۇختا ئۆزلەشتۈرۈۋېلىش بىلەن بىللە، خەۋەر تىلىنىڭ ئېستېتىك سەنئىتىنى ئۆستۈرۈشكە ماھىر بولۇش كېرەك. مۇخبىرلار ئادەتتە خەلق تىلىنى ياخشى ئۆگىنىشى، قەدىمكى ۋە ھازىرقى مۇنەۋۋەر ئەدەبىي ئەسەرلەردىن ئوزۇق ئېلىشى، كۆپ ئۆگىنىپ، كۆپ مەشىق قىلىشى، شۇ ئارقىلىق تەبىئىي تىل ئۇستىسىغا ئايلىنىشى لازىم.

مۇخبىرلار كەسىپكە پۇختا بولۇشتا يۇقىرىدىكى ئىككى ئاساسىي ماھارەتتىن باشقا يەنە ئۆز ماھارىتىنى ئىمكانقەدەر تېخىمۇ ئەتراپلىق يېتىلدۈرۈشى، ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنىڭ ھەرقانداق بىر تۈردە بىمالال قەلەم تەۋرىتەلەيدىغان بولۇشى، ئىگىلىگەن ماتېرىيالىنى ئەڭ ياخشى ئىپادىلەپ بېرەلەيدىغان شەكىلنى قوللىنىشنى بىلىشى كېرەك.

رادىيو ـ تېلېۋىزىيە مۇخبىرلىرى ئادەتتىكى خەۋەر يېزىقچىلىقىدىكى ماھارەتنى ئىگىلىگەندىن سىرت، رادىيو ـ تېلېۋىزىيە خەۋەرلىرىنىڭ تىل ئالاھىدىلىكىنى ياخشى تەتقىق قىلىشى، بىرقەدەر يۇقىرى بولغان ئاغزاكى ئىپادىلەش

ماھارىتىنى يېتىلدۈرۈشى، ئاغزىدىن چىققان سۆز تەرتىپلىك، ئورۇنلۇق، راۋان، ئېنىق بولۇشى، تېز ئىنكاس قىلىش، تېز ماسلىشىش قابىلىيىتى بولۇشى كېرەك.

4. ئالىيجاناب كەسپىي ئەخلاق ۋە ياخشى مۇخبىرلىق ئىستىلى بولۇشى كېرەك.

سوتسىيالىستىك دۆلىتىمىزدە يارامىلىق بىر مۇخبىر بولۇش ئۈچۈن، ئالىيجاناب كەسپىي ئەخلاققا ئىگە بولۇش بىلەن بىللە ئېسىل مۇخبىرلىق ئىستىلىنىمۇ يېتىلدۈرۈش كېرەك.

بىز دەۋاتقان كەسپىي ئەخلاق جەمئىيەتتىكى مەلۇم كەسىپ دائىرىسىدىكى ئورتاق ھەرىكەت ئۆلچىمى، كەسپىي خادىملارنىڭ كەسپىي پائالىيەت جەريانىدا ئەمەل قىلىشى زۆرۈر بولغان ھەرىكەت مىزانىنى كۆرسىتىدۇ. ئېنىقراق قىلىپ ئېيتقاندا، كەسپىي ئەخلاق كەسىپتىكى ۋىجدان دېمەكتۇر. بىزنىڭ جەمئىيىتىمىزدە مەيلى مۇخبىرلارنىڭ ئۈستىگە ئالغان مەجبۇرىيىتىنىڭ مۇھىملىقىدىن، جەمئىيەتتىكى تەسىرىنىڭ چوڭلۇقىدىن بولسۇن، مەيلى ئۆزلىرىنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىشىدىن بولسۇن، ئۇلار جەزمەن ئەخلاقىي پەزىلەت جەھەتتە ھەقىقىي ئالىيجاناب كىشىلەر بولۇشى لازىم.

ئۈچىنچى باب ئاخبارات پاكىتلىرىنى قانداق تاللاش كېرەك

يېڭىدىن مۇخبىرلىققا قەدەم قويغان نۇرغۇن كىشىلەر دائىم مۇرەككەپ، رەڭگارەڭ بۇ دۇنيادىكى خىلمۇخىل ئىشلار ئىچىدە نېمىنىڭ خەۋەر بولىدىغانلىقىنى، قانداق نەرسىنىڭ خەۋەر قىلىشقا ئەرزىيدىغانلىقىنى ئاڭقىرالماي گاڭگىراپ قالىدۇ. گاھىدا ئۇ يېڭى دەپ ھېس قىلىپ، پۈتۈن كۈچىنى سەرپ قىلىپ يېزىپ چىققان خەۋىرى تەھرىر بۆلۈمى تەرىپىدىن كېرەكسىز قەغەزگە ئايلاندۇرۇپ قويۇلىدۇ. گاھىدا ئۇ ھېچنېمىگە ئەرزىمەيدۇ دەپ قاراپ، نەزىرىنى سالمىغان نەرسە باشقىلارنىڭ قولىدا ئاجايىپ كاتتا خەۋەرگە ئايلىنىدۇ. بۇنداق بولۇشنىڭ سەۋەبى شۇكى، بۇ يېڭى مۇخبىر ئاخبارات پاكىتىنى تاللاشنىڭ «سىرى»نى ياخشى ئىگىلىۋالمىغان.

ئاخبارات پاكىتلىرىنى تاللاش ئۈچۈن مۇخبىرلار جەزمەن كۈچلۈك كەسپىي ئىقتىدار يېتىلدۈرۈشى لازىم، ئۇنداق بولمىغاندا، مۇخبىر بولۇشتىن سۆز ئاچقىلى بولمايدۇ.

بىرىنچى پاراگراف ئاخبارات پاكىتلىرىنى تاللاشنىڭ مۇھىم ئاساسى — ئاخبارات قىممىتى

ھەممىمىزگە مەلۇمكى، يېڭىدىن يۈز بەرگەن ۋە بايقالغان پاكىت خەۋەر بولىدۇ. تەبىئەت دۇنياسى ۋە ئىنسانىيەت جەمئىيىتى ئۈزۈكسىز ھەرىكەت قىلىپ ئۆزگىرىپ تۇرىدۇ، ھەرقانداق جاي ۋە ھەرقانداق ۋاقىتتا يېڭى پاكىتلار يۈز بېرىپ

تۇرىدۇ ۋە بايقىلىپ تۇرىدۇ. بۇ پاكىتلارنىڭ بەزىلىرى گېزىت، رادىيو، تېلېۋىزورلاردا خەۋەر قىلىنىپ تارقىتىلىدۇ، بەزىلىرى بولسا ئاخبارات ۋاستىلىرىنىڭ نەزىرىدىن ساقىت قىلىنىدۇ. مەسىلەن، ئەمەت ئاخۇننىڭ ئايالى چىرايلىق بىر بالا تۇغقان بولسا، بىرەر مۇخبىر سوراپمۇ قويمايدۇ، سەمەت ئاخۇننىڭ ئايالى پۈتۈن بەدىنىنى تۈك باسقان بىر بالا تۇغقان بولسا، ئۇنىڭغا تەرەپ - تەرەپتىن مۇخبىرلار كېلىپ ئولىشىدۇ. ساۋۇت ئاخۇن ۋاپات بولسا تۇغقانلىرى ئۆزى پۇل خەجلەپ گېزىتتە كىچىككىنە بىر قايغۇلۇق ئېلان بېرىدۇ، مامۇت ئاخۇن ۋاپات بولسا چوڭ ئاگېنتلىق، چوڭ گېزىتلەر ئۇنىڭ ماتەم مۇراسىمى توغرىسىدا كەڭ سەھىپىلىك خەۋەرلەرنى بېرىدۇ. مانا بۇ پەرق ئوتتۇرىسىدا ئاخبارات قىممىتى رول ئوينايدۇ. ئوبيېكتىپ پاكىتلار ئاخباراتلىق قىممىتىنى هازىرلىغاندىلا، ئۇنى خەۋەر قىلىشقا بولىدۇ. ئاخبارات قىممىتى قانچىكى چوڭ بولغانسېرى ئۇ شۇ قەدەر نۇقتىلىق ۋە مۇھىم ئورۇندا خەۋەر قىلىنىدۇ. مانا بۇ ئاخبارات خەۋەرچىلىكى پائالىيىتىنىڭ چوڭ قانۇنىيىتى.

1. ئاخبارات قىممىتى دېگەن نېمە؟

بۇ مەسىلىگە قارىتا ئېلىمىزنىڭ ئاخبارات ساھەسىدىمۇ خىلمۇخىل قاراشلار مەۋجۇت. يىغىنچاقلىغاندا، تۆۋەندىكى ئۈچ خىل قاراش ئاساسىي ئورۇندا تۇرىدۇ.

1) ئاخبارات قىممىتى — ئاخبارات خىزمەتچىلىرى (ئاخبارات ئورگىنى) بەلگىلىگەن خەۋەرلەرنى تاللاش، ئۆلچەش، شاللاش ۋە بەتكە ئورۇنلاشتۇرۇشتىكى ئۆلچەمدىن ئىبارەتتۇر.

2) ئاخبارات قىممىتى — ئاخبارات ئورگىنى تارقاتقان خەۋەرنىڭ ئامما ئارىسىدىكى پەيدا قىلغان تەسىرى ۋە ئۈنۈمىنى كۆرستىدۇ.

3) ئاخبارات قىممىتى — ئاخبارات پاكىتلىرى ئۆز ئىچىگە ئالغان سىياسىي، ئىقتىسادىي ۋە بىلىش قىممىتىنى كۆرستىدۇ.

ئاخبارات قىممىتى توغرىسىدىكى يۇقىرىقى چۈشەنچە ۋە شەرھلەر ئوخشاش بولمىغان نۇقتىدىن ئاخبارات قىممىتىنىڭ بەزى ئالاھىدىلىكلىرىنى تەكىتلىگەن بولسىمۇ، لېكىن ئىلمىي تەبىر ئۆلچىمىدىن قارىغاندا ئۇلار كىشىنى تولۇق قايىل قىلالمايدۇ. بىرىنچى خىل قاراشتا، ئاخبارات قىممىتىنى بېكىتىش جەريانىدىكى ئاخبارات تارقاتقۇچىلارنىڭ سۇبيېكتىپچانلىقى تەكىتلەنگەن بولۇپ، ئاخبارات قىممىتىنىڭ ئوبيېكتىپ مەۋجۇتلۇقى نەزەردىن ساقىت قىلىنغان. ئىككىنچى خىل قاراشتا، ئاخبارات قىممىتىنىڭ ئىجتىمائىي ئۈنۈملا تەكىتلەنگەن. ئۈچىنچى خىل قاراشتا، نوقۇل ھالدا ئاخبارات قىممىتىنىڭ ئوبيېكتىپ مەۋجۇتلۇقىلا سۆزلەنگەن، شۇڭا بۇلارنىمۇ مۇكەممەل دەپ ئېيتىشقا بولمايدۇ. رېئال تۇرمۇشتا بىز مۇنداق ئەھۋاللارنى ئۇچرىتىمىز: ئوخشاش بىر پاكىتنىڭ ئوخشاش بولمىغان ۋاقىت، ئورۇن ۋە شارائىتتىكى ئاخباراتلىق قىممىتىدە ئۆزگىرىش بولىدۇ، ھەتتا ئاخباراتلىق قىممىتىنىڭ بار ياكى يوق بولۇشىغىمۇ تەسىر كۆرسىتىدۇ. مەسىلەن، 1970 ـ يىلىنىڭ دەسلىپىدە شىنخۇا ئاگېنتلىقى ئامېرىكا تېنىس توپ كوماندىسىنىڭ جۇڭگوغا كېلىپ ئۆتكۈزگەن دوستلۇق مۇسابىقىسى توغرىسىدىكى خەۋەرنى تارقاتتى. ئەينى ۋاقىتتا بۇ پۈتۈن دۇنيانىڭ دىققەت ـ ئېتىبارىنى قوزغىدى، مەملىكەت ئىچى ۋە سىرتىدىكى نۇرغۇن گېزىتلەر بۇ خەۋەرنى بىرىنچى بەتتىكى كۆرۈنەرلىك ئورۇنغا باستى. مۇبادا بۇ ئەينى ۋاقىتتىكى خەلقئارا مۇھىتتىن، يەنى جۇڭگو بىلەن ئامېرىكىنىڭ دىپلوماتىك مۇناسىۋەتنى ئەسلىگە كەلتۈرمەكچى بولۇۋاتقانلىقىدىن ئىبارەت سىياسىي ئامىلدىن ئايرىلغان بولسا، بۇ پاكىتنىڭ ئاخبارات قىممىتى زور دەرىجىدە چۈشۈپ، ئادەتتىكى تەنتەربىيە خەۋىرىگە ئايلىنىپ قالغان بولاتتى. يەنە مەسىلەن، 20 ـ ئەسىرنىڭ 80 ـ يىللىرىدا ئۈرۈمچى شەھىرى ۋە باشقا بىر قىسىم رايونلاردا سەرەڭگە ئىنتايىن قىس بولۇپ

كەتتى. بۇ ئىش شىنجاڭ گېزىتىگە مۇھىم خەۋەر سۈپىتىدە بېرىلدى. باشقا جايلارنىڭ گېزىتلىرى بولسا بۇنىڭغا پەرۋامۇ قىلىپ قويمىدى. بۇنىڭدىكى سەۋەب، سەرەڭگىنىڭ قىس بولۇشى شىنجاڭ خەلقىنىڭ تۇرمۇشى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك بولغاچقا، باشقا جايلاردا بۇنداق مەسىلە مەۋجۇت ئەمەس. شۇڭا، بۇ ئىش ئۇلار ئۈچۈن تەبىئىي ھالدا خەۋەرمۇ بولالمايدۇ. بۇنىڭدىن شۇنى كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇكى، پاكىتنىڭ ئۆزى گەرچە ئاخبارات قىممىتىنىڭ مەۋجۇت بولۇشىدىكى مۇھىم ئاساس بولسىمۇ، لېكىن قوبۇل قىلغۇچىلار بىلەن جەمئىيەتنىڭ ئېھتىياجى ئاخبارات قىممىتىنىڭ چوڭ - كىچىكلىكى ۋە بار - يوقلۇقىغا تەسىر كۆرسىتىدىغان ئاساسلىق ئامىللاردۇر. شۇڭا، مۇخبىرلار زىيارەت قىلغان چاغدا ئۆز نەزىرىنى ئاخبارات پاكىتىنىڭ تەبىئىي خۇسۇسىيىتى ۋە ئەمەلىي ئىشلىتىش قىممىتىگىلا قارىتىپ قالماستىن، ئاخبارات پاكىتى بىلەن قوبۇل قىلغۇچىلار ھەم جەمئىيەت ئوتتۇرىسىدىكى پايدا - زىيان مەنپەئەت مۇناسىۋىتىگە مەركەزلەشتۈرگەن ئاساستا پاكىتنىڭ ئاخباراتلىق قىممىتىنى باھالايدۇ.

يۇقىرىدىكى تەھلىلىمىزگە ئاساسەن، ئاخبارات قىممىتىنىڭ تەبىرىنى مۇنداق شەرھلەشكە بولىدۇ: ئاخبارات قىممىتى — خەۋەرنى تەشكىل قىلغۇچى پاكىتنىڭ قوبۇل قىلغۇچىلارغا ئېلىپ كېلىدىغان ئۇچۇر مىقدارى ھەمدە قوبۇل قىلغۇچىلار ۋە جەمئىيەتكە بولغان پايدا - زىيان مۇناسىۋىتىنىڭ دەرىجىسىنى كۆرسىتىدۇ.

بۇنىڭدىن شۇنى ھېس قىلىۋالالايمىزكى، ئاخبارات قىممىتى پاكىتنىڭ ئۆزىدە بولىدۇ، شۇڭا بىز پاكىتقا ھۆرمەت قىلىشىمىز، پاكىتنى تەتقىق قىلىشىمىز لازىم؛ ئاخبارات قىممىتى پاكىت بىلەن قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ مۇناسىۋىتىدە ئىپادىلىنىدۇ، شۇڭا بىز قوبۇل قىلغۇچىلارغا ھۆرمەت قىلىشىمىز، قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ ئېھتىياجىنى

چۈشىنىشىمىز لازىم؛ ئاخبارات قىممىتى بىر خىل كۆزقاراش، بىر خىل ئاڭ فورماتسىيەسىگە تەۋە نەرسە، ئۇ ۋاقىت، ئورۇن، شارائىت ۋە جەمئىيەت مۇھىتىنىڭ ئۆزگىرىشىگە ئەگىشىپ ئۆزگىرىدۇ، شۇڭا بىز جەمئىيەتنى چۈشىنىشىمىز، جەمئىيەتنى تەتقىق قىلىشىمىز لازىم.

2. ئاخبارات قىممىتىنى تەشكىل قىلىدىغان ئامىللار

ئاخبارات قىممىتى خىلمۇخىل ئامىللاردىن تەشكىل تاپىدۇ. بىر پاكىتنىڭ ئاخبارات قىممىتىنىڭ بار - يوقلۇقىغا، ئاخبارات قىممىتىنىڭ چوڭ - كىچىكلىكىگە ھۆكۈم قىلىدىغان ئامىللار دائىم ئىنتايىن مۇرەككەپ ۋە گىرەلىشىپ كەتكەن بولىدۇ. مەسىلەن، ۋاقىت، ئورۇن، قوبۇل قىلغۇچىلارغا بولغان پايدا - زىيان مۇناسىۋىتى، تەسىرگە ئۇچرايدىغان ۋە كۆڭۈل بۆلىدىغان ئادەملەرنىڭ ئاز - كۆپلۈكى، شۇنداقلا جەمئىيەتتە پەيدا قىلىدىغان تەسىرى قاتارلىقلار. ئەگەر بىر پاكىتنىڭ پايدا - زىيان مۇناسىۋىتىدە چوڭ پەرق بولمىسا، تەسىرگە ئۇچرايدىغان ئادەملەرنىڭ ئاز - كۆپلۈكى بويىچە ھۆكۈم چىقىرىشقا بولىدۇ. ئەگەر كىشىلەرنىڭ كۆڭۈل بۆلۈش دەرىجىسى ۋە سانى ئوخشاش بولسا، ماكان ۋە زاماننىڭ يىراق - يېقىنلىقى ئاساسىدا ھۆكۈم چىقىرىشقا بولىدۇ. گاھىدا ھەر خىل ئامىللارنىڭ سالمىقى بىردەك بولمايدۇ، بۇنىڭدا مۇخبىرنىڭ تەجرىبىسى ۋە ھۆكۈم قىلىش ئىقتىدارىغا تايىنىشقا توغرا كېلىدۇ. بىز ئاخبارات قىممىتىنى تەشكىل قىلىدىغان ئامىللارنىڭ قايسىسى مۇھىم، قايسىسى مۇھىم ئەمەس دېگەننى بەلگىلەپ بېرەلمەيمىز، بۇنى ئەينى ۋاقىت، ئەينى جاينىڭ ئەمەلىي ئەھۋالىغا ئاساسەن كونكرېت تەھلىل قىلىش لازىم.

شۇنىمۇ كۆرۈش كېرەككى، قىممەت قارىشى بىر ئادەمنىڭ ئۆز ئەتراپىدىكى ئىشلارنىڭ ھەق - ناھەقلىقى، ياخشى - يامانلىقى ۋە مۇھىملىقىغا بولغان باھاسى بولۇش سۈپىتى بىلەن ئۇنىڭ دۇنيا قارىشىنىڭ تەسىرىگە ئۇچرايدۇ. ئوخشاش بولمىغان

ئىجتىمائىي شارائىتتىكى ئوخشاش بولمىغان سىنىپ، گۇرۇھتىكى كىشىلەرنىڭ قىممەت قارىشى ئوخشاش بولمايدۇ. لېكىن، غەرب ئاخبارات قىممىتى قارىشى سىستېمىسى بىلەن سوتسىيالىستىك ئاخبارات قىممىتى قارىشى سىستېمىسىنى مۇتلەق چېقىشالمايدۇ دەپ قارىيالمايمىز. غەرب ئاخبارات قىممىتى سىستېمىسى ئىچىدىكى ئاخباراتنىڭ بەزى خاس خۇسۇسىيەتلىرى ۋە ئورتاق قانۇنىيىتىنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بەرگەن ئامىللىرىنى، مەسىلەن، تەسىرچانلىق، يېقىنلىق، دەللىك، روشەنلىك، يەنى گەۋدىلىك بولۇش، نورمالسىزلىق، توقۇنۇشچانلىق قاتارلىقلارنى مەلۇم دەرىجىدە ئۆزگەرتىپلا پايدىلانساق بولىدۇ.

يېقىنقى يىللاردىن بۇيان ئېلىمىزدىكى ئاخباراتشۇناسلار ئاخبارات قىممىتىنى تەشكىل قىلىدىغان ئامىللار ئۈستىدە بىر مۇنچە قىممەتلىك پىكىرلەرنى ئوتتۇرىغا قويدى. بەزىلەر ئۇنى «دەل ۋاقتىدا بولۇش، يېڭى بولۇش، مۇھىم بولۇش» دەپ يىغىنچاقلىدى، بەزىلەر «چىن بولۇش، يېڭى بولۇش، مۇھىم بولۇش، ئوقۇشچانلىقى بولۇش» دەپ يىغىنچاقلىدى. يەنە بەزىلەر بولسا «ۋاقىتچانلىق، يېڭىلىق، مۇھىملىق، يېقىنلىق، بىلىم خاراكتېرى» دەپ كۆرسەتتى. يۇقىرىقى پىكىرلەرنى ئومۇملاشتۇرۇش ئاساسىدا بىز ئاخبارات قىممىتى ئامىلىنى تۆۋەندىكى تۆت نۇقتىدىن كۆرسىتىمىز:

بىرىنچى، يېڭىلىق. يېڭىلىق پاكىتنىڭ يۈز بەرگەن ۋاقتى ۋە ئۇ ئۆز ئىچىگە ئالغان ئاخباراتلىق ئۇچۇر مىقدارىنى كۆرسىتىدۇ. بۇ، ئاخبارات قىممىتىنى تەشكىل قىلىدىغان زۆرۈر ئامىل. يېڭى بولمىغان پاكىتنىڭ ئاخبارات قىممىتى بولمايدۇ، ئۇ تەبىئىي ھالدا خەۋەرمۇ بولالمايدۇ.

ئاخبارات پاكىتىنىڭ يېڭىلىقى ئالدى بىلەن ۋاقىت مەسىلىسى. چۈنكى، ئاخبارات قانداقلا بولسۇن كىشىلەرگە يېڭىدىن يۈز بەرگەن بىر پاكىتنى بىلدۈرۈشى كېرەك. جاڭ

چىيەننىڭ غەربىي رايونغا سەپەر قىلىشى، مەھمۇد كاشغەرىينىڭ «دىۋانۇ لۇغەتىت تۈرك»نى يېزىپ چىقىشى تارىختىكى زور تەسىر قوزغىغان ئىش بولسىمۇ، لېكىن ئۇلارنى ھازىرقى گېزىتلەردە خەۋەر قاتارىدا ئېلان قىلىشقا بولمايدۇ. 1982 - يىلىدىكى ئىران - ئىراق ئۇرۇشى، ئەنگلىيە بىلەن ئارگېنتىنا ئوتتۇرىسىدىكى مالۋىنا ئارىلى توغرىسىدىكى توقۇنۇش، 1991 - يىلىدىكى دېڭىز قولتۇقى ئۇرۇشى قاتارلىقلار ئەينى چاغدىكى دۇنيانى زىلزىلىگە كەلتۈرگەن يېڭىدىن يۈز بەرگەن ۋەقەلەر ۋە زور خەۋەرلەردۇر. ئادەتتە خەۋەرنىڭ ۋاقىتچانلىقى قانچىكى كۈچلۈك بولسا، ئاخبارات قىممىتى شۇنچە يۇقىرى بولىدۇ. ئاخبارات پاكىتىنىڭ يۈز بەرگەن ۋاقتى بىلەن ئېلان قىلىنغان ۋاقىت پەرقىنىڭ چوڭ - كىچىكلىكى ئاخبارات قىممىتىنىڭ چوڭ - كىچىكلىكى بىلەن تەتۈر تاناسىپ بولىدۇ.

ئاخبارات پاكىتىنىڭ يېڭىلىقىدا نوقۇل ۋاقىتچانلىقنىڭ بولۇشىلا كۇپايە قىلمايدۇ، ئۇ يەنە كىشىلەرگە يېڭى مەزمۇنغا باي ئۇچۇرلارنى يەتكۈزۈپ بېرىشى لازىم. رېئال تۇرمۇشتىكى نۇرغۇن كىشىلەر بىلىشنى ئارزۇ قىلىدىغان يېڭى ئىش، يېڭى ئەھۋال، يېڭى مەسىلە، يېڭى شەخس، يېڭى تەجرىبە، يېڭى ئىدىيە، يېڭى كەيپىيات قاتارلىقلار ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە بولىدۇ. مەسىلەن، ئادەتتە بىر دېھقاننىڭ ئېشىنچا ئاشلىق سېتىپ بېرىشى خەۋەر بولالمايدۇ، لېكىن 1981 - يىلى مەلۇم بىر گېزىت بىر دېھقاننىڭ ئۇنىڭغا «يۇگجۇ» ماركىلىق ۋېلىسىپىتتىن بىرنى سېتىپ بەرسىلا يىگىرمە مىڭ جىڭ ئاشلىق سېتىپ بېرىدىغانلىقى توغرىسىدىكى خەۋىرىنى باسقان. بۇ ئەھۋال شەھەرلەر بىلەن يېزىلار، ئىشچىلار بىلەن دېھقانلار ئوتتۇرىسىدىكى يېڭىچە مۇناسىۋەت يۈزلىنىشىنى بېشارەتلەپ بەرگەچكە، خېلى زور ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە بولغان. دېمەك، ئاخبارات قىممىتى پاكىتنىڭ ئۇچۇر مىقدارى بىلەن ئوڭ تاناسىپقا ئىگە. يەنى، ئۇچۇر مىقدارى قانچە كۆپ بولغانسېرى

ئاخبارات قىممىتى شۇنچە چوڭ بولىدۇ.

ئومۇمەن قىلىپ ئېيتقاندا، يېڭىلىق ئاخبارات پاكىتلىرىنىڭ ئوبيېكتىپلىقىغا ئىگە بولغان ھەم مۇخبىرنىڭ شەيئىلەرنىڭ ئۆزگىرىش جەريانىنى تەكشۈرۈپ بايقىشى زۆرۈر بولغان بىر خىل قىممەت ئامىلى. ئادەتتە ئۇ ھەممە كىشىگە تونۇشلۇق بولغان نەرسە ئەمەس، بەلكى كىشىلەر تېخى بىلىپ يەتمىگەن نەرسە بولۇشى، شەيئىنىڭ ئۆزگەرمىگەن كونىچە قىياپىتى بولماستىن، بەلكى يېڭى ھالىتى بولۇشى، ئەھمىيەتسىز تەكرارلىنىشى بولماستىن، بەلكى ھەرىكەت داۋامىدا يېڭىچە مەنىگە ئىگە بولغان بولۇشى كېرەك.

ئىككىنچى، مۇھىملىق. بۇ، پاكىتنىڭ جەمئىيەت تۇرمۇشىغا كۆرسىتىدىغان تەسىر دەرىجىسى ياكى جەمئىيەت ئەزالىرىنىڭ تۈپ مەنپەئەتى بىلەن بولغان مۇناسىۋەت دەرىجىسىنى كۆرسىتىدۇ. يەنى مەلۇم بىر ۋەقە جەمئىيەتكە قانچىكى زور تەسىر كۆرسەتسە، خەلق ئاممىسىنىڭ مەنپەئەتى بىلەن قانچىكى زىچ مۇناسىۋەتكە ئىگە بولسا، شۇ قەدەر مۇھىم ھېسابلىنىدۇ.

مۇھىملىق ئاخبارات قىممىتىنىڭ چوڭ ـ كىچىكلىكى ۋە بولۇش ـ بولماسلىقىنى بەلگىلەيدىغان ھالقىلىق ئامىل، شۇنداقلا غەرب ئاخبارات قىممەت قارىشى بىلەن سوتسىيالىستىك ئاخبارات قىممەت قارىشىنى پەرقلەندۈرىدىغان ئاساسلىق ئامىل. چۈنكى، مۇھىملىق ئاخبارات قىممىتىنىڭ باشقا ئامىللىرىغا قارىغاندا، مۇخبىرنىڭ سىياسىي خاھىشىنى ۋە ئاخبارات تارقاتقۇچى ئورگاننىڭ سىياسىي پوزىتسىيەسىنى تېخىمۇ كۈچلۈك ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىدۇ. غەرب ئاخباراتشۇناسلىرى مۇھىملىقنى سۆزلىگەندە ئۇرۇش مالىمانچىلىقى، سىياسىي تالاش ـ تارتىش، مەشھۇر كىشىلەرنىڭ غەيرىي ئىشلىرى، پۇل، ساھىبجامال، تەۋەككۇلچىلىك قاتارلىقلارنى ئاساسىي مەزمۇن قىلىدۇ.

بىز ئاخبارات قىممىتىنىڭ مۇھىملىقىغا ھۆكۈم قىلغاندا،

تۆۋەندىكى ئۆلچەمنى ئاساس قىلىمىز: (1) تەسىرچانلىقى. بىر ۋەقەنىڭ جەمئىيەتكە بولغان تەسىرى قانچىكى چوڭ بولسا، تەسىر كۆرسەتكەن ئادەم سانى قانچىكى كۆپ بولسا، ئاخبارات قىممىتى شۇنچە يۇقىرى بولىدۇ. (2) گەۋدىلىك بولۇشى. بىر ۋەقەنىڭ ئىجتىمائىي تۇرمۇشتىكى تۇتقان ئورنى قانچىكى گەۋدىلىك بولسا، ئۇنىڭ ئاخبارات قىممىتى شۇنچە يۇقىرى بولىدۇ. گەۋدىلىك بولۇش ئادەم، ئورۇن، ۋەقە، شەيئىنىڭ مەشھۇرلۇق دەرىجىسى ۋە شۆھرەت دائىرىسىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. (3) نورمالسىزلىق. بىز بۇ يەردە دەۋاتقان نورمالسىزلىق غەلىتىلىك ئارقىلىق كىشىلەرنى جەلپ قىلىشنى كۆرسەتمەيدۇ، بەلكى نۇرغۇن نورمال بولمىغان ۋەقەلەر شەيئىلەردىكى زور ئۇشتۇمتۇت ئۆزگىرىشلەرنى، دىققەت قىلىشقا ئەرزىيدىغان يۈزلىنىشنى، تەتقىق قىلىشقا ئەرزىيدىغان تەبىئىي ھادىسىلەرنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىدىغانلىقى بىلەن مۇھىم ھېسابلىنىدۇ.

ھازىرقى ئاخباراتنىڭ تارقىلىش دائىرىسى ناھايىتى كەڭ، قوبۇل قىلغۇچىلىرى خىلمۇخىل. كىشىلەرنىڭ پايدا – زىيان مۇناسىۋىتىمۇ بىردەك ئەمەس، بەزىلىرى ھەتتا بىر – بىرىگە زىت بولۇپمۇ قالىدۇ. شۇڭا، پاكىتنىڭ مۇھىملىقىنى ئېنىق بەلگىلەش نىسپىي ھالدا ئېيتىلغان. مۇخبىرلار پاكىتلارنى تاللىغان چاغدا بىرقەدەر كۆپ كىشىلەرنىڭ مەنپەئەتى بىلەن مۇناسىۋەتلىك بولغان پاكىتلارنى تېپىپ خەۋەر قىلىشقا دىققەت قىلىشى كېرەك. بۇنىڭدىن باشقا، بىر ۋەقەنىڭ مۇھىملىق دەرىجىسى ئوخشاش بولمىغان مەزگىلدە پەرقلىق بولىدۇ. شۇڭا، بىر شەيئىنىڭ مۇھىملىقىغا ھۆكۈم قىلىشتا، شۇ ۋاقىتنىڭ ئۆزىدە خەلققە ئىلھام بېرىدىغان – بېرەلمەيدىغانلىقىغا، ئەمەلىي خىزمەتلەرگە، ئىجتىمائىي تۇرمۇشقا تۈرتكە بولىدىغان – بولالمايدىغانلىقىغا، جەمئىيەت تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈرىدىغان – سۈرەلمەيدىغانلىقىغا قاراش كېرەك.

ئۈچىنچى، يېقىنلىق. بۇ ئاخبارات پاكىتى بىلەن قوبۇل

قىلغۇچىلارنىڭ ئىچكى باغلىنىشچانلىقىنى كۆرسىتىدۇ. كونكرېت قىلىپ ئېيتقاندا، يېقىنلىق — ئاخبارات پاكىتى بىلەن قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ ئېتىقادى، كەچۈرمىشى، پسىخىكىسى، كەسپى، جىنسى ۋە يېشى، شۇنداقلا رايون قاتارلىق جەھەتلەردىكى ماسلىشىش ھەم ئوخشاشلىق دەرىجىسىنى كۆرسىتىدۇ. ئاخبارات قىممىتى بۇ خىل يېقىنلىق دەرىجىسى بىلەن تەتۈر تاناسىپقا ئىگە.

پسىخولوگلارنىڭ قارىشىچە، كىشىلەرنىڭ دىققىتىنى قوزغايدىغان مۇنداق ئۈچ خىل ئاساسلىق ئامىل بار: بىرى، تاشقى دۇنيانىڭ تەسىرى، ئىككىنچى، كىشىلەرنىڭ ئىچكى قىزىقىشى، ئۈچىنچى، كىشىلەر شەكىللەندۈرگەن تەجرىبە. كىشىلەر ئادەتتە كۈندىلىك تۇرمۇشى ۋە خىزمىتىگە مۇناسىۋەتلىك ئىشلارغا بىرقەدەر كۆڭۈل بۆلىدۇ؛ ئۆزىگە تونۇشلۇق بولغان ۋە ئۆزى قىزىقىدىغان ئورۇن، ئادەم، شەيئىلەرگە بەكرەك دىققەت قىلىدۇ. شۇڭا، ئاخبارات قىممىتىدىكى يېقىنلىق مۇنداق بىرقانچە تەرەپنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ:

1) جۇغراپىيە جەھەتتىكى يېقىنلىق. بۇنى خەۋەر ئارىلىقى دەپ ئاتاشقىمۇ بولىدۇ. مۇبادا ۋاقىت جەھەتتىكى يېقىنلىقنى تىك يۆنىلىشلىك ئامىل دەپ قارىساق، ئارىلىق جەھەتتىكى يېقىنلىقنى توغرا يۆنىلىشلىك ئامىل دەپ ئېيتىشقا بولىدۇ. بۇلار ئاخباراتنىڭ ھاياتىنى بەلگىلەيدىغان مۇھىم ئامىل ھېسابلىنىدۇ. بولۇپمۇ ئارىلىق بىلەن ئاخباراتنىڭ مۇناسىۋىتى ئىنتايىن زىچ. ئۇ ئاخباراتقا بولغان قىزىقىشنى ئاشۇرالايدۇ ۋە تۆۋەنلىتەلەيدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە ۋەقە يۈز بەرگەن ئورۇن بىلەن قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ ئارىلىقى قانچە يېقىن بولغانسېرى، مۇشتەرىلەرنىڭ ئاخباراتقا بولغان قىزىقىشى شۇنچە كۈچلۈك بولىدۇ. كىشىلەر ھامان باشقىلارنىڭ تۇرمۇش دائىرىسىدىكى ئىشلارغا قارىغاندا، ئۆزىنىڭ تۇرمۇش دائىرىسىدىكى ئىشلارنى بىلىشكە كۆپرەك ئىنتىلىدۇ. چەت ئەلدىكى ئىشلارغا قارىغاندا،

ئۆز دۆلىتىدىكى ئىشلارغا كۆپرەك قىزىقىدۇ. مەسىلەن، چەت ئەلدىكى بىر بانكىغا ئوغرى كىرىپ يۈز مىڭ دوللارنى ئېلىپ كەتكەن ۋەقەگە قارىغاندا، قوشنىسىنىڭ ئۆيىگە بۇلاڭچى كىرىپ ھېچ نەرسىگە ئېرىشەلمەي قېچىپ كەتكەن ۋەقە كۈچلۈكرەك تەسىر قىلىدۇ. يېقىن ئارىلىقتىكى ۋەقە كىشىلەرنىڭ ھاياتى، مال ـ مۈلكى، بەخت ـ سائادىتىگە بىۋاسىتە تەسىر كۆرسىتىدىغان بولغاچقا، ئارىلىقنىڭ يېقىنلىقى ئاخباراتنىڭ مۇھىم بىر تەركىبىي قىسمى بولۇپ قالغان. دېمەك، ۋەقە يۈز بەرگەن ئورۇن بىلەن ئاخبارات قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ ئارىلىقى قانچىكى يېقىن بولغانسېرى ئاخبارات قىممىتىمۇ شۇنچە چوڭ بولىدۇ.

2) كەسپىي جەھەتتىكى يېقىنلىق. بۇ نۇقتا كەسپىي خاراكتېرلىك گېزىتلەرگە نىسبەتەن تولىمۇ مۇھىم. «ئىشچىلار ۋاقىت گېزىتى»دە ئاخبارات قىممىتى يۇقىرى دەپ قارالغان بىر پاكىت سانائەت سېپىدىكى يېڭى ئادەم، يېڭى ئىشنى ئەكس ئەتكۈزگەن بولسا، «مائارىپ گېزىتى»گە نىسبەتەن ھېچقانچە ئاخبارات قىممىتى بولماسلىقى مۇمكىن. ئەكسىچە، مائارىپ ساھەسىدىكى يېڭى ئادەم، يېڭى ئىشلار «ئىشچىلار ۋاقىت گېزىتى» ئۈچۈن ئانچە قىممەتلىك خەۋەر بولالماسلىقى مۇمكىن.

3) جىنسىي جەھەتتىكى يېقىنلىق. «جۇڭگو ئاياللىرى گېزىتى» ۋە «شىنجاڭ ئاياللىرى» ژۇرنىلى ئاياللارنىڭ ھوقۇق ـ مەنپەئەتى بىلەن مۇناسىۋىتى بار ـ يوقلۇقىنى خەۋەرلەرنى تاللاشنىڭ مۇھىم ئۆلچىمى دەپ قارايدۇ.

4) ياش جەھەتتىكى يېقىنلىق. ياشلار گېزىتى ۋە ياشلار ژۇرناللىرىدا ياشلارنىڭ ئىش ئىزلىرى ۋە ياشلار كۆڭۈل بۆلىدىغان ئىشلار كۆپلەپ خەۋەر قىلىنىدۇ. ئۆسمۈرلەر گېزىتىدە بولسا ئۆسمۈرلەرگە ئائىت ئىشلار خەۋەر قىلىنىدۇ. «جۇڭگو ياشانغانلار گېزىتى»دە بولسا، ياشانغانلارنىڭ ئۆزىنى ئاسراش، ئۆمرىنى ئۇزارتىشقا ئائىت پاكىتلار كۆپلەپ

بېرىلىدۇ. «ئۆسمۈرلەر گېزىتى» بولسا بۇ نەرسىلەرگە ئانچە پەرۋا قىلىپ كەتمەيدۇ.

5) پىسخىكىلىق جەھەتتىكى يېقىنلىق. بارسىلونا ئولىمپىك تەنھەرىكەت يىغىنىدا جۇڭگو كوماندىسىنىڭ قولغا كەلتۈرگەن نەتىجىسى گەرچە تەنتەربىيە ساھەسىدىكى ئىش بولسىمۇ، پاكىت يۈز بەرگەن ئارىلىق شۇنچە يىراق بولسىمۇ، مەملىكەت بويىچە يۈزمىڭلىغان ئادەمنىڭ دىققەت - ئېتىبارىنى قوزغىدى. مانا بۇ پىسخىكىلىق جەھەتتىكى يېقىنلىق دېمەكتۇر. يەنە مەسىلەن، قايسىبىر يىلى شاڭخەيدە سەكسەن نەچچە يىل مابەينىدە بولمىغان قاتتىق سوغۇق بولۇپ، تېمپېراتۇرا نۆلدىن تۆۋەن يەتتە گىرادۇس تۆۋەنلەپ كەتتى. ياغقان قار بىرنەچچە كۈنگىچە ئېرىمىدى. بۇ شاڭخەي گېزىتلىرىنىڭ ئەڭ چوڭ خەۋىرىگە ئايلاندى. باشقا جايلارنىڭ گېزىتلىرى بولسا ئۇنىڭغا دىققەتمۇ قىلىپ قويمىدى. بولۇپمۇ بېيجىڭ، شىنجاڭ، خاربىنلار ئۈچۈن بۇ ھېچقانچە سوغۇق ھېسابلانمايتتى. بىراق، شىنجاڭنىڭ تارىم ئويمانلىقىدىكى بىرمۇنچە گېزىتلەر ئۈچۈن بۇ خېلى زور ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە بولدى. چۈنكى، بۇ يەرلەردە بۇنىڭغا ئىنتايىن كۆڭۈل بۆلىدىغان ئاتمىش مىڭدىن ئارتۇق شاڭخەيلىك ياشايتتى.

يۇقىرىدا ئايرىپ بايان قىلىنغان بەش نۇقتا كۆپىنچە ھاللاردا بىر - بىرىگە سىڭىشىپ كەتكەن ھالدا تەسىر كۆرسىتىدۇ. يېقىنلىقمۇ ئاخبارات قىممىتىدە سېلىشتۇرما ئاساستا مەۋجۇت بولىدۇ. بەزى پاكىتلار گەرچە مەلۇم بىر رايون، مەلۇم بىر كەسىپتىكى ئىش بولسىمۇ، ئۇنىڭ مۇھىملىقى يېقىنلىق ئامىلىدىن ھالقىپ كەتكەن چاغدا، ئۇ رايون، كەسىپ دائىرىسىدىن ئېشىپ كەڭ ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە بولىدۇ. مەسىلەن، چوڭ ھىنگان ئورمانلىقىدىكى ئوت ئاپىتى، قەشقەر كونىشەھەر ناھىيەسىدە يۈز بەرگەن يەر تەۋرەش بۇنىڭ مىسالى بولالايدۇ.

52

تۆتىنچى، قىزىقارلىقلىقى. بۇ، ئاخبارات پاكىتىنىڭ ئۆزىدىكى جەلپ قىلىش كۈچى، كەيپىياتى ۋە مەنىسىنى كۆرسىتىدۇ. بۇ ئاخبارات قىممىتى ئىچىدىكى دىققەت قىلىشقا ئەرزىيدىغان بىر ئامىل.

غەرب ئاخباراتچىلىقىدا «پۇل، شەھۋانىيلىق، قاتىللىق»نى ئەڭ قىزىقارلىق نەرسە دەپ قارايدۇ. بىزنىڭ ئاخباراتچىلىقىمىز بولسا، قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ ساغلام، ئالىيجاناب خۇلقى ۋە ھەۋىسىنى يېتىلدۈرۈش، يېتەكلەش، كىشىلەرنىڭ نەزەر دائىرىسىنى ئېچىش، مەدەنىي تۇرمۇشنى بېيىتىشنى قىزىقارلىق بولۇش دەپ ھېسابلايدۇ. تەكىتلەشكە تېگىشلىكى قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ مەدەنىيەت ساپاسى، تۇرمۇش مۇھىتى ئوخشاش بولمىغاچقا، قىزىقىش ۋە تەلىپىمۇ پەرقلىق بولىدۇ. شۇڭا، قىزىقارلىقلىق مۇھىملىق ۋە يېقىنلىققا ئوخشاش ئۆزگىرىدىغان قىممەت ئاملى ھېسابلىنىدۇ.

بىزنىڭ قىممەت قارىشىمىز بويىچە قىزىقارلىقلىق ئادەتتە تۆۋەندىكىدەك خۇسۇسىيەتكە ئىگە بولىدۇ:

1) ئىدىيەۋىلىك بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك. بۇ مۇخبىرلاردىن خەۋەر پاكىتلىرىنى ئىگىلىگەن چاغدا ئۇنىڭ قىزىقارلىق تەرىپىگە دىققەت قىلىش بىلەن بىر ۋاقىتتا، پاكىتنىڭ ئىدىيەۋى ئەھمىيىتىگىمۇ دىققەت قىلىشنى تەلەپ قىلىدۇ.

2) بىلىم خاراكتېرىگە ئىگە بولىدۇ. قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ مەدەنىيەت ساپاسىنىڭ يۇقىرى كۆتۈرۈلۈشىگە ئەگىشىپ، كىشىلەرگە بىلىم ئاتا قىلالايدىغان ئاخبارات پاكىتلىرى تېخىمۇ جەلپ قىلارلىق، تېخىمۇ قىزىقارلىق بولىدۇ. شۇڭا، پاكىتنىڭ قىزىقارلىقلىقىنى ئىزدىگەن چاغدا، ئۇنى بىلىم بىلەن مۇجەسسەملەشكە دىققەت قىلىش كېرەك.

3) ئادەمگەرچىلىككىمۇ ئېتىبار بېرىدۇ. بۇ يەردە دېيىلىۋاتقان ئادەمگەرچىلىك نۇرغۇن كىشىلەرنىڭ قەلبىدە ئورتاق سادا پەيدا قىلالايدىغان نەرسىلەرنى كۆرسىتىدۇ.

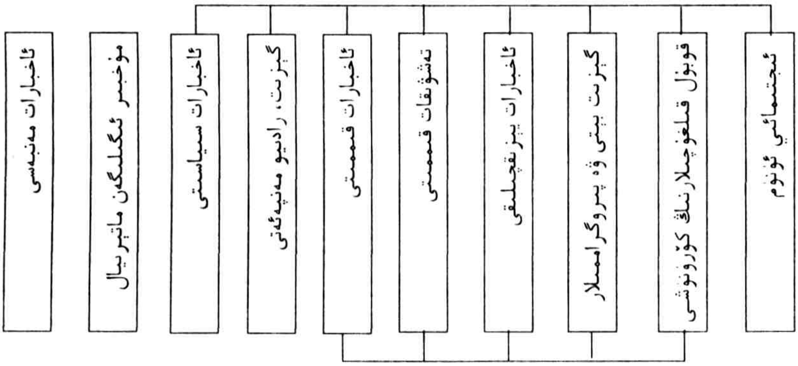
ئادەمگەرچىلىككە باي بولغان پاكىتلارلا زور جەلپ قىلىش كۈچىگە ئىگە بولىدۇ. شۇڭا، پاكىتلارنىڭ قىزىقارلىقلىقىنى قېزىشتا، ئۇنى ئادەمگەرچىلىك ئىچىگە قويۇشقا دىققەت قىلىش كېرەك. بولۇپمۇ كىشىلەرنىڭ ھەرىكىتى توغرىسىدىكى خەۋەرلەردە كىشىلەر كۆڭۈل بۆلىدىغان، تەشۋىش ھېس قىلىدىغان، ھېسداشلىق قىلىدىغان ئىنسانىي ئامىللارنى تولۇق قېزىش ۋە ئىپادىلەش كېرەك.

3. ئاخبارات قىممىتى ئاخبارات پاكىتلىرىنى تاللاشنىڭ بىردىنبىر ئۆلچىمى ئەمەس.

ھازىرقى زامان ئاخبارات تارقىتىش قوراللىرى مۇئەييەن سىنىپ، پارتىيە ۋە گۇرۇھ بىلەن باغلىنىشلىق. ئاخبارات خەۋەرچىلىكى ئومۇمەن قىلىپ ئېيتقاندا سىنىپىيلىققا (خاھىشلىققا) ئىگە. شۇ نەرسە ئېنىقكى، ئاخبارات تارقاتقۇچىلار ئاخبارات پاكىتلىرىنىڭ ئاخباراتلىق قىممىتىنى قېزىش، ئىپادىلەش جەريانىدا ئۆز ئىدىيەسى، ئېڭى، كىشىلىك قارىشى قاتارلىق سۇبيېكتىپ ئامىللارنىڭ، شۇنداقلا يەنە ئۆزىنىڭ ئىقتىسادىي، سىياسىي ئورنىنىڭ تەسىرىگە ئۇچراپلا قالماستىن، ئاخبارات تارقىتىش قوراللىرىمۇ ھامان مۇئەييەن سىنىپ ياكى پارتىيە - گۇرۇھنىڭ قولىدا بولغاچقا، ئۇنىڭ پائالىيىتى شۇ سىنىپ ۋە گۇرۇھ ئىرادىسىنىڭ كونتروللۇقىدا بولىدۇ ھەم ئۇنىڭ سىياسىي، ئىقتىسادىي مۇددىئاسىنى ئەمەلگە ئاشۇرۇش ئۈچۈن خىزمەت قىلىدۇ. ئاخبارات ۋاستىلىرىنى كونترول قىلىپ تۇرغۇچىلارنىڭ ھەممىدىن بەك كۆڭۈل بۆلىدىغىنى ھامان تەشۋىقات ئۈنۈمى بولىدۇ. ھازىرقى دۇنيادا ھەرقايسى دۆلەتلەرنىڭ ئىجتىمائىي تۈزۈمى قانچە پەرقلىق بولۇشىدىن قەتئىينەزەر شۇ نەرسە ئۇلار ئۈچۈن ئورتاقكى، ئاخبارات سىياسىتىنى بەلگىلەيدىغانلار ئاخبارات تارقىتىش ۋاستىلىرىنىڭ ئەڭ كۈچلۈك رولىنى جارى قىلدۇرۇپ، ئۆز سىنىپى، ئۆز گۇرۇھىنىڭ مەنپەئەتىنى قوغداشنى تەلەپ قىلىدۇ. شۇڭا،

ئاخبارات پاكىتلىرىنى تاللاش، خەۋەر قىلىش جەريانىدا سىياسىي پارتىيەنىڭ سىياسىتى، فاڭجېنى، سىنىپىنىڭ سىياسىي كۆزقارىشى ھەم مۇئەييەن ئىجتىمائىي ئەخلاق قاراشلىرى قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى بۇنىڭغا تەسىر كۆرسىتىدۇ. ئاخبارات تارقىتىش تامامەن ئاخبارات قىممىتى قانۇنىيىتى بويىچە بولۇپ كەتمەيدۇ. ئاخبارات قىممىتىدىن باشقا يەنە تەشۋىقات قىممىتى، ئاخبارات سىياسىتى ۋە تارقىتىش فاڭجېنى قاتارلىقلارمۇ رول ئوينايدۇ. تۆۋەندىكى گىرافىكلىق تەسۋىرگە قاراڭ:

قايتما باغلىنىش (2)



قايتما باغلىنىش (1)

يۇقىرىقى ئىسخېمىدىن شۇنى كۆرۈۋالغىلى بولىدۇكى، ئاخبارات قىممىتى پاكىتنىڭ خەۋەر بولىدىغان ـ بولالمايدىغانلىقىنى ئۆلچەيدىغان ۋە ئۇنى تاللايدىغان مۇھىم ئۆلچەم، لېكىن بىردىنبىر ئۆلچەم ئەمەس. مۇخبىر ئۇچراتقان ماتېرىياللارنىڭ راست ۋە يالغىنى بولىدۇ، ئۇنى تەكشۈرۈش ۋە سېلىشتۇرۇشتىن ئۆتكۈزۈپ، ئىمكانىقەدەر ئىشەنچلىك ماتېرىياللارنى قولغا كەلتۈرۈش، ئاندىن ئاخبارات سىياسىتى، گېزىت، رادىيو مەنپەئەتى قاتارلىقلار ئۈستىدە ئويلىنىپ، دۆلەت ۋە ھۆكۈمران سىنىپنىڭ مەنپەئەتىگە، گېزىت ۋە رادىيونىڭ مەنپەئەتىگە زىيانلىق بولغان نەرسىلەرنى چىقىرىۋېتىش كېرەك.

شۇنىڭدىلا ئاخبارات قىممىتى ئۈستىدە ئويلىنىشقا بولىدۇ. ئاخبارات يېزىقچىلىقى، گېزىت بېتى، رادىيو، تېلېۋىزىيە پىروگراممىلىرى بولسا ئاخبارات قىممىتىنىڭ ئۇنۇمىگە تەسىر كۆرسىتىدۇ. قوبۇل قىلغۇچىلار ئالدى بىلەن ئاخبارات قىممىتى نۇقتىسىدىن خەۋەرنى باھالاپ، مۇخبىرلىق، يېزىقچىلىق، تەھرىرلىك خىزمىتىگە قايتا باغلىنىشلىق تەسىر كۆرسىتىدۇ. ئىجتىمائىي ئۈنۈم بولسا ئاخبارات تارقىتىشقا قارىتا تېخىمۇ كەڭ دائىرىدە قايتما تەسىر كۆرسىتىدۇ.

ئىككىنچى پاراگراف ئاخبارات يىپ ئۇچى — ئاخبارات پاكىتىغا ئىگە بولۇشنىڭ مۇھىم شەرتى

مۇخبىرلارنىڭ ئاخباراتنى بايقىشى ھامان ئاخبارات يىپ ئۇچىنى بايقاشتىن باشلىنىدۇ. مۇخبىرلارنىڭ ئاخبارات يىپ ئۇچىنى بايقاش - بايقىيالماسلىقى ھەمدە ئۇنىڭ ئاخباراتلىق قىممىتىنى پەرق ئېتىش - ئېتەلمەسلىكى مۇخبىرنىڭ ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنىڭ مۇھىم بىر ئۆلچىمى.

1. ئاخبارات يىپ ئۇچىنىڭ مەنىسى ۋە ئالاھىدىلىكى.

ئاخبارات يىپ ئۇچى خەۋەر بولۇش ئېھتىمالى بولغان مەلۇم پاكىت تارقاتقان ئۇچۇر ياكى يۈز بەرگەن، يۈز بەرمەكچى بولغان ئاخبارات پاكىتى تارقاتقان سىگنالنى كۆرسىتىدۇ، ئۇ مۇخبىرلىق نىشانىنى كۆرسىتىپ، مۇخبىرلىقنىڭ تۇنجى قەدىمىگە يېتەكچىلىك قىلىدۇ. شۇنداقلا، ئۇ مۇخبىرنىڭ سەزگۈرلۈكىنى قوزغاپ، ماتېرىيال دېڭىزى ئىچىدە ئېنىق نىشاننى كۆرۈۋېلىشقا ياردەم بېرىدۇ.

ئاخبارات يىپ ئۇچى ئوبيېكتىپ مەۋجۇدىيەت بولۇپ، ئۇنىڭ ئىپادىلىنىش شەكلى خىلمۇخىل بولىدۇ. ياكى ئۇ بىر ئېغىز سۆز بولۇشى مۇمكىن، ياكى بىر خىل ئەھۋال بولۇشى مۇمكىن،

ياكى قىسقىچە بىر تونۇشتۇرۇش بولۇشىمۇ مۇمكىن ۋە ياكى بىر خىل كەيپىيات بولۇشى مۇمكىن. ئۇنىڭ ئالاھىدىلىكىنى تۆۋەندىكى بىرقانچە نۇقتىغا يىغىنچاقلاشقا بولىدۇ:

1) ئاخبارات يىپ ئۇچى بىرقەدەر يىغىنچاق، ئىخچام بولىدۇ. ئۇ ئادەتتە «ئۇچۇر ۋە سىگنال» بولغاچقا، ئاخبارات پاكىتىنىڭ ئۆزى ئەمەس، ئۇنىڭ مۇكەممەل جەريانى، تەپسىلاتى بولمايدۇ، ئۇ پەقەت ۋەقەنىڭ ئاددىي بىر بۆلىكى، پارچىسى بولغاچقا، مۇخبىر-نىڭ زىيارەت داۋامىدا تولۇقلىشى، مۇكەممەللەشتۇرۇشىگە توغرا كېلىدۇ.

2) ئاخبارات يىپ ئۇچى بىر خىل سىگنال بولغاچقا، ئىشەنچلىك دەرىجىسى تۆۋەن بولىدۇ. ئۇ بەلكىم يول ئۈستىدە ياكى سورۇنلاردا قۇلاققا كىرىپ قالغان «مۇنداق ئىش بوپتۇ»، «ئۇنداق ئىش بولغۇدەك» دېگەنگە ئوخشاش گەپلەر بولۇشى مۇمكىن ۋە ياكى بىر خىل ساختا كۆرۈنۈش بولۇشىمۇ مۇمكىن، بۇنداق نەرسىلەرنىڭ ئادەتتە پاكىت بىلەن زور پەرقى بولىدىغان بولغاچقا، مۇخبىرنىڭ ئىسپاتلىشى، ھۆكۈم قىلىشىغا توغرا كېلىدۇ. ئۇنى مۇقىملاشقان پاكىت ئورنىدا بىۋاسىتە خەۋەرگە ئايلاندۇرۇپ قويۇشقا بولمايدۇ.

3) ئاخبارات يىپ ئۇچى كۆپىنچە ھادىسىنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بەرگەچكە ئۆزگىرىشچان كېلىدۇ. ئۇ مۇخبىرنىڭ بىۋاسىتە كۆرگەن، بىۋاسىتە ئاڭلىغان ياكى بىۋاسىتە ھېس قىلغان مەلۇم شەيئىنىڭ تاشقى قىياپىتى بولىدۇ. ئۇنى ئەقىل كۆزى بىلەن كۆزىتىپ تەھلىل قىلىشقا، ئىز قوغلاپ پۇختا ئىگىلەشكە توغرا كېلىدۇ. چوڭقۇرلاپ چۈشەنگەندىن كېيىن بۇ يىپ ئۇچلىرىنىڭ بەزىلىرىدە خىلمۇخىل ئۆزگىرىش بولىدۇ، بەزىلىرى خېلى زور قىممەتكە ئىگە خەۋەر بولالايدۇ، بەزىلىرى ئەمەلىي ئەھۋالدىن يىراقلىشىپ، ئەرزىمەس نەرسىگە ئايلىنىپ قالىدۇ.

2. ئاخبارات يىپ ئۇچىغا قانداق ئېرىشكىلى بولىدۇ؟

ئاخبارات يىپ ئۇچىنى ئىزدەش، ئىگىلەش مۇخبىرلىق

پائالىيىتىنىڭ مۇھىم بىر تەركىبىي قىسمى، شۇنداقلا مۇخبىرنىڭ ئۆز خىزمىتى دائىرىسى ئىچىدىكى ئىش. بەزى مۇخبىرلار دائىم تەھرىر بۆلۈمىنىڭ يىپ ئۇچى بىلەن تەمىنلىشىگە قاراپ تۇرىدۇ ـ دە، مۇخبىرلىق ۋەزىپىسىنىڭ ھۆددىسىدىن چىقالماي قالىدۇ. تەھرىر بۆلۈم رەھبەرلىرىمۇ ئۆزى چۈشىنىدىغان ئايرىم ئەھۋاللاردىن باشقا، ئاساسىي مۇخبىرلارنىڭ دوكلاتى ئارقىلىق يىپ ئۇچلىرىغا ئىگە بولىدۇ، مۇخبىرلار سىرتقا زىيارەتكە چىققاندا ۋاقىت ۋە دائىرىنىڭ چەكلىمىسىگە ئۇچرايدىغان بولغاچقا، ھەممە نەرسىنى تولۇق كۆزىتىپ بولالمايدۇ، ئۇلار ھەممىنى بىلىدىغان دانىشمەن بولالىشىمۇ مۇمكىن ئەمەس. شۇڭا، مۇخبىرلار سۇبيېكتىپ پائالىيەتچانلىقىنى جارى قىلدۇرۇپ، خىلمۇخىل يوللار ئارقىلىق ئۆزى ئىزدىنىپ، ئاخبارات يىپ ئۇچلىرىنى قولغا كەلتۈرۈشى كېرەك.

ئاخبارات يىپ ئۇچىغا ئىگە بولۇشنىڭ يوللىرى خىلمۇخىل بولىدۇ:

1) ئاخبارات يىپ ئۇچى پارتىيە، ھۆكۈمەتنىڭ فاڭجېن، سىياسەت، قارار، يوليورۇقلىرىدىن ۋە ھەر دەرىجىلىك رەھبەرلەرنىڭ مۇھىم سۆزلىرىدىن كېلىدۇ. بۇ ھۆججەت ۋە سۆزلەردە نۆۋەتتىكى سىياسىي، ئىقتىسادىي، مەدەنىي تۇرمۇشتىكى مۇھىم ئەھۋال، مەسىلە، سىياسەتتىكى يۈزلىنىش ۋە يېڭى ۋەزىپىلەر يىغىنچاقلانغان بولىدۇ. ئۇ مۇخبىرلىقنى ياخشى ئىشلەشتىكى ئىدىيەۋى ئاساس بولۇش بىلەن بىللە، بەلگىلىك مەزگىل ئىچىدە يۈز بېرىدىغان مۇھىم ئەھۋاللاردىن بېشارەت بېرىدۇ ھەم زور مىقداردىكى ئاخبارات يىپ ئۇچى بىلەن تەمىنلەيدۇ.

2) ئاخبارات يىپ ئۇچى «ئۇچۇر ئالاقە تورى»دىن كېلىدۇ. مۇخبىرلار جەمئىيەتتە كەڭ خىزمەت ئالاقىسىنى ئورنىتىپ، كەڭ كۆلەمدە دوست تۇتقاندا، چوڭ «ئالاقە تورى» شەكىللىنىدۇ.

جەمئىيەتتە بىرەر ئۇچۇر بارلىققا كەلگەن ھامان «ئالاقە تورى» ئارقىلىق مۇخبىرغا ناھايىتى تېز يېتىپ كېلىدۇ. شۇڭا، مۇخبىرلار كۆپلەپ دوست تۇتۇشى كېرەك. بىر دوست كۆپەيسە، مۇخبىرنىڭ بىر جۈپ كۆزى، بىر جۈپ قۇلىقى كۆپىيىدۇ، ئاخباراتنىڭ كېلىش مەنبەسىمۇ كۆپىيىدۇ.

3) ئاخبارات يىپ ئۇچى خىلمۇخىل يىغىنلاردىن كېلىدۇ. ھەر خىل خىزمەت يىغىنلىرى، ئىلغارلارنى تەقدىرلەش يىغىنلىرى، ئىلمىي مۇھاكىمە يىغىنلىرى ۋە باھالاشتىن ئۆتكۈزۈش يىغىنلىرى مۇخبىرلارنىڭ ئاخبارات يىپ ئۇچى ئىگىلەيدىغان ياخشى سورۇنى. مۇخبىرلار يىغىننىڭ ئۆزىنى ياخشى خەۋەر قىلىشتىن سىرت، يىغىن ئارىلىقىدىكى بوش ۋاقىتلاردىن پايدىلىنىپ خىلمۇخىل ئادەملەر بىلەن ئۇچرىشىپ، ھەر خىل پىكىر، ئىنكاسلارنى ئاڭلاپ ئۇچۇر بايقىشى، يىغىندىكى سۆزگە چىقىش، يىغىن قىسقا خەۋىرى ۋە باشقا ماتېرىياللاردىن يىپ ئۇچى ئىزدىشى كېرەك.

4) ئاخبارات يىپ ئۇچى ئىختىيارىي مۇخبىر ۋە ئاپتورلار ئىچىدىكى ئاكتىپلاردىن كېلىدۇ. ئىختىيارىي مۇخبىرلار بىلەن ئاپتورلارنىڭ ئامما بىلەن بولغان مۇناسىۋىتى ناھايىتى قويۇق، ئۆز جايىنىڭ ئەھۋالىنى ناھايىتى پىششىق بىلىدۇ. مۇخبىرلار ئۇلار بىلەن بولغان مۇناسىۋەتنى قويۇقلاشتۇرۇپ ئۇلارنىڭ ياردىمىگە ئېرىشەلىسە، نۇرغۇن ئىشەنچلىك ئاخبارات يىپ ئۇچلىرىنى قولغا كەلتۈرەلەيدۇ.

5) ئاخبارات يىپ ئۇچى ھەر خىل تارقىتىش ۋاسىتىلىرى ئېلان قىلغان خەۋەر، ماقالە ۋە مۇشتەرىلەر خېتىدىن كېلىدۇ. مۇخبىرلار ئادەتتىكى بىر قوبۇل قىلغۇچىغا ئوخشاش گېزىت ـ ژۇرناللارنى كۆرۈپ تۇرۇشى، رادىيو ئاڭلىشى، تېلېۋىزور كۆرۈشى، شۇنىڭ بىلەن بىللە ھوشيارلىقىنى ئۆستۈرۈپ باشقىلارنىڭ خەۋەر ـ ماقالىلىرىدىن يىپ ئۇچى بايقاشقا ماھىر بولۇشى كېرەك. گاھىدا بەزى خەۋەردە تولۇق، چوڭقۇر خەۋەر

قىلىنماي قالغان ئىشلار چاتما تەسەۋۋۇرنى پەيدا قىلىپ يىپ ئۇچى بىلەن تەمىنلەيدۇ.

6) ئاخبارات يىپ ئۇچى ھەر خىل ئېلان ۋە ھاۋا رايىدىن بېرىلگەن ئالدىن مەلۇماتتىن كېلىدۇ. ئاممىۋى تارقىتىش ۋاستىلىرى ياكى ئاممىۋى سورۇنلاردا چىقىرىلغان ھەر خىل ئېلانلار، تەشۋىقات ماتېرىياللىرى، بەزى ئورۇنلار ئۇيۇشتۇرغان كۆرگەزمە، لېكسىيە سۆزلەش پائالىيەتلىرى ۋە ھاۋا رايىدىن بەرگەن ئالدىن مەلۇمات قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى بىزنى قىممىتى بار ئاخبارات يىپ ئۇچى بىلەن تەمىنلەيدۇ.

7) ئاخبارات يىپ ئۇچى كۈندىلىك تۇرمۇشتىن كېلىدۇ. رەڭگارەڭ ئىجتىمائىي تۇرمۇشتا يېڭى ئىشلار ھەر ۋاقىت، ھەر جايدا يۈز بېرىپ تۇرىدۇ. مۇخبىرلار يول يۈرگەن، ماشىنىغا چۈشكەن، پاراڭلاشقان، نەرسە - كېرەك سېتىۋالغان، باغچە ئايلانغان، كىنو - تىياتىر كۆرگەن چاغلىرىدا ئەتراپىدىكى ئىشلارنى، مۇھىتنى كۆڭۈل قويۇپ كۆزەتسىلا، ناھايىتى جانلىق ئاخبارات يىپ ئۇچلىرىغا ئىگە بولالايدۇ.

مۇخبىرلارنىڭ ئاخبارات يىپ ئۇچىغا ئىگە بولۇش يولى ۋە ئۇسۇلى ناھايىتى كۆپ، بۇنىڭدىكى ھالقىلىق مەسىلە مۇخبىرنىڭ تەشەببۇسكارلىق روھىنى جارى قىلدۇرۇپ، ھەرقاچان سەزگۈر تۇرۇشى، تۇرمۇشقا ئۆتكۈر كۆز، سەزگۈر قۇلاق بىلەن دىققەت قىلىشقا ئادەتلىنىشىدە. شۇنى تەكىتلەپ ئۆتۈش كېرەككى، مۇخبىرلار ھەرگىزمۇ شۇكۇر - قانائەتچان بولماسلىقى، «داستىخاندىكىنى يەپ بولسام، خۇدا بېرەر» دەپ ئولتۇرماستىن، ئەتىگەنلىك ناشتىنى قىلىۋاتقاندا، چۈشلۈك تاماقنىڭ ماتېرىيالىنى تەييارلاپ بولۇش ياكى شۇنىڭ كويىدا بولۇش لازىم. بۇنىڭدىن باشقا، مۇخبىرلار ئاخبارات يىپ ئۇچىغا ئىگە بولغاندىن كېيىن، نۆۋەتتىكى خەۋەر قىلىش فاڭجېنىغا ئاساسەن يىپ ئۇچلىرىنى ئەستايىدىل تەتقىق قىلىپ، شاللايدىغانلىرىنى شاللاپ، تاللىغانلىرىنى رەتكە تىزىپ، شۇ مەزگىللىك خەۋەر

قىلىش تەلىپى بويىچە كونكرېت پىلان تەرتىپىنى بېكىتىۋېلىشى لازىم.

ئۈچىنچى پاراگراف ئاخبارات پاكىتىنى تاللاشتىكى ماھارەت ــ ئاخبارات سەزگۈرلۈكى

رېئال تۇرمۇشتا ئاخبارات پاكىتلىرى ئوبيېكتىپ مەۋجۇت بولۇپ تۇرىدۇ، لېكىن ئۇ جۇلالىنىپ ئېچىلىپ تۇرغان قىزىلگۈلگە ئوخشاش ئۆزىسىلا قولغا چىقىدىغان نەرسە ئەمەس. ھەقىقىي ئاخبارات پاكىتلىرى كۆپىنچە خىلمۇخىل ئاددىي پاكىتلار ئىچىگە سىڭىپ كەتكەن بولىدۇ. مانا مۇشۇ زور مىقداردىكى پاكىتلار ئىچىدىن قىممىتى بار ئاخبارات يىپ ئۇچلىرىنى تېزلىك بىلەن بايقاپ، ئاخبارات پاكىتلىرىنى قولغا كەلتۈرۈش ـ كەلتۈرەلمەسلىك مۇخبىرنىڭ ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنىڭ يۇقىرى ـ تۆۋەنلىكىگە باغلىق.

1. ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنىڭ مەنىسى ۋە رولى.

ھەرقانداق بىر كەسىپنىڭ ماھىر ئۇستىلىرى بولىدۇ، ئۇلار ئۆزى ئىشلەۋاتقان ساھەدە ناھايىتى كۈچلۈك كەسپىي سەزگۈرلۈككە ئىگە. مەسىلەن، بىر دېھقان ئەتىگەنكى ۋە كەچكى شەپەقە، ئاي ئەتراپىدىكى بۇلۇتلارنىڭ رەڭگىگە، يەردىكى قۇرت ـ قوڭغۇزلارنىڭ ھەرىكىتىگە قاراپلا ھاۋا رايىنىڭ قانداق بولىدىغانلىقىنى پەملىيەلەيدۇ. تەجرىبىلىك تېۋىپ ئادەمنىڭ تومۇرىنى تۇتۇپ، تىلىنى كۆرۈپلا قانداق كېسەللىك بارلىقىنى ئېيتىپ بېرەلەيدۇ. ماشىنىنى ھەيدەپ كېتىۋاتقان شوپۇر موتورنىڭ ئاۋازىنى ئاڭلاپلا قانداق يەردە چاتاق بارلىقىنى بىلەلەيدۇ، ئۇستا دىرىژور مۇزىكا ئورۇنلاۋاتقان نەچچە ئونلىغان مۇزىكانت ئىچىدىن قايسى چالغۇنىڭ تارىسى قېيىپ كەتكەنلىكىنى سېزىۋالالايدۇ.

61

ئاخبارات سەزگۈرلۈكى پىشقان مۇخبىرلاردا بولىدىغان كەسپىي سەزگۈرلۈك، ئۇ «ئاخبارات نەزىرى، ئاخبارات سېزىمى» دەپمۇ ئاتىلىدۇ. ئۇ مۇخبىرلارنىڭ ئۆزۈكسىز ئۆزگىرىپ تۇرۇۋاتقان دۇنيادا قاتمۇقات تۇمانلاردىن ئۆتۈپ، قەيەردە خەۋەر بارلىقىنى، قەيەردە خەۋەرلىك پاكىت يۈز بېرىدىغانلىقىنى چاققانلىق بىلەن كۆرۈپ يېتىپ، تېزدىن قولغا كەلتۈرۈشكە ياردەم بېرىدۇ. كونكرېت قىلىپ ئېيتقاندا، ئاخبارات سەزگۈرلۈكى مۇخبىرلارنىڭ ئوبيېكتىپ شەيئىلەر ئىچىدىكى قىممىتى بار خەۋەرلەرنى هوشيارلىق بىلەن بايقاش، پەرق ئېتىش، ئالدىن كۆرۈش ۋە هۆكۈم قىلىش ئىقتىدارىدىن ئىبارەتتۇر.

ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنىڭ رولى تۆۋەندىكى تەرەپلەردە ئىپادىلىنىدۇ:

1) هەرقانداق مۇخبىردا كۈچلۈك ئاخبارات سەزگۈرلۈكى بولسا، ئەڭ قىممەتلىك يىپ ئۇچلىرىنى تېزلىك بىلەن قولغا كەلتۈرگىلى بولىدۇ. زىيارەت داۋامىدا ئاخبارات يىپ ئۇچلىرى باشقا ئەھۋال ۋە ئۇچۇرلار بىلەن قوشۇلۇپ مۇخبىرنىڭ ئالدىغا كېلىدۇ. ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى يېتىلدۈرگەن مۇخبىرلارلا ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە يىپ ئۇچلىرىدىن تەسىرلىنىپ، دەرھال شەرتلىك رېفلېكس پەيدا قىلىدۇ ـ دە، ئۇنى كۆز ئالدىدىن ئۆتكۈزۈۋەتمەستىن دەرھال قولغا كەلتۈرەلەيدۇ.

2) كۈچلۈك ئاخبارات سەزگۈرلۈكىگە ئىگە بولغاندا، «تاش ئىچىدىن گۆھەرنى بايقاپ»، ئوخشاش بىر خىل شەيئى ئىچىدىكى ئەڭ قىممەتلىك پاكىتنى پەرق ئەتكىلى بولىدۇ. مۇخبىر مەلۇم بىر شەيئىنى زىيارەت قىلىش جەريانىدا نۇرغۇن پاكىت ۋە ماتېرىياللارنى ئۇچرىتىدۇ. مەسىلەن، بىر يىغىننى زىيارەت قىلغاندا، ئۇنىڭ نۇرغۇن مەزمۇنلىرى بولىدۇ، بىر ئادەمنى زىيارەت قىلغاندا، ئۇنىڭ ئىش ئىزلىرى ھەر تەرەپلىمە بولىدۇ. بىر مەسىلىنى زىيارەت قىلغاندا، ئۇنىڭغا ئالاقىدار نۇرغۇن

تەرەپلەر بولىدۇ. مانا مۇشۇلار ئىچىدىن ئەڭ مۇھىم، ئەڭ گەۋدىلىك ۋە ئەڭ ماھىيەتلىك نەرسىنى تېپىپ چىقىش مۇخبىرنىڭ ئاخبارات سەزگۈرلۈكىگە باغلىق. پەقەت سەزگۈر مۇخبىرلارلا بىر ـ بىرىگە ئوخشىشىپ كېتىدىغان پاكىت ۋە ماتېرىياللار ئىچىدىن ھەقىقىي ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە پاكىتلارنى توغرا، دەل پەرق ئېتەلەيدۇ ھەم ئۇنىڭغا تېز ھۆكۈم قىلالايدۇ.

3) ئاخبارات سەزگۈرلۈكى بولغاندا، ئادەتتىكى ھادىسىلەردىن زور قىممەتكە ئىگە خەۋەرلەرنى بايقىغىلى بولىدۇ. 19 ـ ئەسىردە ئۆتكەن فىرانسىيەلىك مەشھۇر ھەيكەلتىراش رودىن: «بۈيۈك ئۇستازلار شۇنداق ئادەملەركى، ئۇلار ئۆز كۆزى بىلەن باشقىلار كۆرگەن نەرسىلەرنى كۆرۈپ، باشقىلارغا ئادەتتىكىچە بىلىنگەن نەرسىلەردىن گۈزەللىكنى بايقىۋالالايدۇ» دېگەنىدى. كىشىلىك تۇرمۇشتا ئادەمنى ھەيران قالدۇرىدىغان، يۈرەكلەرنى ھاياجانغا سالىدىغان ئىشلار ھامان ناھايىتى ئاز بولىدۇ. ئەكسىچە، كىشىلەر ئۇچۇن ئادەتكە ئايلىنىپ كەتكەن ئاددىي ئىشلار تۇرمۇشنىڭ ئاساسىي قىسمىنى تەشكىل قىلىدۇ. دېمەك، ئاجايىپ ئىشلارنى يېزىپ خەۋەر قىلىۋېلىش قالتىس ھېسابلانمايدۇ، پەقەت ھەقىقىي كۈچلۈك ئاخبارات سەزگۈسىگە ئىگە مۇخبىرلارلا كىشىلەرنىڭ نەزىرى چۈشمىگەن ئادەتتىكى ئىشلاردىن بۈيۈكلۈكنى، تاسادىپىيلىقتىن مۇقەررەرلىكنى كۆرەلەيدۇ.

4) ئاخبارات سەزگۈرلۈكى بولغاندا، «يوپۇرماقنىڭ چۈشۈشىدىن كۈزنىڭ يېتىپ كەلگەنلىكىنى قىياس قىلىپ»، بەزى ئاخبارات ۋەقەلىرىنىڭ پەيدا بولۇشىنى ئىلمىي ھالدا ئالدىن بىلىۋالغىلى بولىدۇ. ھەرقانداق شەيئىنىڭ تەرەققىياتى قانۇنىيەتلىك بولىدۇ. شەيئىلەرنىڭ تەدرىجىي تەرەققىياتى ۋە قارىمۇقارشى تەرىپىگە قاراپ ئۆزگىرىشى ھامان سان ئۆزگىرىشىدىن سۈپەت ئۆزگىرىشىگە، سۈپەت ئۆزگىرىشىدىن سان ئۆزگىرىشىگە ئۆتۈش جەريانىدا ئىپادىلىنىدۇ. بىزگە

مەلۇمكى، شەيئىلەرنىڭ سان ئۆزگىرىشى مىقدار جەھەتتىكى ئازىيىشى، كۆپىيىشى بولۇپ، ئۇ ماھىيەتلىك ئۆزگىرىش ھېسابلانمايدۇ. پەقەت سۈپەت ئۆزگىرىشى شەيئىلەردىكى ماھىيەتلىك ئۆزگىرىش بولۇپ، بۇ ئۇنىڭ بىر خىل شەيئى ھالىتىدىن يەنە بىر خىل شەيئى ھالىتىگە ئۆزگىرىشى ۋە سەكرىشىدىن ئىبارەتتۇر. ئاخبارات سەزگۈرلۈكى كۈچلۈك مۇخبىرلار شەيئىلەرنىڭ ئۆزگىرىشىدىكى مەلۇم بېشارەتلەر ئارقىلىق شەيئىلەرنىڭ تەرەققىيات يۈزلىنىشىنى ئالدىن كۆرۈپ، ماھىيەتلىك ئۆزگىرىش ياساۋاتقان ياكى قىسمەن ماھىيەتلىك ئۆزگىرىش ياساۋاتقان شەيئىلەردىن چوڭ خەۋەرلەرنى قولغا كەلتۈرەلەيدۇ.

شىنخۇا ئاگېنتلىقىدا خىزمەت قىلغان ئەنگلىيەلىك مۇتەخەسسىس لۇئىس سىمپس ئەنگلىيەدىكى «ئىشچىلار گېزىتى»دە مۇخبىر بولغان چاغدا، ھەر خىل گېزىتلەرنى ئاختۇرۇپ كۆرۈش ئارقىلىق «خەۋەرنىڭ كەينىدىكى خەۋەر»نى تېپىپ چىققانلىقىنى بايان قىلىدۇ. بىر قېتىم گېزىتتە پولات ـ تۆمۈرنىڭ پاي چېكى بىلەن قوي يۇڭى پاي چېكىنىڭ ئۆسكەنلىكى توغرىسىدا خەۋەر بېسىلىدۇ. ئۇ بۇ خەۋەرنىڭ كەينىدە خەۋەر بارلىقىنى، يەنى پات ئارىدا ئۇرۇش بولىدىغانلىقىنى پەرەز قىلىدۇ. چۈنكى، پولاتتىن قورال ئىشلەپچىقىرىدۇ، قوي يۇڭىدىن ھەربىي كىيىم ئىشلەپچىقىرىدۇ. بۇ ئىككى خىل پاي چېكى باھاسىنىڭ ئۆسۈشى ئۇرۇش پارتلايدىغانلىقىدىن دېرەك بېرىدۇ. شۇنداق قىلىپ، سىمپس ئۇرۇشقا تەييارلىق قىلىۋاتقانلىقىدىن ئىبارەت بۇ مۇھىم خەۋەرنى ئىگىلەپ چىقىدۇ.

2. ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى قانداق يېتىلدۈرۈش ۋە ئۆستۈرۈش كېرەك؟

ئاخبارات سەزگۈرلۈكى مۇخبىرلارنىڭ قەدىرلەشكە تېگىشلىك ساپاسى. ئۇنى سۈنئىي ھالدا تېخنىكىلىق ئۇسۇل

بىلەن يېتىلدۈرگىلى بولمايدۇ، لېكىن ئۇ تەكتىگە يەتكىلى بولمايدىغان سىرلىق نەرسىمۇ ئەمەس. بۇرژۇئاز ئاخباراتشۇناسلىرى ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى «تەڭرى ئاتا قىلغان بىر خىل تالانت» دەپ قارايدۇ. ماتېرىيالىزملىق دىيالېكتىكا نۇقتىئىنەزىرى بويىچە بىز ئۆگىنىش، ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈش ئارقىلىق ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى يېتىلدۈرگىلى ۋە ئۆستۈرگىلى بولىدۇ، دەپ ھېسابلايمىز.

ئۇنداقتا، قانداق قىلغاندا ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى يېتىلدۈرگىلى بولىدۇ؟

1) يۈكسەك خىزمەت مەسئۇلىيەتچانلىقى ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى ئۆستۈرۈشنىڭ مۇھىم يولى. مۇخبىرنىڭ مەسئۇلىيەتچانلىقىنىڭ قانداق بولۇشى، خىزمەتكە قانداق پوزىتسىيە تۇتۇشى، ئۆز مەجبۇرىيىتىنى قانداق ئادا قىلىشى ئاخبارات سەزگۈرلۈكى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك. ئەگەردە مۇخبىر ئەپلەپ - سەپلەپ كۈن ئۆتكۈزۈش ئىدىيەسىدە بولسا، شەيئىلەرگە بىپەرۋالىق بىلەن قارىسا، ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى قانداق يېتىلدۈرەلەيدۇ؟ بۇنداق مۇخبىرلارنىڭ ئاخبارات سەزگۈرلۈكى بار دېگەن تەقدىردىمۇ، خۇددى ئاقار يۇلتۇزغا ئوخشاش ناھايىتى تېزلا غايىب بولىدۇ. مۇخبىر يۈكسەك مەسئۇلىيەتچان بولسا، خىزمىتىگە تولۇپ تاشقان قىزغىنلىق بىلەن مۇئامىلە قىلسا، ياخشى خەۋەرنى قولغا كەلتۈرمىگۈچە كۆڭلى ئارام تاپمايدۇ، قىممىتى بولغان پاكىتنى ئەكس ئەتكۈزمىگۈچە كۆزى ئۇيقۇغا بارمايدۇ، ئاغزىغا تاماق تېتىمايدۇ. ئۇ ھەرقاچان، ھەر جايدا تىنىم تاپماستىن ئىزدىنىدۇ. مانا بۇ ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى ئۆستۈرۈشنىڭ ھەرىكەتلەندۈرگۈچ كۈچى.

شۇنى ئەسكەرتىپ ئۆتۈش كېرەككى، مەسئۇلىيەتچان بولغان بىلەنلا خەۋەرنى بىۋاستە قولغا كەلتۈرگىلى بولمايدۇ، لېكىن ئۇ مۇخبىرلارنىڭ خەۋەرنى قولغا كەلتۈرۈشىدە ھەل قىلغۇچ رول

ئوينايدۇ. مەسئۇلىيەتچانلىقى كۈچلۈك بولغانسېرى ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى ئۆستۈرۈش پۇرسىتى شۇنچە كۆپ بولىدۇ، مۇخبىرنىڭ ئاخبارات ئۇچۇرلىرىنى ئىگىلەش تەشەببۇسكارلىقىمۇ شۇنچە يۇقىرى بولىدۇ.

2) نۆۋەتتىكى ۋەزىيەت، سىياسەت ۋە خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى تولۇق چۈشىنىش كېرەك. ۋەزىيەتنى توغرا كۆزىتىش، پارتىيەنىڭ فاڭجېن - سىياسەتلىرىنى چوڭقۇر چۈشىنىپ نۆۋەتتىكى خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى توغرا ئىگىلەش ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى يېتىلدۈرۈشنىڭ مۇھىم ئەڭگۈشتەرى.

ۋەزىيەت دېگىنىمىزدە، خەلقارا ۋەزىيەت، مەملىكەت ئىچىدىكى ۋەزىيەت، ئۆز رايونىنىڭ ۋەزىيىتى، ئىقتىسادىي، سىياسىي، ھەربىي ۋە مەدەنىي تۇرمۇش جەھەتتىكى ۋەزىيەتنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. نۆۋەتتىكى ئىجتىمائىي تۇرمۇشتىكى زور زىددىيەتلەر، خەلق ئاممىسى جىددىي ھەل قىلىشنى تەلەپ قىلىۋاتقان مەسىلىلەر، پارتىيەنىڭ تاكتىكىلىق فاڭجېنلىرى، خەلق ئاممىسىنىڭ مايىللىقى، دەۋرنىڭ ئېقىمى، تارىخىي تەرەققىياتنىڭ يۈزلىنىشى قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى مۇخبىر چۈشىنىش، ئىگىلەش زۆرۈر بولغان ۋەزىيەت. ئومۇمىي ۋەزىيەتنى كۆڭلىگە پۈكەلىگەن بىر مۇخبىر كۆز ئالدىدا يۈز بەرگەن پاكىتلارنى ئومۇمىي ۋەزىيەت ئاستىغا قويۇپ كۆزىتىپ، دەرھال ئۇنىڭ سالمىقىنى بايقاشقا، ھەتتا پاكىت يۈز بېرىشتىن ئىلگىرى خىلمۇخىل ئالامەتلەرنىڭ پەيدا بولىدىغانلىقىنى ئالدىن كۆرۈشكە ماھىر بولىدۇ. قىممىتى بار ئاخبارات كۆز ئالدىدا پەيدا بولغان ھامان، ئۇنى دەرھال قولغا كەلتۈرۈپ خەۋەر قىلالايدۇ.

بۇنىڭدىن باشقا، ھەربىر مەزگىلنىڭ خەۋەر قىلىش تەلىپى ۋە مۇھىم نۇقتىسى بولىدۇ، بۇنىڭغا نىسبەتەن ئاخبارات ئورگانلىرى ئادەتتە مۇئەييەن خەۋەر قىلىش پىلانى ۋە كۆرسەتمىسىنى بەلگىلەيدۇ. مانا بۇ خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى

دېيىلىدۇ. تەھرىر بۆلۈمىنىڭ كۆرسەتمىسىنى تەتقىق قىلىپ، نۆۋەتتىكى خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى ۋە ئاساسىي ھۇجۇم نىشانىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋالغاندا، مۇخبىرنىڭ ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى كۈچەيتىشكە ياردەم بېرىدۇ.

3) ئەھۋاللارنى، ماتېرىياللارنى توپلاش، تەتقىق قىلىش كېرەك. رېئال تۇرمۇشنىڭ ئەمەلىي ئەھۋالى بىلەن تونۇشۇش، مول تارىخىي ماتېرىياللارنى ئىگىلەش ھەمدە ئۇنى تەتقىق قىلىش، ئانالىز قىلىشقا ئەھمىيەت بېرىش ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى يېتىلدۈرىدىغان مۇھىم ئاساس.

مۇخبىرلار ئۇچۇن ئېيتقاندا، ئەھۋال ۋە ماتېرىيال جۇغلانمىسى ئوخشاش بولمىسا، سىرتقى دۇنيادىن كەلگەن ئۇچۇرلارغا نىسبەتەن ئىنكاسىمۇ ئوخشاش بولمايدۇ. ئەڭ ئاددىي قائىدە بويىچە ئېيتقاندا، بىز سۇغا تاش ئاتساق، سۇ تېيىز بولسا ئۇنىڭدىن قايتىدىغان سادا ۋە پەيدا بولىدىغان دولقۇن ناھايىتى ئاجىز بولىدۇ. ئەگەر سۇ چوڭقۇر بولسا، ئۇنىڭدىن كۈچلۈك سادا چىقىدۇ ۋە قاتمۇقات دولقۇنلار پەيدا بولىدۇ.

مۇخبىرلىق رېئال تۇرمۇشقا تايىنىدۇ. ئەمەلىي ئەھۋال بىلەن ئۇچراشمىغاندا، ئەمەلىيەتنى چۈشەنمىگەندە، تەبىئىي ھالدا ئاخبارات سەزگۈرلۈكىمۇ قوزغالمايدۇ. مۇخبىرلارنىڭ ئادەتتە ئىگىلىگەن، توپلىغان ئەھۋالى، ماتېرىيالى، ئىدىيەسى قانچە كۆپ بولغانسېرى پىكىر يولى شۇنچە كەڭ بولىدۇ، بىرى ئارقىلىق نۇرغۇن نەرسىلەرنى تەسەۋۋۇر قىلالايدۇ، تاللاش، سېلىشتۇرۇش دائىرىسىمۇ شۇنچە كەڭ بولىدۇ. ئاخبارات سەزگۈرلۈكىمۇ بارغانسېرى كۈچىيىدۇ.

4) ھەر ۋاقىت، ھەر جايدا مۇخبىرلىق قىلىشتەك كەسپىي ئادەتنى يېتىلدۈرۈش كېرەك. بىزدە «توخۇ داڭگال چۈشەپتۇ، ئۆچكە جاڭگال» دېگەن گەپ بار. بىر ئادەم مەيلى قانداق بىر ئىشنىڭ پېشىنى تۇتسۇن، ئۇ باشتىن ـ ئاخىر شۇنىڭ كويىدا بولۇشى كېرەك. مۇخبىر ئۇچۇن ئېيتقاندا، ئىجتىمائىي

تۇرمۇشتىكى خىلمۇخىل ئەھۋال، ئۇچۇرلارنى ئاڭلىق ھالدا ئۆزىنىڭ كەسپى بىلەن باغلاپ، يول مېڭىشقا، كۆزىتىشكە، سوراشقا، ئاڭلاشقا، ئويلاشقا ماھىر بولۇپ، ئۇخلىغاندىن باشقا چاغلارنىڭ ھەممىسىدە زىيارەت قىلىش ئېڭىدا تۇرالىغاندىلا، ئەڭ ئىنچىكە نەرسىلەرنى بايقاپ، ياخشى خەۋەرلەرنى قولغا كەلتۈرەلەيدۇ.

ئومۇملاشتۇرۇپ ئېيتقاندا، ياراملىق بىر مۇخبىردا ئەڭ قىممەتلىك ئاخبارات پاكىتلىرىنى تېز، دەل قولغا كەلتۈرەلەيدىغان، پەرق ئېتەلەيدىغان ۋە قېزىپ چىقالايدىغان ئىقتىدار بولۇشى كېرەك. بۇ خىل ئىقتىدار ـــ ئاخبارات سەزگۈرلۈكى دەپ ئاتىلىدۇ. ئاخبارات سەزگۈرلۈكى مۇخبىرنىڭ نەزەرىيەۋى جەھەتتىكى تەربىيەلىنىشى، سىياسەتلەرنى بىرىلىپ ئۆگىنىشى، تىرىشىپ كەسپىي ئەمەلىيەتتىن ئۆتكۈزۈشىدىن، جەمئىيەتكە، خەلققە، ئەتراپىدىكى شەيئىلەرگە كۆڭۈل بۆلۈشىدىن، شۇنداقلا ئوبيېكتىپ ئەمەلىيەت ئۈستىدە چوڭقۇر تەكشۈرۈش ئېلىپ بېرىپ، كەڭ كۆلەمدە ئەھۋاللارنى ياخشى چۈشىنىشىدىن كېلىدۇ. بىر جۈملە سۆز بىلەن ئېيتقاندا، ئاخبارات سەزگۈرلۈكى مۇخبىرنىڭ سىياسىي سەۋىيەسى ۋە كەسپىي سەۋىيەسىنىڭ مەركەزلىك ئىپادىسىدۇر.

68

تۆتىنچى باب مۇخبىرلىقتىكى ئاساسىي ھالقىلار

مۇكەممەل بولغان بىر قېتىملىق مۇخبىرلىق جەريانى تەرتىپلىك ۋە بىر ـ بىرىگە باغلىنىشلىق بولغان بىرقانچە خىزمەت ھالقىلىرىغا بۆلۈنىدۇ. مۇخبىرلار مۇئەييەن قانۇنىيەتكە ئىگە مۇشۇ تەرتىپكە ئەمەل قىلغاندىلا، مۇخبىرلىق پائالىيىتىدە مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشەلەيدۇ. بىز بۇ بابتا مۇخبىرلىقتىكى ئاساسىي ھالقىلار ئۈستىدە توختىلىمىز. دەرۋەقە، ئوخشىمىغان مۇخبىرلىق پائالىيەتلىرىدە مۇخبىرلىق ئوبيېكتى، ۋەزىپىسى ۋە شارائىت قاتارلىقلاردا ئۆزگىرىش بولىدىغان بولغاچقا، بۇ ئاساسىي ھالقىلارنىڭ تەرتىپىدىمۇ ئۆزگىرىش بولىدۇ. بۇنىڭدا مۇخبىرنىڭ ئەمەلىيەتنى چىقىش قىلىپ، جانلىق ئۇسۇل قوللىنىشى تەلەپ قىلىنىدۇ.

بىرىنچى پاراگراف خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى ئايدىڭلاشتۇرۇش لازىم

خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى ئايدىڭلاشتۇرۇش مۇخبىرلىققا كىرىشىشنىڭ تۇنجى قەدىمى، شۇنداقلا پۈتكۈل مۇخبىرلىق پائالىيىتىنىڭ مۇقەددىمىسى. بۇ ئۇزاق يىللىق مۇخبىرلىق ئەمەلىيىتىنىڭ يەكۈنى.

خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى دېگىنىمىز، ئاخبارات ئورگانلىرىنىڭ مەلۇم مەزگىل ۋە باسقۇچ ئىچىدە خەۋەر قىلىشنى تەشكىللەشتىكى يېتەكچى ئىدىيەسى ياكى خىزمەت

تەسەۋۋۇرىدۇر. ئۇ خەۋەر قىلىش مەقسىتى، مەزمۇنى، دائىرىسى، مۇھىم نۇقتىسى ۋە تەلىپى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. ئاخبارات خەۋەرچىلىكى ئەمەلىيىتى جەريانىدا ئاخبارات ئورگانلىرى بىر مەزگىل ئىچىدىكى ئومۇمىي خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى ياكى پىرىنسىپىنى بېكىتىدۇ، گاھىدا مەلۇم تەرەپتىكى ۋە مەلۇم زور ئاخبارات پائالىيىتىدىكى خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى ياكى كۆرسەتمىسىنى بېكىتىدۇ. بۇنداق خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى مۇخبىرلىق ئەمەلىيىتىدە بىر خىل نەزەرىيەۋى يېتەكچى بولۇپ، مۇخبىرلىق پائالىيىتىگە نىشان كۆرسىتىپ بېرىش رولىنى ئوينايدۇ.

مۇخبىرلار خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋالغاندا، نۆۋەتتىكى ئاخبارات خەۋەرچىلىكىدە نېمىنى تەشەببۇس قىلىپ، نېمىنى تەكىتلەش كېرەكلىكىنى، نېمىگە قارشى تۇرۇپ، نېمىدىن ساقلىنىش لازىملىقىنى بىلەلەيدۇ، شۇنداقلا تەشۋىقات يۆنىلىشىنى توغرا ئىگىلەپ، مۇخبىرلىقتىكى تەشەببۇسكارلىق ھوقۇقىنى قولغا كەلتۈرەلەيدۇ.

خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى بىلەن مۇخبىر ۋە مۇخبىرلىق ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەت يۇقىرىقىدەك توغرا نىشان كۆرسىتىپ بېرىش جەھەتتىن باشقا، يەنە تۆۋەندىكىدەك كونكرېت ئىككى تەرەپتىمۇ ئىپادىلىنىدۇ.

1. خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى ئاخبارات خام ماتېرىياللىرىغا ئىگە بولۇشقا يېتەكچىلىك قىلىدۇ.

توغرا خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنىڭ يېتەكچىلىكى بولغاندىلا، مۇخبىرلار مۇخبىرلىق ئەمەلىيىتى جەريانىدا مۇرەككەپ، رەڭگارەڭ رېئال تۇرمۇش ئالدىدا سەگەكلىك بىلەن نىشانىنى بايقاپ، ئېلىشقا تېگىشلىك زۆرۈر ماتېرىيالنى قولغا كەلتۈرەلەيدۇ. مەسىلەن، 1981 ـ يىلى 9 ـ ئاينىڭ 31 ـ كۈنى مەلۇم بىر گېزىتخانا مەلۇم قىسىمدىكى بىر باش قوماندانىنىڭ نەنجىڭنى ئازاد قىلىش جەريانىدا قىسىمنى باشلاپ سۇن

جوڭشەننىڭ قەبرىسىنى قوغدىغانلىق ئەھۋالىدىن خەۋەر تېپىپ ئۇنى زىيارەت قىلىشنى قارار قىلىدۇ. گېزىتخانىدىكىلەر بۇ زىيارەتكە ئىككى خىل خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ. بىرى، خەلق ئازادلىق ئارمىيەمىزنىڭ سۇن جوڭشەننىڭ قەبرىسىنى قوغداشتىكى قەھرىمانلىق ئىش ئىزلىرىنى ئەكس ئەتتۈرۈپ، ياشلار - ئۆسمۈرلەرگە ئىنقىلابىي قەھرىمانلىق تەربىيەسى ئېلىپ بېرىش. يەنە بىرى، پارتىيەمىز ۋە ئارمىيەمىزنىڭ سۇن جوڭشەن ئەپەندىگە بولغان ھۆرمەت ھېسسىياتىنى ئەكس ئەتتۈرۈپ، كومپارتىيە بىلەن گومىنداڭنىڭ ئۈچىنچى قېتىملىق ھەمكارلىقىنى ئىلگىرى سۈرۈش. بۇ ئىككى خىل خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىدىن قايسىسىنى تاللىۋېلىش كېرەك؟ ئەلۋەتتە كېيىنكىسى تېخىمۇ مۇۋاپىق ئىدى. چۈنكى، ئەينى ۋاقىتتا شىنخەي ئىنقىلابىنىڭ يەتمىش يىللىقى خاتىرىلىنىۋاتاتتى. يې جيەنيىڭ ۋېيىيۈەنجاڭ تەيۋەن مەسىلىسى توغرىسىدىكى توققۇز ماددىلىق فاڭجېننى ئېلان قىلغانىدى. ئارمىيەمىزنىڭ سۇن جوڭشەن قەبرىسىنى قوغدىغانلىقى توغرىسىدىكى خەۋەر بۇ ۋەزىيەتكە دەل ماسلىشاتتى. مۇخبىر مانا شۇ خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنىڭ يېتەكچىلىكىدە مەقسەتلىك ۋە مەركەزلىك ھالدا پارتىيە ۋە ئارمىيەمىزنىڭ ئەينى ۋاقىتتا سۇن جوڭشەن قەبرىسىنى قانداق قوغدىغانلىقى، نېمە ئۈچۈن قوغدىغانلىقى توغرىسىدىكى ماتېرىياللارنى ئىگىلىيەلەيدۇ. ئۇنداق بولماستىن، ئالدىنقى خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى بويىچە ماتېرىيال تاللىغاندا، ئارمىيەمىزنىڭ قەھرىمانلارچە جەڭ قىلغانلىقىغا بېرىلىپ كېتىپ، ياخشى ئۈنۈمگە ئېرىشكىلى بولماي قالىدۇ. بۇ خىل ماتېرىيال ئارقىلىق يېزىلغان خەۋەرمۇ نۆۋەتتىكى ۋەزىيەتنىڭ تەلىپىگە ماسلاشماي قالىدۇ.

2. خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى تاۋلاشقا يېتەكچىلىك قىلىدۇ.

خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى بىلەن خەۋەرنىڭ مەركىزىي

ئىدىيەسى ئوخشاش بولمىغان ئىككى خىل ئۇقۇم. خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى ئوبيېكتىپچانلىققا ئىگە بولۇپ، پەقەت زىيارەت قىلىش ئارقىلىق قولغا كەلگەن ئوبيېكتىپ ماتېرىياللار ئاساسىدىلا خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى تاۋلاپ چىقىلىدۇ. ئەگەردە بىز خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىدىن ئىبارەت تەسەۋۋۇر ۋە ئوي - خىيالنى مەركىزىي ئىدىيە دەپ قاراپ، ئۇنىڭغا ئەمەلىيەتتىن مىسال ئىزدىمەكچى بولىدىكەنمىز، مەركىزىي ئىدىيەنى ئالدىن تۇرغۇزۇۋېلىشتىن ئىبارەت ئىدېئالىزمنىڭ پاتقىقىغا پېتىپ قالغان بولىمىز. لېكىن، خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى بىلەن خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى ئىنتايىن زىچ قانداشلىق مۇناسىۋەتكە ئىگە. ھەرقانداق خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى مۇئەييەن دەۋر خاراكتېرىگە ئىگە بولىدۇ، ئۇ جەزمەن جەمئىيەتنىڭ ۋە قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ ئېھتىياجىغا ئۇيغۇنلىشىشى كېرەك. ۋاھالەنكى، خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى دەل مەلۇم دەۋر، مەلۇم باسقۇچتىكى جەمئىيەت ۋە قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ ئېھتىياجىنىڭ مەھسۇلى. ئۇ مۇشۇ دەۋر، مۇشۇ باسقۇچتىكى ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنىڭ تەرەققىيات ئۆزگىرىشى، شۇنداقلا كىشىلەرنىڭ ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنى چۈشىنىش جەريانىدىكى يېڭى ئەھۋال، يېڭى مەسىلىلەرنى تىرىشىپ ئەكس ئەتكۈزۈشنى مەقسەت قىلىدۇ. شۇڭا، دەۋر خاراكتېرى نۇقتىسىدىن قارىغاندا، خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى بىلەن خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنىڭ تەلپى بىر دەكىلىككە ئىگە. ئەمەلىيەتتىمۇ نۇرغۇن تەجرىبىلىك مۇخبىرلار خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى ئۈستىدە پىكىر يۈرگۈزگەندە ئاڭلىق ھالدا مۇئەييەن خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى ئاساس ۋە يېتەكچى قىلىدۇ. بۇ خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنىڭ شەكىللىنىشىنى ئىلگىرى سۈرىدۇ.

يۇقىرىقىلاردىن شۇنى كۆرۈۋالغىلى بولىدۇكى، خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى بىلەن مۇخبىرلىق بىر - بىرىنى شەرت قىلىدۇ.

مۇئەييەن ئەھۋالدا خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى مۇخبىرلىقتا قوماندانلىق قىلىدۇ، مۇخبىرلىق خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى ئىپادىلەيدۇ. لېكىن، خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى ھەرقانچە ئىلمىي بېكىتىلدى دېگەندىمۇ، چەكلىمىلىكتىن خالىي بولالمايدۇ. مول، رەڭگارەڭ، ئۆزگىرىشچان ئوبيېكتىپ ئەمەلىيەت ئالدىدا مۇخبىرلار مۇخبىرلىق ئەمەلىيىتى جەريانىدا خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى سىناقتىن ئۆتكۈزۈشى، تولۇقلىشى، مۇكەممەللەشتۈرۈشى، ئۇنى ئەمەلىيەتكە تېخىمۇ ئۇيغۇنلاشتۇرۇشى لازىم. ئەگەردە ئەمەلىي ئەھۋال بىلەن خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى ئوتتۇرىسىدا بىرقەدەر زور پەرق كۆرۈلسە، مۇخبىرلار مۇناسىۋەتلىك سىياسەت ۋە ئەمەلىي ئەھۋالغا ئاساسەن يېڭى خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى بېكىتىپ، ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇن خەۋەر يېزىشى ھەمدە ئەمەلىي ئەھۋالنى تەھرىر بۆلۈمىگە ۋاقتىدا يەتكۈزۈشى لازىم.

ئىككىنچى پاراگراف خەۋەر قىلىنىدىغان تېمىنى تاللاپ بېكىتىش لازىم

خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىش پەقەت مۇخبىرلىق پائالىيىتىنى قانات يايدۇرۇش ئۈچۈن يېتەكچى پىرىنسىپ ۋە نىشاننىلا كۆرسىتىپ بېرەلەيدۇ، كونكرېت مۇخبىرلىق پائالىيىتىگە كىرىشىشتە ئالدى بىلەن خەۋەر قىلىنىدىغان تېمىنى تاللاپ بېكىتىۋېلىش لازىم. خەۋەر قىلىنىدىغان تېمىنى تاللاش دېگىنىمىز، مۇخبىرنىڭ زىيارەت قىلىپ خەۋەر قىلماقچى بولغان تېمىسىنى تاللاپ بېكىتىشىنى كۆرسىتىدۇ. ئۇ ئاساسلىقى مۇخبىرنىڭ قەيەرگە بېرىشىنى، قايسى ئورۇننى، كىمنى، قانداق مەسىلىنى زىيارەت قىلماقچى بولغانلىقىدىن ئىبارەت مەسىلىنى ھەل قىلىپ بېرىدۇ. خەۋەر

قىلىنىدىغان تېمىنى تاللاپ بېكىتىش زىيارەتنىڭ دەسلەپىدىلا مۇخبىرنىڭ كونكرېت نىشانىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋالىدىغان مۇھىم بىر خىزمىتى. تېما تاللاپ بېكىتىلمىگەندە مۇخبىر قەيەردىن قول سېلىشنى بىلەلمەي قالىدۇ ـ دە، زىيارەتنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك بولۇش ـ بولماسلىقىغا تەسىر كۆرسىتىدۇ.

1. خەۋەر قىلىنىدىغان تېمىنى تاللاپ بېكىتىشتىكى تەلەپ.

بىرىنچى، ئالدى بىلەن كونكرېت زىيارەت قىلىدىغان تېمىنى توغرا تاللاش لازىم. زىيارەت قىلىدىغان تېما دېگىنىمىز، خەۋەرنى شەكىللەندۈرىدىغان ئاساسىي ماتېرىيالنى، يەنى ئاخبارات پاكىتىنى كۆرسىتىدۇ. مۇخبىر تېمىنى تاللاپ بېكىتكەن چاغدا خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى ۋە پاكىتنىڭ ئاخبارات قىممىتىنى هازىرلىغان ـ هازىرلىمىغانلىقىغا قاراپ، ئۆزىنىڭ مۇخبىرلىق نىشانىنى بېكىتىشى لازىم. مەسىلەن، ئۆي ـ جاي ئىسلاھاتى يولغا قويۇلغاندىن كېيىن، بىرمۇنچە نورمالسىزلىقلار ۋە ئاۋارىچىلىكلەر ئوتتۇرىغا چىقتى. بەزى جايلار ھۆكۈمەت ئۆيلىرىنى ئەرزان باھادا سېتىۋەتتى، بەزى جايلار تۈزۈمنى قاتتىق ئىجرا قىلىپ، ئىقتىسادى ئاجىزلار قىيىنىلىپ ماكانسىز قالىدىغان ئەھۋال كېلىپ چىقتى. مۇخبىر مۇشۇنداق تېمىنى تاللاپ، زىيارەت قىلىش ۋە خەۋەر قىلىش كېرەكمۇ؟ خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى بويىچە قارىغاندا بۇنداق قىلىشقا بولمايدۇ، بۇنى ئالدى بىلەن ئىچكى پايدىلىنىش ماتېرىياللىرىغا ئىنكاس سۇپىتىدە يېزىش كېرەك. ئەكسىچە، ئۆي ـ جاي ئىسلاھاتىنىڭ مۇتلەق كۆپ سانلىق كىشىلەرگە ئېلىپ كەلگەن پايدىسىنى ۋە جەمئىيەت تەرەققىياتىغا بولغان تۈرتكىلىك رولىنى زىيارەت قىلىپ خەۋەر قىلىش لازىم.

ئىككىنچى، كونكرېت زىيارەت ئوبيېكتىنى ياخشى تاللاش كېرەك. بۇ يەردە دېيىلىۋاتقان ئوبيېكت زىيارەت قىلىنىدىغان ئورۇن، رايون ۋە ياكى شەخسلەرنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. مۇخبىر تېمىنى تاللاپ بېكىتىش ۋاقتىدا مۇخبىرلىق تېمىسىنىڭ

تەلەپكە ئاساسەن ئۆزىنىڭ زىيارەت ئوبيېكتىنى ئەستايىدىل تاللىشى ۋە ياخشى بېكىتىشى لازىم. مەسىلەن، 1979 ـ يىلى پارتىيەنىڭ يېزا خىزمىتى توغرىسىدىكى ھۆججەتلىرىنىڭ ئېلان قىلىنغىنىغا بىر يىل بولغان چاغدا، بىر مۇخبىر يېزىلاردا يۈز بەرگەن ئۆزگىرىشلەرنى خەۋەر قىلماقچى بولغان. بۇ نىشان بېكىتىلگەندىن كېيىن قەيەرگە بېرىپ، كىمنى زىيارەت قىلىش كېرەك؟ مۇخبىر ئەتراپلىق ئويلىنىش ئارقىلىق بۇلتۇر ئەتىيازدا بىرەيلەننىڭ خېنەننىڭ مەلۇم تاغلىق رايونىغا بېرىپ ئۇ يەردىكى ئىشلارنى كۆرگەندىن كېيىن، مەسئۇلىيەت تۈزۈمى بۇ يەردە قالايمىقانچىلىق پەيدا قىلغان، ناھايىتى خەتەرلىك ئىشلار مەۋجۇت، دەپ قارىغانلىقىنى ۋە بېيجىڭدىكى بىر چوڭ گېزىتنىڭمۇ بۇ كىشىدىن كەلگەن ئىنكاسنى گېزىتكە بېسىپ، مەملىكەت بويىچە زور تەسىر پەيدا قىلغانلىقىنى ئەسلەپ، ئەڭ ياخشى، قايىل قىلارلىق ماتېرىيالغا ئېرىشىش ئۈچۈن، مۇشۇ جاينى تاللىۋېلىشنى قارار قىلغان. نەتىجىدە، بۇ يەردىن ناھايىتى مول ئىجابىي ۋە سەلبىي كونكرېت پاكىتلارغا ئىگە بولۇپ، كىشىلەرنىڭ دىققەت ـ ئېتىبارىنى جەلپ قىلىدىغان بىر پارچە خەۋەر يېزىپ چىققان.

ئۈچىنچى، مۇخبىرلىقتىكى كونكرېت مەسىلىنى توغرا تاللاش كېرەك.

زىيارەت قىلماقچى بولغان كونكرېت مەسىلىنى تاللاپ بېكىتكەندە، خەۋەر قىلماقچى بولغان تېمىنىڭ كونكرېت ئېھتىياجىنى، زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ كونكرېت ئەھۋالىنى ئويلىشىش كېرەك. سۆزلەشمەكچى بولغان مەسىلە تېما ۋە ئوبيېكتقا ئۇيغۇن كەلمىسە، زىيارەت مۇۋەپپەقىيەتلىك بولمايدۇ. ئىشىك سىرتقا ئېچىۋېتىلگەندىن كېيىن بىر قىسىم ياشلاردا چەت ئەللەرگە توغرا مۇئامىلە قىلالمايدىغان، تەرەققىي تاپقان غەرب دۆلەتلىرىنىڭ ھەممە نېمىسى ياخشى، جۇڭگونىڭ ھېچنېمىسى بولمايدۇ، دەيدىغان قاراش پەيدا بولدى. بۇ،

كىشىلەرنىڭ روھىنى چۈشۈرۈشتە مەلۇم سەلبىي رول ئوينىدى. بىر مۇخبىر مۇشۇ مەسىلىگە قارىتا چەت ئەل تەۋەلىكىدىكى بىر مۇھاجىرنى زىيارەت ئوبيېكتى قىلىپ تاللىۋالغان. بۇ ئوبيېكت توغرا تاللانغان بولسىمۇ، لېكىن كونكرېت مەسىلىگە كەلگەندە ئاۋارىچىلىك كېلىپ چىققان. ھېلىقى مۇھاجىر تارىخشۇناس بولغاچقا، مەسىلىگە تارىخىي تەرەققىيات نۇقتىسىدىن قاراپ، بىر قىسىم ياشلارنىڭ چەت ئەللەرگە مەستانە بولۇشىنى ئادەتتىكى ئىش، چۈنكى بۇ قارا پەردە تارتىلغان بىر ئۆي بىردىنلا يورۇپ كەتكەندە بىرمەھەل ماسلىشالمىغاندەكلا ئىش، دەپ ھېسابلىغان. مۇخبىر دەل مۇشۇنىڭدىن گەپ ئىزدىمەكچى بولغاچقا، زىيارەتتە ياخشى نەتىجىگە ئېرىشەلمىگەن.

2. خەۋەر قىلىنىدىغان تېمىنى قانداق بېكىتىش كېرەك؟

خەۋەر قىلىنىدىغان تېما ئادەتتە نۇرغۇن ئاخبارات يىپ ئۇچلىرى ئىچىدىن تاللىۋېلىنىدۇ. شۇڭا، خەۋەر قىلىنىدىغان تېمىنى بېكىتىشتە ئالدى بىلەن ئاخبارات يىپ ئۇچلىرىنى ياخشى ئىگىلەش، شۇ ئاساستا تۆۋەندىكى ئۈچ تەرەپكە دىققەت قىلىش كېرەك:

1) شەيئىلەرنىڭ ئۆزگىرىۋاتقان يېڭىچە ھالىتىدىن تېما تاللاشقا ئەھمىيەت بېرىش كېرەك. خەۋەرنىڭ بارلىققا كېلىشى ھەرقانداق ۋاقىتتا ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنىڭ ئۆزگەرگەن ھالىتى بىلەن مۇناسىۋەتلىك، يەنى شەيئىلەردە يېڭىچە ھالەت بارلىققا كەلگەندىلا ئۇ يېڭى مەزمۇنغا ئىگە بولىدۇ، ئاندىن ئۇ خەۋەر بولالايدۇ. مەسىلەن، دېھقانلار ئۇزاق تارىختىن بۇيان ئېشەك ۋە كالا ھارۋىلىرىنى قاتناش قورالى قىلىپ كەلدى. ئەمدى مەلۇم بىر يېزا ياكى ناھىيە دېھقانلىرى بۇ نەرسىلەرنى تارىخىي مۇزېيغا تاشلاپ، زامانىۋى قاتناش قوراللىرىنى ئىشلىتىشكە باشلىغان بولسا، بۇ ئۆزگىرىش خەۋەر بولالايدۇ. شۇڭا، شەيئىلەرنىڭ ئۆزگەرگەن ھالىتىگە ئاساسلىنىپ تېما تاللاشقا ماھىر بولۇش كېرەك.

2) تىپىك شەيئىلەر ئىچىدىن تېما تاللاشقا ئەھمىيەت بېرىش كېرەك. تىپىك شەيئى دېگىنىمىز، بىر تۈركۈم ئادەتتىكى شەيئىلەرگە ۋەكىللىك قىلالايدىغان، ئەمما ئادەتتىكى شەيئىلەرگە قارىغاندا مەركەزلىك، گەۋدىلىك بولغان شەيئىلەرنى كۆرسىتىدۇ. شەيئى تىپىك بولغاندىلا ئومۇميۈزلۈك ئەھمىيەتكە ئىگە بولالايدۇ. ئۇنىڭ مۇھىملىقى، شۇنداقلا ئاخباراتلىق قىممىتىمۇ ئاشىدۇ.

تىپىك شەيئىلەر ئىچىدىن تېما تاللاشتا ئىجابىي ۋە سەلبىي جەھەتتىكى تىپلارغا بىردەك ئەھمىيەت بېرىش كېرەك. ئېلىمىزدە ئىجابىي تىپلار جەمئىيەتنىڭ ئاساسىي ئېقىمىنى تەشكىل قىلىدۇ، ئۇ جەمئىيەتنىڭ ماھىيىتىنى ئەڭ ياخشى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرەلەيدۇ. شۇڭلاشقا، مۇخبىرلار ئىجابىي شەيئىلەر ئىچىدىن تېما تاللاشقا كۆپرەك كۈچ سەرپ قىلىشى لازىم. شۇنىڭغا دىققەت قىلىش كېرەككى، تاللانغان ئىجابىي تىپلار توغرىسىدىكى تېما دەۋر روھىغا، ئومۇميۈزلۈك ئەھمىيەتكە ئىگە بولۇشى، ئادەتتىكى ياخشى ئادەم، ياخشى ئىشلارنى تەشۋىق قىلىش بىلەنلا چەكلىنىپ قالماسلىقى لازىم.

ئىلغارلىق يەنى ئىجابىيلىق جەمئىيىتىمىزنىڭ ئاساسىي ئېقىمىنى تەشكىل قىلىدۇ، لېكىن جەمئىيىتىمىزدە قاراڭغۇ ۋە قالاق تەرەپلەرمۇ ئاز ئەمەس. بۇنىڭ ئۇچۇن تەنقىدىي خەۋەرلەر كەم بولسا بولمايدۇ. سەلبىي جەھەتتىكى ماتېرىياللار مۇۋاپىق ئىشلىتىلسە، ئىجابىي خەۋەرلەرگە ئوخشاشلا ئاكتىپ تەسىر پەيدا قىلغىلى بولىدۇ.

مۇخبىرلار سەلبىي جەھەتتىكى تىپىك شەيئىلەر توغرىسىدا تېما تاللىغاندا، جىددىي، ئەستايىدىل پوزىتسىيە تۇتۇشى، تېما خەۋەر قىلىنغاندىن كېيىن جەمئىيەتتە پەيدا قىلىدىغان تەسىرنى ئويلىشى، بولۇپمۇ سالمىقىنى ئوبدان تەڭشىشى، پەيتنى ياخشى ئىگىلىشى، پاسسىپ ئامىللارنىڭ باش كۆتۈرۈپ قېلىشىنىڭ ئالدىنى ئېلىشى لازىم.

3) روشەن ئالاھىدىلىككە ئىگە شەيئىلەر ئىچىدىن تېما تاللاش كېرەك. ئالاھىدىلىك شەيئىلەرنىڭ خاسلىقى، باشقا شەيئىلەردىن پەرقلىنىپ تۇرىدىغان پەۋقۇلئاددە تەرىپى دېمەكتۇر. ھەرقانداق شەيئىنىڭ ئالاھىدىلىكى بولىدۇ، ئالاھىدىلىكى بار شەيئىلەرنىڭ ھەممىسى خەۋەر بولالىشى ناتايىن. لېكىن، خەۋەر روشەن ئالاھىدىلىككە ئىگە بولغان شەيئىلەردىن كېلىپ چىقىدۇ. شەيئىلەر روشەن ئالاھىدىلىككە ئىگە بولغاندىلا يېڭى مەنىگە ئىگە بولىدۇ، ئاندىن ئۇ كىشىلەرنىڭ دىققىتىنى تارتالايدۇ ھەمدە خەۋەرلىك قىممىتىگە ئىگە بولالايدۇ.

روشەن ئالاھىدىلىككە ئىگە شەيئىلەردىن تېما تاللىغاندا، بىرىنچىدىن، مۇخبىرلار سېلىشتۇرۇپ تەھلىل قىلىشقا ماھىر بولۇشى، ئىككىنچىدىن، شەيئىلەرنىڭ خاسلىقى بىلەن ئورتاقلىقى ئوتتۇرىسىدىكى دىيالېكتىك مۇناسىۋەتنى ياخشى بىر تەرەپ قىلىشى لازىم. چۈنكى، سېلىشتۇرۇش ئېلىپ بارغاندىلا شەيئىلەرنى پەرقلەندۈرگىلى بولىدۇ، شەيئىلەرنىڭ ئالاھىدە تەرەپلىرىنى بايقىغىلى بولىدۇ؛ شەيئىلەرنىڭ ئورتاقلىقىدىن ئايرىلىپ خاسلىقنىلا قوغلاشقاندا، غەلىتىلىكنى قوغلىشىدىغان سەۋەنلىك ئۆتۈلىدۇ. شۇڭا، بىر پارچە ياخشى خەۋەردە ھەم شەيئىنىڭ ئۆزىگە خاس بولغان روشەن ئالاھىدىلىكى ئەكس ئەتكۈزۈلۈشى، ھەم ئوخشاش شەيئىلەر بىلەن بولغان ئورتاقلىقى چوڭقۇر يورۇتۇپ بېرىلىشى لازىم.

ئۈچىنچى پاراگراف مۇخبىرلىق ئالدىدىكى تەييارلىقنى ياخشى ئىشلەش لازىم

ھەرقانداق ئىشنى قىلىشتا پىلان بولۇشى، بەلگىلىك تەييارلىق بولۇشى لازىم، تەييارلىقسىز قىلغان ئىش كۆپىنچە ھاللاردا مەغلۇبىيەتكە ئېلىپ بارىدۇ. مۇخبىرلىقمۇ شۇنداق

بولىدۇ، تەييارلىق خىزمىتىنى پۇختا، ياخشى ئىشلىگەندە مۇخبىرلىق ئوڭۇشلۇق ئېلىپ بېرىلىدۇ، ئەكسىچە بولغاندا، كۆزنى تېڭىۋېلىپ مۆكۈشمەك ئوينىغاندەك، ئۇدۇل كەلگەن يەرگە ئۇسۇپ، يول تاپالماي قىيىن ئەھۋالغا چۈشۈپ قالىدىغان ئاقىۋەت كېلىپ چىقىدۇ.

مۇخبىرلىق ئالدىدىكى تەييارلىق ئەمەلىيەتتە مۇخبىرنىڭ ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنى ئۈزۈكسىز چۈشىنىش، ئۆزىنىڭ سۇبيېكتىپ تونۇشى بىلەن ئوبيېكتىپ ئەمەلىيەت ئوتتۇرىسىدىكى ئارىلىقنى ئىمكانقەدەر قىسقارتىش جەريانى، شۇنداقلا مۇخبىرنىڭ ۋاستىلىك يوللار ئارقىلىق مۇخبىرلىق ئوبيېكتىنى دەسلەپكى قەدەمدە چۈشىنىش جەريانىدۇر. مۇنداق ئىككى مىسالنى كۆرۈپ باقايلى:

1961 - يىلى ئەنگلىيەلىك داڭلىق كىنو چولپىنى فېۋىنرىي خېنىم («ئەنسىز يىللاردىكى نازىنىن» فىلىمىدا ئايال باش قەھرىماننىڭ رولىنى ئېلىپ، ئوسكار ئالتۇن مۇكاپاتىغا ئېرىشكەن) ئامېرىكىنىڭ نيۇيورك شەھىرىگە زىيارەتكە كەپتۇ. قائىدە بويىچە ئۇ ئايرودۇرۇمدا مۇخبىرلارنىڭ زىيارىتىنى قوبۇل قىپتۇ. ئويلىمىغان يەردىن بىرىنچى بولۇپ سوئال سورىغان مۇخبىر ئۇنىڭدىن «فېۋىنرىي خېنىم، سىز ‹ئەنسىز يىللاردىكى نازىنىن›، دىگەن بۇ فىلىمدا قانداق رول ئالغانىدىڭىز؟» دەپ سوراپتۇ. فېۋىنرىي خېنىم بۇنىڭدىن قاتتىق خاپا بولۇپ، ھېلىقى مۇخبىردىن: «سىز بۇ فىلىمنى كۆرگەنمۇ؟ رومانىنى ئوقۇپ باققانمۇ؟» دەپ سوراپتۇ. مۇخبىر «ياق» دىگەن جاۋابنى بەرگەندىن كېيىن، فېۋىنرىي خېنىم تېخىمۇ ئاچچىقلىنىپ ئورنىدىن دەس تۇرۇپ: «كۆپچىلىك، سىلەر بىلەن داۋاملىق سۆزلىشىشنىڭ ئورنى قالماپتۇ» دەپ پېشىنى قېقىپ كېتىپ قاپتۇ. بۇ ئىش توغرىسىدا ئامېرىكا قوشما ئىشتات ئاگېنتلىقى بىر پارچە خەۋەرمۇ تارقىتىپتۇ.

1978 - يىلى 5 - نۆۋەتلىك خەلق قۇرۇلتىيى مەزگىلىدىكى

بىر مۇخبىر بىلەن بىر ئالىمنىڭ ئوتتۇرىسىدا بولغان تۆۋەندىكى سۆھبەتنى كۆرۈپ باقايلى:

— قۇرۇلتايغا قاتنىشىش جەريانىدىكى تەسىراتلىرىڭىزنى سۆزلەپ بەرگەن بولسىڭىز.

— ئۇنداقتا، بۈگۈن كېچە ئىككىمىز ئۇخلىمىساق بولغۇدەكقۇ؟ بۇنداق تومتاق مەسىلىنى مەن قەيەردىن باشلاپ سۆزلەيمەن؟

— ئۇنداقتا، پەن - تېخنىكا جەھەتتىن سۆزلەپ بەرسىڭىز.

— پەن - تېخنىكا جەھەتتىكى مەسىلىلەر ناھايىتى كۆپ، زادى قايسى نۇقتىنى سۆزلەيمەن؟

— قايسى نۇقتىدا تەسىراتىڭىز ئەڭ چوڭقۇر بولسا، شۇ نۇقتىنى سۆزلەڭ.

— بۇمۇ بولىدۇ، ئۇنداقتا مەن ھۆكۈمەت خىزمىتىدىن بېرىلگەن دوكلاتتا سۆزلەنگەن ئۆز كۈچىمىزگە تايىنىپ پەن - تېخنىكىنى تەرەققىي قىلدۇرۇش مەسىلىسى ئۈستىدە سۆزلەپ بېرەي.

يۇقىرىقى ئىككى مىسالدىن شۇنى كۆرۈۋالغىلى بولىدۇكى، مۇخبىرلىقتا ياخشى تەييارلىق بولمىغاندا ياكى ئۇنداق، ياكى مۇنداق كۆلكىگە قالىدىغان ئوسال ئەھۋال كېلىپ چىقىدۇ، تەبىئىي ھالدا مۇنداق مۇخبىرلىقنىڭمۇ مۇۋەپپەقىيەتلىك بولۇشىدىن سۆز ئاچقىلى بولمايدۇ. مۇشۇ نۇقتىدىن قارىغاندا، مۇخبىرلىق ئالدىدىكى تەييارلىقنىڭ ئەھمىيىتى تۆۋەندىكى بىر - قانچە نۇقتىدا ئىپادىلىنىدۇ:

1. مۇخبىرلىق ئالدىدىكى تەييارلىق مۇخبىر بىلەن مۇخبىرلىق ئوبيېكتى ئوتتۇرىسىدىكى ئارىلىقنى يېقىنلاشتۇرىدۇ.

مۇخبىرلىقتا مۇخبىرلار دائىم دېگۈدەك ناتونۇش ئوبيېكتلارغا دۇچ كېلىدۇ. تەييارلىق تولۇق بولغاندا، يەنى مۇخبىر ۋاستىلىك يوللار ئارقىلىق ئوبيېكتنى مەلۇم دەرىجىدە

چۈشەنگەندە، ئوبيېكت بىلەن ئاسان يېقىنلىشالايدۇ، پىكىر ئورتاقلىقىمۇ كۆپىيىدۇ، باشلىنىش نۇقتىسى يۇقىرى بولىدۇ، ھەربىر ئىشتا تەرجىمىھالىنى سۈرۈشتۈرۈپ، يىپىدىن يىڭنىسىگىچە سۆزلەپ، ۋاقتىنى ئىسراپ قىلىشتىن ساقلانغىلى بولىدۇ. ئامېرىكا مۇخبىرى رىبلىن تەنتەربىيە مەيدانىدا داڭلىق چەۋەنداز ئاكىللونى زىيارەت قىلغاندا، بىرىنچى بولۇپ: «سىز ئادەتتە سول ئۈزەڭگىنى ئوڭ ئۈزەڭگىدىن قانچە تۆشۈك ئۈزۈنلۈقتا كونترول قىلىسىز؟» دېگەن سوئالنى سورىغان. بۇ سوئال ئاكىللونىڭ كۈچلۈك قىزىقىشىنى قوزغاپ، بىر سائەتتىن ئارتۇق كەڭ ـ كۇشادە سۆزلەپ بەرگەن. دېمەك، رىبلىن كەسىپ ئەھلىگە خاس سوئال سورىيالىغاچقا، ئىككىسىنىڭ ئوتتۇرىسىدا تېزدىنلا ئورتاق سادا پەيدا بولغان، زىيارەت كۆزلىگەن مەقسەتكە يەتكەن.

2. مۇخبىرلىقتا تەييارلىق بولغاندا، زىيارەتنى پىلانلىق، قەدەم ـ باسقۇچلۇق ئېلىپ بېرىپ، خىزمەت ئۈنۈمىنى ئۆستۈرگىلى بولىدۇ.

مۇخبىرلىق پائالىيىتى دائىم دېگۈدەك باش ـ ئۇچى يوق چىگىچ ئىشلارغا دۇچ كېلىدۇ، ۋاقتى ئىنتايىن زىچ بولىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا پەقەت تەييارلىق تولۇق بولغاندىلا، كۆڭۈلدە سان تۇرغۇزۇپ، مۇھىم نۇقتىنى چىڭ تۇتقىلى بولىدۇ. مۇخبىرمۇ ئۇدۇل كەلگەن يەرگە ئۇسۇپ يۈرۈشتىن خالىي بولالايدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىللە مۇخبىرلىقنىڭ قەدەم ـ باسقۇچىنى ياخشى ئىگىلەپ، ئومۇمىيۈزلۈك ئومۇملاشتۇرۇش ئاساسىدا جانلىق تەڭشەش ئېلىپ بارالايدۇ. مۇخبىرلار پەقەت مۇشۇنداق تەشەببۇسكارلىق ھوقۇقىنى قولغا ئالالىغاندىلا مۇخبىرلىقتىكى ھەربىر ھالقىنى زىچ ماسلاشتۇرۇپ، ھەربىر قەدەمنى پۇختا بېسىپ، تەرتىپلىك ئىلگىرىلەپ، كۆزلىگەن مەقسەتكە يېتەلەيدۇ.

3. تەييارلىق بولغاندا، قىيىنچىلىقتا ياكى تاسادىپىي ئەھۋاللارغا دۇچ كەلگەندە دەرھال تەدبىر قوللانغىلى بولىدۇ.

جەمئىيەت مۇرەككەپ، ئەھۋاللار ئۇزۇكسىز ئۆزگىرىپ تۇرىدۇ، مۇخبىرلىقتا دائىم ئويلىمىغان قىيىنچىلىق ۋە كاشىلىلار ئۇچرايدۇ. بۇنداق رېئاللىق ئالدىدا تەجرىبىلىك مۇخبىرلار تەييارلىق جەريانىدا دۇچ كېلىش ئېھتىمالى بولغان قىيىنچىلىقلارنى ئويلاپ قويىدۇ، ھەتتا قىيىنچىلىقلارنى تېخىمۇ كۆپ تەسەۋۋۇر قىلىدۇ. ئۇلارنىڭ دائىم بىرقانچە خىل تەسەۋۋۇرى، مەسىلىلەرنى ھەل قىلىدىغان بىرقانچە خىل پىلانى بولىدۇ. مۇشۇنداق تەييارلىق بولغاندىلا كۆڭۈل توق تۇرىدۇ، ئاسان مەغلۇپ بولۇشتىن ساقلانغىلى؛ گاڭگىراپ يۈرمەستىن، كۆڭۈلدىكى سان بويىچە دەرھال يېڭى يول تۇتقىلى بولىدۇ.

يىغىپ ئېيتقاندا، مۇخبىرلىقتىكى تەييارلىق مۇخبىرلىق پائالىيىتىنىڭ غەلىبە قىلىشى ياكى مەغلۇپ بولۇشى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك. جۇڭگو ۋە چەت ئەل ئاخبارات تارىخىدىكى كۆزگە كۆرۈنگەن مۇخبىرلارنىڭ ھەممىسى بۇ خىزمەتكە يۇكسەك دەرىجىدە ئەھمىيەت بەرگەن ۋە ئەستايىدىل ئىشلىگەن. ئۇنداق بولسا ياراملىق مۇخبىرلار مۇخبىرلىقتا قايسى جەھەتتىكى تەييارلىقلارنى ئىشلىشى كېرەك؟

1. ئادەتتىكى چاغلاردا ئېلىپ بېرىلىدىغان تەييارلىق.

بۇ كونكرېت مۇخبىرلىق ۋەزىپىسى بولمىغان ئەھۋال ئاستىدا دائىملىق ئېلىپ بېرىلىدىغان تەييارلىق خىزمىتىنى كۆرسىتىدۇ. بىزدە «سۇ كەلگۈچە تۇغان تۇت» دېگەن گەپ بار. مۇخبىرلار ئۆزىگە تەلەپچان بولۇپ، ئادەتتىكى چاغلاردىمۇ ئۆزىگە پۇختا ئاساس سالالىغىنىدا پۇتكۈل مۇخبىرلىق ئىشىدا ياخشى روھىي ھالەتنى ساقلاپلا قالماستىن، جىددىي ۋەزىپىگە دۇچ كەلگەندىمۇ تەمتىرىمەستىن بىمالال كىرىشىپ كېتەلەيدۇ، ئادەتتە قىلغان تەييارلىقلىرى ئالاھىدە رولىنى جارى قىلدۇرىدۇ. بۇنىڭ ئۇچۇن:

1) نەزەرىيە ۋە سىياسەتلەرنى ئۆگىنىپ، سىياسىي سەۋىيەنى ئۆستۈرۈشى لازىم. مۇخبىرلار بىرقەدەر يۇقىرى سىياسىي

نەزەرىيە سەۋىيەسىگە ئىگە بولۇشى ھەمدە سىياسەتلەرنى پۇختا ھەم توغرا ئىگىلىگەن بولۇشى كېرەك. چۈنكى، ماركسىزملىق نەزەرىيە ۋە پارتىيەنىڭ فاڭجېن ـ سىياسەتلىرى بىزنىڭ پۈتكۈل مۇخبىرلىق پائالىيىتىمىزنىڭ قىبلىنەماسى ۋە يېتەكچى ئىدىيەسى بولىدۇ. بىر مۇخبىر ئۆزىنىڭ زىيارەت قىلىش ۋەزىپىسىنى لاياقەتلىك ئورۇنلاش ئۈچۈن، چوقۇم نەزەرىيە سەۋىيەسى ۋە سىياسەت سەۋىيەسىنى ئۈزلۈكسىز ئۆستۈرۈپ ھەم سىياسەتشۇناسلارغا خاس نەزەر ۋە پىكىرگە ئىگە، ھەم سىياسەت جەھەتتە ھوشيار ئادەم بولۇشى كېرەك. ئۇلار مۇكەممەل ئىلمىي نەزەرىيەۋى ئاساسقا ئىگە بولغاندىلا ئەھۋاللارنى توغرا تەھلىل قىلالايدۇ، مەسىلىلەرگە توغرا مۇئامىلە قىلالايدۇ، شەيئىلەرنى توغرا تونۇپ يېتەلەيدۇ. سىياسەت سەۋىيەسى يۇقىرى بولسىلا ئومۇمىي ۋەزىيەتكە مۇناسىۋەتلىك بولغان مۇھىم مەسىلىلەرنى چوڭقۇر قېزىپ چىقالايدۇ، شۇڭا دائىملىق تۈردە نەزەرىيە ۋە سىياسەت ئۆگىنىشكە ھەرگىزمۇ سەل قارىماسلىق لازىم.

2) ئومۇمىي ۋەزىيەتنى چۈشىنىش، ئەھۋاللار بىلەن پىششىق تونۇشۇش لازىم. بىر مۇخبىر ھەقىقىي ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە خەۋەرنى قولغا كەلتۈرۈش ئۈچۈن، چوقۇم جەمئىيەتتىكى ئەھۋاللارنى چۈشىنىشى، ئومۇمىي ۋەزىيەتنى بايقاپ تۇرۇشى، يېڭى يۈزلىنىشلەرنى، يېڭى مەسىلىلەرنى ۋاقتىدا ئىگىلەپ، جەمئىيەتنىڭ ئاساسىي مېلودىيەسىنى ئېنىق بىلىپ تۇرۇشى لازىم. بۇ تەلەپكە يېتىش ئۈچۈن، مۇخبىرلار سىياسەتلەرنىڭ ئىزچىللىشىش ئەھۋالىنى، ئەمەلىي خىزمەتلەردىكى ئاساسلىق زىددىيەت ۋە ئۇلارنىڭ ھەل قىلىنىش ئەھۋالىنى، كادىر ۋە ئاممىنىڭ كەيپىياتىنى، ئۇلار قىزىقىۋاتقان مەسىلىلەرنى ۋە ئوتتۇرىغا چىققان يېڭى تىپلارنى نۇقتىلىق ئىگىلەپ مېڭىشى لازىم.

3) ئەتراپلىق ئۆگىنىپ بىلىم توپلاش كېرەك. مۇخبىرلىقنىڭ خىلمۇخىل كەسپلەرگە تۇتىشىدىغان ئىش

ئىككەنلىكى، مۇخبىرنىڭ ھەممىباب شەخسلەردىن بولۇشى زۆرۈرلۈكى بىزگە چۈشىنىشلىك مەسىلە بولۇپ قالدى. مۇخبىرلىقتا بېشىمغا كەلگەندە بىر ئىش قىلىپ كېتەرمەن دېيىش ئاقىلانە پوزىتسىيە ئەمەس، نانىنمۇ بىر چىشلەم، بىر چىشلەمدىن يېمىسە بولمايدۇ. ئادەتتىكى چاغلاردا پىلانلىق ھالدا ئازراق بولسىمۇ ئۆگىنىپ، بىلىم جۇغلانمىسى ھاسىل قىلىپ مېڭىش كېرەك. بىلىم توپلاشقا ئەھمىيەت بەرگەندە، ۋاقتى كەلگەندە تەشەببۇسكار ئورۇنغا ئۆتكىلى بولىدۇ. ئۆگىنىپ قويغان ئاددىي بىر بىلىممۇ ئاجايىپ رول ئوينايدىغان چاغلار بولىدۇ. شۇڭا، تەبىئىي پەن، ئىجتىمائىي پەن ۋە كەسپكە ئائىت بولغان تۈرلۈك بىلىملەرنى ئۇزۇكسىز ئۆگىنىشكە ھەرگىزمۇ سەل قارىماسلىق كېرەك.

4) ھەر خىل ئىپادىلەش شەكلى ۋە ماھارىتىنى پىششىق ئىگىلەش لازىم. مۇخبىر ئىگىلىگەن ماتېرىياللار ۋە دۇچ كېلىدىغان ئەھۋاللار خىلمۇخىل شەكىل ۋە ژانىردا ئىپادىلەشكە مۇۋاپىق كېلىشى مۇمكىن. بۇنىڭ ئۈچۈن مۇخبىر ئادەتتە ھەر خىل شەكىل ۋە ژانىرلارنىڭ يېزىقچىلىق تەلىپىنى پىششىق ئىگىلىشى، كۆپلەپ مەشىق قىلىپ، قايسى خىل شەكىل توغرا كەلسە، تەمتىرىمەستىن بىمالال قەلەم تەۋرىتەلەيدىغان بولۇش كېرەك. بۇنىڭدىن باشقا، تېلېۋىزىيە ۋە رادىيونىڭ ھەر خىل مۇخبىرلىق قوراللىرىنى ئىشلىتىشنىمۇ ئۆگىنىۋېلىش لازىم.

2. ۋاقىتلىق ئېلىپ بېرىلىدىغان كونكرېت تەييارلىق.

بۇ كونكرېت بىر ئاخبارات يىپ ئۇچىنى ئىگىلىگەندىن كېيىن ياكى ئېنىق مۇخبىرلىق ۋەزىپىسىنى تاپشۇرۇۋالغاندىن كېيىن ئېلىپ بېرىلىدىغان تەييارلىق خىزمىتىنى كۆرسىتىدۇ. ئالدىنقى مەزمۇندا بايان قىلىنغان دائىملىق تەييارلىق مۇخبىرنىڭ ھەرقانداق بىر زىيارەت پائالىيىتى ئۈچۈن ئاساس سالىدىغان خىزمەت بولسا، ۋاقىتلىق ئېلىپ بېرىلىدىغان تەييارلىق بىر قېتىملىق كونكرېت مۇخبىرلىق جەريانىدىكى

مۇھىم بىر ھالقا ھېسابلىنىدۇ. بۇ شۇ قېتىملىق مۇخبىرلىقتا بىۋاستە رول ئوينايدۇ. ۋاقىتلىق ئېلىپ بېرىلىدىغان تەييارلىق تۆۋەندىكى مەزمۇنلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ:

1) شۇ قېتىملىق مۇخبىرلىق ۋەزىپىسى بىلەن مۇناسىۋەتلىك بولغان سىياسەتلەرنى يەنىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا ئۆگىنىش كېرەك. بۇ مۇخبىردىن زىيارەت ۋەزىپىسىنى چۆرىدىگەن ھالدا پارتىيە ۋە ھۆكۈمەتنىڭ مۇناسىۋەتلىك سىياسەتلىرىنى ئەستايىدىل ئۆگىنىپ، روھىي ماھىيىتىنى چوڭقۇر ئىگىلىۋېلىشنى، خەۋەر قىلىش ئىدىيەسىنى، مۇخبىرلىقنىڭ مەقسىتىنى ۋە مۇھىم نۇقتىسىنى يەنىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىشنى تەلەپ قىلىدۇ.

2) مۇخبىرلىق ئوبيېكتى بىلەن تونۇشۇش كېرەك. مۇخبىر مەيلى ئايرىم شەخسنى زىيارەت قىلسۇن، مەيلى بىرەر كوللېكتىپنى زىيارەت قىلسۇن ياكى باشقا شەيئىنى زىيارەت قىلسۇن، چوقۇم ئوبيېكتنى ئالدىنئالا مەلۇم دەرىجىدە چۈشىنىۋېلىشى، كۆپرەك تەتقىق قىلىشى، مۇمكىنقەدەر يۈز كۆرۈشمىگەن قەدىناس دوستلاردەك پاراڭلىشالايدىغان شارائىتنى ھازىرلىشى كېرەك. قايسى مەزمۇنلار بىلەن تونۇشۇش، قايسى دائىرە ۋە قايسى دەرىجىدە تونۇشۇش مەسىلىسىگە كەلسەك، بۇ مۇخبىرلىقنىڭ ئوخشاش بولمىغان مەقسىتى ھەم ئوخشاش بولمىغان زىيارەت ئوبيېكتى تەرىپىدىن بەلگىلىنىدۇ.

زىيارەت ئوبيېكتى بىلەن تونۇشۇشتا، ئادەتتە زىيارەت ئوبيېكتىغا مۇناسىۋەتلىك بولغان ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرى بىلەن تونۇشۇشقا دىققەت قىلىش كېرەك. ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى بىۋاستە ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى ۋە ۋاستىلىك ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى دەپ ئىككىگە ئايرىلىدۇ. بىۋاستە ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى زىيارەت ئوبيېكتىغا مۇناسىۋەتلىك بولغان تارىخىي ۋە رېئال ماتېرىياللارنى كۆرسىتىدۇ. مەسىلەن، ھەر خىل يازما ماتېرىياللار، ئىلگىرى ئېلان قىلىنغان،

ئاڭلىتىلغان خەۋەرلەر. بەزى مۇھىم خەۋەرلەرنىڭ مۇخبىرلىقىدا مۇخبىر يۇقىرىدىكى ماتېرىياللارنى يىغقاندىن سىرت، يەنە مۇناسىۋەتلىك ئورۇنلارغا بېرىپ، ئەھۋالنى بىلىدىغان كىشىلەر بىلەن كۆرۈشۈشى، ئالاقىدار جانلىق ماتېرىياللارغا كۆپرەك ئىگە بولۇشى لازىم. شەخس توغرىسىدىكى زىيارەت بولسا، قارشى تەرەپنىڭ كەچۈرمىشى، مىجەز ـ خاراكتېرى، قىزىقىش ـ ھەۋىسى، تۇرمۇش ئەھۋالى ھەم ئىجتىمائىي مۇناسىۋىتى قاتارلىقلارنىمۇ ئالدىن چۈشىنىشنى قولغا كەلتۈرۈشى كېرەك. ۋاستىلىك ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى بولسا، زىيارەت ئوبيېكتى بىلەن سېلىشتۇرما قىلىشقا ئىشلىتىدىغان مۇناسىۋەتلىك ئىجتىمائىي ئەھۋاللارنى، ئوخشاش ئىدارە ۋە ئوخشاش رايوننىڭ ئەھۋالى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ.

مۇبادا ۋاقىت چەكلىمىسىگە ئىگە بولغان مۇخبىرلىق ۋەزىپىسى بولۇپ قالسا، مەسىلەن، پارتىيە، ھۆكۈمەت رەھبەرلىرىنى، مەشھۇر زاتلارنى زىيارەت قىلىش توغرا كېلىپ قالسا، زىيارەتكە ئېھتىياجلىق بولغان ھەر خىل ماتېرىياللارنى ئالدىن توپلاپ، بۇ ماتېرىياللارنى ياخشى تەھلىل قىلىش، شۇ ئارقىلىق قارشى تەرەپ بىلەن باراۋەر تۇرۇپ سۆزلىشىش سالاھىيىتىگە ئىگە بولۇش كېرەك. شۇنداق قىلغاندىلا، مۇخبىر زىيارەت ۋاقتىدا مۇھىم نۇقتىنى تۇتۇپ تۇرۇپ، ئىخچام، چۈشىنىشلىك، سالمىقى بار ھەم ئەھمىيەتلىك سوئاللارنى سورىيالايدۇ. قىسقا ۋاقىت ئىچىدە ھەر ئىككى تەرەپ رازى بولغۇدەك نەتىجىگە ئېرىشەلەيدۇ.

مۇبادا كەسپچانلىقى ۋە تېخنىكىلىقى كۈچلۈك بولغان مۇخبىرلىق ۋەزىپىسى بولۇپ قالسا، شۇنداقلا خەۋەر قىلىش ۋەزىپىسى قارشى تەرەپنىڭ خىزمەت جەھەتتىكى نەتىجىلىرى بولۇپ قالسا، مۇخبىر چوقۇم شۇ كەسىپ ۋە تېخنىكىغا مۇناسىۋەتلىك بولغان بىلىملەرنى مەلۇم دەرىجىدە ئىگىلىشى، شۇ كەسىپنىڭ مەملىكەت ئىچى ۋە سىرتىدىكى تەرەققىيات

ئەھۋالىدىن خەۋەردار بولۇشى، قارشى تەرەپنىڭ خىزمەتتىكى نەتىجىسى ۋە ئەھمىيىتىنى چۈشىنىشى لازىم. ئۇنداق بولمىغاندا، زىيارەت ئوبيېكتى بىلەن ئورتاق تىل ھاسىل قىلغىلى بولمايدۇ، ھەمدە قارشى تەرەپنى توغرا خەۋەر قىلىش ئۇياقتا تۇرسۇن، سۆزلىگەن سۆزىنىمۇ چۈشىنەلمەيدىغان ئەھۋال كېلىپ چىقىدۇ. مەسىلەن، «شىنجاڭ گېزىتى»نىڭ بىر مۇخبىرى شىنجاڭ ئۇنىۋېرسىتېتى جۇغراپىيە فاكۇلتېتىنىڭ پىروفېسسورى مىجىت خۇدابەردىنى زىيارەت قىلغاندا، دەسلەپتە مىجىت خۇدابەردىنىڭ سۆزلەپ بەرگەنلىرىنى چۈشىنەلمەي گاڭگىراپ ئولتۇرغان، سوئال سوراشقىمۇ ئامالسىز قېلىپ زىيارەتنى مەجبۇرىي توختاتقان. بۇ ئىشتىن كېيىن، مۇخبىر مىجىت خۇدابەردىنىڭ بىرنەچچە ماقالىسىنى ۋە شۇ كەسىپكە ئائىت بىرنەچچە كىتابنى كۆرۈپ چىقىپ، ئىككىنچى قېتىم زىيارەتنى نەتىجىلىك ئېلىپ بېرىشقا مۇۋەپپەق بولالىغان.

3) زىيارەت ئوبيېكتى توغرىسىدا ئىلگىرى يېزىلغان خەۋەرلەرنى ئەستايىدىل تەھلىل قىلىش كېرەك. مۇخبىر زىيارەت ۋەزىپىسىنى تاپشۇرۇۋالغاندىن كېيىن، مۇشۇنىڭغا ئائىت خەۋەرلەرنىڭ يېزىلغان - يېزىلمىغانلىقىنى ئېنىقلاپ تەھلىل قىلىشى كېرەك. ئەگەر بۇرۇن مۇشۇ ھەقتە خەۋەر بېرىلگەن بولسا، ئۇنىڭ قايسى ئۇسۇل، قايسى مەزمۇن، قايسى دائىرىدە بېرىلگەنلىكىنى، يەنە قايسى مەسىلىنى چوڭقۇرلاشتۇرۇش زۆرۈرلۈكىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىش لازىم. شۇنداق قىلغاندىلا، زىيارەتتە ئۆزىگە خاس يېڭى نۇقتىنى ئېرىشكىلى بولىدۇ.

ئىلگىرى يېزىلغان خەۋەرلەرنى تەھلىل قىلىش، بولۇپمۇ داڭلىق شەخسلەرنى، شۇنداقلا كۆپ قېتىم خەۋەر قىلىنغان ئورۇن ۋە ۋەقەلەرنى زىيارەت قىلىشتا ئالاھىدە مۇھىم رولغا ئىگە. ئۇنداق بولمىغاندا، باشقىلار شاما قىلىۋەتكەن نەرسىنى قايتا چايناپ ئولتۇرىدىغان ئەھۋال كېلىپ چىقىدۇ.

4) مۇخبىرلىق پىلانىنى تۈزۈش كېرەك. مۇخبىرلىق پىلانى

مۇخبىرلىق ۋەزىپىسىگە ئاساسەن تۈزۈپ چىقىلىدۇ. شۇڭا، ئوخشاش بولمىغان مۇخبىرلىق ۋەزىپىسى ئۈچۈن تۈزۈلىدىغان مۇخبىرلىق پىلانىمۇ ئوخشاش بولمايدۇ. ئومۇمەن قىلىپ ئېيتقاندا، مۇخبىرلىق پىلانىنىڭ مەزمۇنى مۇنۇلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ: زىيارەتنىڭ مەقسىتى ۋە تەلىپى، زىيارەتنىڭ يېتەكچى ئىدىيەسى، زىيارەتنىڭ دائىرىسى ۋە ئوبيېكتى، زىيارەت قىلىش ۋاقتى ھەم تېمىسى، زىيارەت ۋاقتى، قەدەم ـ باسقۇچى، سوئال مەزمۇنى ۋە ئۇسۇلى قاتارلىقلار. كونكرېت تەتبىقلىغان چاغدا مۇخبىرلىق پىلانى تۆۋەندىكى ئىككى تەرەپتىن تۈزۈلسە بولىدۇ. بىرى، زىيارەت پائالىيىتىنىڭ لايىھەسى، ئۇ، قانچە ئۇزاق ۋاقىت زىيارەت قىلىش، قايسى ئورۇنلارغا بېرىش، قانداق ئادەملەر بىلەن كۆرۈشۈش، زىيارەتنى قايسى شەكىلدە ئېلىپ بېرىش، قانداق پائالىيەتلەرگە قاتنىشىش قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. بۇ خىل پىلان كۆپىنچە ۋاقىتلاردا زىيارەت ئېلىپ بېرىلىدىغان ئورۇنغا يېتىپ بارغاندىن كېيىن مۇناسىۋەتلىك كىشىلەر بىلەن مەسلىھەتلىشىش ئاساسىدا تۈزۈپ چىقىلىدۇ ھەمدە يېڭى ئەھۋاللارغا ئاساسەن ئۆزگەرتىپ تەڭشىلىدۇ. يەنە بىرى، مۇخبىرلىق تېزىسى بولۇپ، ئۇ، سۆزلىشىدىغان مۇھىم نۇقتىلار، مەزمۇنلار ۋە سورىلىدىغان كونكرېت سوئال قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. بولۇپمۇ سوئاللارنى تەييارلىغاندا، خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى ۋە ئەمەلىي ئەھۋالغا ئاساسەن مۇھىم نۇقتىنى ياخشى بېكىتىش كېرەك.

چوڭقۇرلاپ ئېلىپ بېرىلىدىغان بىر قېتىملىق مۇھىم مۇخبىرلىققا نىسبەتەن، مۇخبىر تەييارلايدىغان سوئاللار مۇنداق شەكىلدە بولسا بولىدۇ: بىرىنچى، يېتەكلەش خاراكتېرىدىكى سوئال، يەنى سۆھبەتنى ئاساسىي تېمىغا بۇرايدىغان، ئۆتكۈنچى رول ئوينايدىغان سوئال. ئىككىنچى، ئومۇملاشتۇرۇش خاراكتېرىدىكى سوئال، يەنى ئادەتتىكى، ئومۇمىي ئەھۋاللارنى ئىگىلەشنى مەقسەت قىلىدىغان سوئال. ئۈچىنچى، ماھىيەتلىك

88

سوئال، يەنى مەركىزىي نۇقتىغا بىۋاسىتە چوڭقۇرلاپ كىرىدىغان سوئال. تۆتىنچى، مۇزاكىرىلىشىش خاراكتېرىدىكى سوئال، بۇ خىل سوئال مۇزاكىرىلىشىش يولى ئارقىلىق چوڭقۇرلاپ، ماتېرىيال ئىگىلەشنى مەقسەت قىلىدىغان سوئال بولىدۇ. بەشىنچى، ئۆتكۈر سوئاللار، بۇ زىيارەت ئوبيېكتى بىلەن پايدا ـ زىيان مۇناسىۋىتى بولغان، مۇخبىر زادى سورىمىسا بولمايدىغان پارتلاش خاراكتېرىدىكى سوئال بولىدۇ. ئالتىنچى، ئىسپاتلاش خاراكتېرىدىكى سوئال، بۇ زىيارەت ئوبيېكتىدىن مەلۇم بىر خىل ئەھۋال ياكى ماتېرىيالنى ئىسپاتلاپ بېرىشنى ئۆتۈنىدىغان سوئال بولىدۇ. يەتتىنچى، خۇلاسىلەش خاراكتېرىدىكى سوئال، بۇنداق سوئال ئارقىلىق زىيارەت ئوبيېكتى سۆزلىشىش ئاخىرلىشىشتىن بۇرۇن بىرقۇر ئەسلەپ كۆرۈپ، زۆرۈر مەزمۇنلارنى تولۇقلاشقا دەۋەت قىلىنىدۇ.

5) ماددىي جەھەتتىكى زۆرۈر تەييارلىقنى ئۇنتۇماسلىق كېرەك. بەزى زىيارەتلەر يېقىن ئارىلىقتا ئېلىپ بېرىلسا، بەزى زىيارەتلەر يىراق جايلاردا بولىدۇ، بەزى زىيارەتلەرنىڭ ۋاقتى قىسقا بولسا، بەزى زىيارەتلەرنىڭ ۋاقتى ئۇزاق بولىدۇ، زىيارەت ۋەزىپىسىمۇ خىلمۇخىل بولىدۇ. شۇڭا، مۇخبىر زۆرۈر بولغان ماددىي تەييارلىقلارنى ياخشى ئىشلىشى كېرەك. مەسىلەن، تونۇشتۇرۇش ۋە ئالاقىلەرنى تەييار قىلىش، مۇخبىرلىق خاتىرىسى، قەلەم، كىيىم ـ كېچەك، پۇل ـ بېلەت، تۇرمۇش بۇيۇملىرى قاتارلىقلار. رەسىم تارتىش توغرا كەلگەندە ئاپپارات قاتارلىقلارنى تەكشۈرۈپ تولۇقلىۋېلىشى، رادىيو ۋە تېلېۋىزىيە مۇخبىرلىرى ئۈنئالغۇ، سىنئالغۇ، لېنتا قاتارلىقلارنى ياخشى تەكشۈرۈشى كېرەك. بۇنىڭغا سەل قارىغاندا، كۈتۈلمىگەن ئەھۋال يۈز بېرىپ قالسا، مۇخبىر ئوسال ئەھۋالغا چۈشۈپ قالىدىغان ئىش يۈز بېرىپ قالىدۇ.

يۇقىرىدا بايان قىلىنغان كونكرېت تەييارلىق مەزمۇنلىرىنى ۋاقىت يېتەرلىك بولغان ئاستىدا مۇخبىرلار ئەستايىدىل

بولسىلا ئورۇنلاپ كېتەلەيدۇ. لېكىن، ئۇشتۇمتۇت يۈز بېرىدىغان ئەھۋاللارنى زىيارەت قىلىشتا ئەلۋەتتە بۇنداق كۆپ تەييارلىقلارنى قىلىپ كەتكىلى بولمايدۇ. بۇنىڭدا مۇخبىرنىڭ ئادەتتىكى چاغلاردا تىرىشىپ تەجرىبە توپلىشىغا ھەم چاققان ماسلىشالايدىغان ئىقتىدارىغا تايىنىش كېرەك.

تۆتىنچى پاراگراف ماتېرىيال ئىگىلەش ۋە پىششىقلاپ ئىشلەش

ئاخبارات مۇخبىرلىقىنىڭ ئاساسىي ۋەزىپىسى ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە بولغان پاكىتلارنى ئىگىلەشتىن ئىبارەت. ئاخبارات پاكىتى بولسا ئادەم، ۋاقىت، ئورۇن، ۋەقە، مۇھىت، شارائىت قاتارلىق ئامىللارنى ئۆز ئىچىگە ئالغان ماتېرىياللاردىن تەشكىل تاپىدۇ. پەقەت مۇشۇ تەرەپتىكى ماتېرىياللارنى تولۇق قولغا كەلتۈرگەندىلا، ئاندىن كونكرېت ئاخبارات پاكىتلىرىغا ئېرىشكىلى بولىدۇ. شۇڭا، ئاخبارات پاكىتلىرىنى ئىگىلەش پۈتكۈل ئاخبارات مۇخبىرلىق پائالىيىتىنىڭ مەركىزىي ھالقىسى دەيمىز.

ئەمەلىي مۇخبىرلىق پائالىيىتى جەريانىدا، مۇخبىرلارنىڭ ماتېرىيال ئىگىلەش ۋاسىتىسى خىلمۇخىل بولىدۇ. بىرەر ئورۇنغا مۇخبىرلىققا بارغاندا ئالدى بىلەن ئەتراپتىكى مۇھىتنى كۆرۈپ، ئاندىن يۇقىرىدىن تۆۋەنگە قاراپ ئالدى بىلەن رەھبەرلىكنى، كېيىن ئاممىنى زىيارەت قىلسىمۇ بولىدۇ ياكى تۆۋەندىن يۇقىرىغا قاراپ، ئالدى بىلەن ئاممىنى، كېيىن رەھبەرلىكنى زىيارەت قىلسىمۇ بولىدۇ. زىيارەت ئۇسۇلىدا ئايرىم سۆزلەشسىمۇ، سۆھبەت يىغىنى ئۇيۇشتۇرسىمۇ، بىر ياقتىن كۆرۈپ، بىر ياقتىن سۆھبەتلەشسىمۇ، سالاھىيىتىنى يوشۇرۇپ تۇرۇپ زىيارەت ئېلىپ بارسىمۇ بولىدۇ. لېكىن، قايسى

خىل ۋاستە ۋە ئۇسۇل قوللىنىشتىن قەتئىينەزەر، ماتېرىيال ئىگىلەش خىزمىتىنى ياخشى ئىشلەش ئۈچۈن، تۆۋەندىكى ئاساسىي تەلەپلەرگە ئەمەل قىلىش لازىم:

1. مۇمكىنقەدەر ماتېرىياللارنى ئەتراپلىق ئىگىلەش ھەم بىرىنچى قول ماتېرىيالنى ئىگىلەش كېرەك.

ماتېرىياللارنى ئەتراپلىق ئىگىلەش ئۈچۈن، تۆۋەندىكى تەرەپلەرگە ئەھمىيەت بېرىشكە توغرا كېلىدۇ:

1) ئومۇمىي ئەھۋالنى چۈشىنىپ، يىغىنچاقلانغان ماتېرىياللارنى قولغا كەلتۈرۈش كېرەك. بۇ بىرەر شەيئىنى خەۋەر قىلىشتا مۇخبىردىن كۈتۈلىدىغان ئەقەللىي شەرت بولۇپ، ئۇ خەۋەر قىلىش ئوبيېكتىنىڭ ئاساسىي ئەھۋالىنى ۋە ئومۇمىي قىياپىتىنى چۈشىنىشنى كۆرسىتىدۇ. بۇنىڭدا مۇخبىر شۇ ئورۇندىكى رەھبەرلەرنى ئومۇمىيۈزلۈك ئەھۋال تونۇشتۇرۇشقا تەكلىپ قىلىسىمۇ، فۇنكسىيەلىك ئورۇن ۋە كەسپىي تارماقلاردىكى مۇناسىۋەتلىك كىشىلەردىن بىرقەدەر كونكرېت ماتېرىياللارنى ئىگىلىسىمۇ ياكى زىيارەت دائىرىسى ئىچىدە ئايلىنىپ كۆرۈپ، ھېسسىي ماتېرىياللارنى ئىگىلىسىمۇ بولىدۇ. چۈنكى، خەۋەر قىلىش دائىرىسىنىڭ قانچىلىك بولۇشى ۋە ئىشلىتىلىدىغان ماتېرىيالنىڭ ئاز ياكى كۆپ بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، شەيئى توغرىسىدا ئەتراپلىق ۋە توغرا تونۇشنى قولغا كەلتۈرۈش ئالدىنقى شەرت.

2) ئاساسىي پاكىتنى تۇتۇپ، تايانچ ماتېرىياللارغا ئىگە بولۇش كېرەك. ئومۇمىيۈزلۈك ئەھۋاللارنى ئىگىلەش جەريانىدا ئاساسىي پاكىت ياكى ئاساسىي مەسىلە ئوتتۇرىغا چىقىدۇ. بۇنداق ئاساسىي پاكىت ياكى مەسىلە كۆپىنچە ھاللاردا شەيئىلەرنىڭ ئاساسىي زىددىيىتىنىڭ ئىنكاسى ياكى شەيئىنىڭ ماھىيىتىنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىدىغان مەلۇم بىر كونكرېت پاكىت بولۇشى مۇمكىن. بۇ شەيئىنى تونۇش ھەم خەۋەر قىلىشتىكى ئاساسلىق ماتېرىيال بولىدىغانلىقى ئۈچۈن، مۇخبىر ئۇنىڭ پەيدا بولۇشى،

تەرەققىياتى ھەم سەۋەب ـ نەتىجە مۇناسىۋەتلىرىنى تولۇق تەكشۈرۈپ، ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىشى لازىم.

3) تەپسىلات ماتېرىياللىرىنى چوڭقۇر قېزىش كېرەك. بىز بۇ يەردە دەۋاتقان تەپسىلات ماتېرىياللىرى ئاساسىي پاكىتنى ئېچىپ بېرىدىغان تىپىك دېتاللارنى كۆرسىتىدۇ. تەپسىلات ماتېرىياللىرى خەۋەر قىلىش ئوبيېكتىنىڭ ماھىيەتلىك خۇسۇسىيەتلىرىنى جانلىق ھەم چوڭقۇر ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىش بىلەن بىللە، خەۋەرنىڭ قايىل قىلىش كۈچىنى ھەم تەسىرچانلىقىنى ئاشۇرىدۇ.

ۋاھالەنكى، تەپسىلات ماتېرىياللىرى كۆپىنچە كىشىلەرنىڭ نەزىرىدىن ساقىت قىلىنىدۇ ھەمدە كۆزنى يۇمۇپ ـ ئاچقۇچە ئۆتۈپ كېتىدۇ، ئۇنى ئىگىلەش ئانچە ئاسانغا توختىمايدۇ. لېكىن، مۇخبىر سەزگۈر بولۇپ، كۆڭۈل قويىدىغانلا بولسا ھەم كۈچ سەرپ قىلىشقا ئېرىنمەيدىغانلا بولسا، ئېسىل تەپسىلاتلارغا ئېرىشەلەيدۇ.

4) ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرىنىمۇ توپلاش كېرەك. بىر پارچە ياخشى خەۋەر يېزىش ئۈچۈن، ھامان زۆرۈر بولغان ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرى كېرەك بولىدۇ. مۇخبىر زىيارەتنىڭ تەييارلىق باسقۇچىدا ئىگە بولغان ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرى ئاساسىدا، داۋاملىق كەڭ تۈردە ئىزدىنىشى، خەۋەر قىلىش ئوبيېكتىغا دائىر يازما ماتېرىياللارنى ۋە باشقا تەييار ماتېرىياللارنى ئىمكانقەدەر تولۇق قولغا كەلتۈرۈشى لازىم.

5) بىرىنچى قول ماتېرىيالنى ئىگىلەش قولغا كەلتۈرۈش كېرەك. بىرىنچى قول ماتېرىيال مۇخبىرنىڭ ھېچقانداق ۋاستىچى بولمىغان ئەھۋال ئاستىدا ئوبيېكتىپ شەيئىلەردىن ۋە ۋەقە نەق مەيدانىدىن بىۋاستە ئېرىشكەن ماتېرىيالنى كۆرسىتىدۇ. ئۇ مۇخبىر بىۋاستە كۆزىتىش ئارقىلىق قولغا كەلتۈرگەن پاكىتلارنى ھەم ئېرىشكەن ماددىي ئىسپات ماتېرىياللىرىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ.

بىرىنچى قول ماتېرىيال پاكىت مەنبەسىگە ئەڭ يېقىن بولۇپ، ئىككىنچى، ئۈچىنچى قول ماتېرىيالغا قارىغاندا ئىشەنچلىك بولىدۇ ھەمدە ۋاستىلىك ماتېرىياللارنى تەكشۈرۈپ ئىسپاتلايدىغان ئاساس بولالايدۇ. بۇنىڭدىن باشقا، ئۇ بىرقەدەر ئوبرازلىق، جانلىق بولىدىغان بولغاچقا، نۇرغۇن تەجرىبىلىك مۇخبىرلار بىرىنچى قول ماتېرىيالنى ئىگىلەشكە ئىنتايىن ئەھمىيەت بېرىدۇ ھەمدە ئۇنى مۇخبىرلارنىڭ ئۆزىگە خاس مۇستەقىل، ئۇنۇملۇك خىزمەت ئېلىپ بارالايدىغان - بارالمايدىغانلىقىنىڭ مۇھىم بىر بەلگىسى دەپ قارايدۇ.

مۇخبىرلارنىڭ بىرىنچى قول ماتېرىيالنى ئىگىلەشكە ئەھمىيەت بېرىشىنى تەكىتلىگەنلىك، ھەرگىزمۇ ۋاستىلىك ماتېرىياللارنى ئىگىلەشكە سەل قارىسىمۇ بولىدۇ ياكى ۋاستىلىك ماتېرىياللار كېرەك قىلىنمايدۇ دېگەندىن دېرەك بەرمەيدۇ. مۇخبىرلىق ئەمەلىيىتىدە مۇخبىر ھەممىشە ھەممە ئىشتا تەخ بولۇپ تۇرالىشى ھەم شەخسەن قاتنىشالىشى مۇمكىن بولمايدىغان ئىش. شۇڭا، ئۇ زور مىقداردىكى ۋاستىلىك ماتېرىياللارنى ئىگىلەش ۋە ئىشلىتىشتىن خالىي بولالمايدۇ. يەنە بىر تەرەپتىن ئالغاندا، ۋاستىلىك ماتېرىيال ئوتتۇرىلىقتىكى ھالقىلارنىڭ پىششىقلىشىدىن ئۆتۈپ، ئاسان ئۆزگىرىپ كېتىدىغان تەرىپى بولسىمۇ، لېكىن بۇ خىل پىششىقلاپ ئىشلەش ئىلمىي ۋە توغرا بولىدىغانلا بولسا، ئۇ تېخىمۇ تولۇقلىنىپ، خىللىنىپ، ئوبيېكتىپ شەيئىنىڭ ماھىيىتىنى تېخىمۇ چوڭقۇر ھەم بىۋاستە ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرەلەيدىغان جازىبىلىك ماتېرىيالغا ئايلىنىشى مۇمكىن. ھەتتا بەزى چاغلاردا ۋاستىلىك ماتېرىيال مۇخبىرنىڭ بىرىنچى قول ماتېرىيالغا قارىغاندا تېخىمۇ نوپۇزلۇق بولىدۇ.

2. ماتېرىياللارنى تەھلىل قىلىپ پىششىقلاشقا ئەھمىيەت بېرىش كېرەك.

زىيارەت ئارقىلىق ئېرىشكەن ماتېرىيال گەرچە پاكىتنى

ئەكس ئەتكۈزۈپ بەرسىمۇ، لېكىن ئۇ پاكىتنىڭ ئۆزى بولالمايدۇ. بەزى چۇۋالچاق، كېرەكسىز ماتېرىياللار ئاخبارات پاكىتلىرىنى غۇۋالاشتۇرۇپ قويىدۇ. بەزى پۇچەك ھادىسىلەر، قىياسەن ماتېرىيال شەيئىنىڭ ماھىيەتلىك ئەھمىيىتىنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرەلمەيدۇ، تولۇق بولمىغان تارماق ماتېرىياللار بولسا پەقەت پايدىلىنىش رولىغىلا ئىگە بولىدۇ. شۇڭا، ماتېرىيال ئىگىلەش جەريانى يەنە ماتېرىياللارنى تەھلىل قىلىپ پىششىقلاش جەريانىنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئېلىشى كېرەك.

ماتېرىياللارنى تەھلىل قىلىپ پىششىقلاپ ئىشلەش تۆۋەندىكى ئۈچ تەرەپتىن ئېلىپ بېرىلىدۇ:

1) ماتېرىيالنىڭ ھەقىقىيلىقىنى ئىسپاتلاش.

بۇ ماتېرىياللارنى پىششىقلاپ ئىشلەشتىكى ئالدىنقى قاتاردىكى خىزمەت. ئەگەر ماتېرىيالنىڭ ھەقىقىيلىقى جەزملەشتۈرۈلمىگەندە، باشقا ھەرقانداق پىششىقلاپ ئىشلەشمۇ ئەھمىيەتسىز بولۇپ چىقىدۇ. ماتېرىيالنى ئىسپاتلاشتا دائىم قوللىنىدىغان ئۇسۇل: بىرىنچى، مەنبەسىنى ئىزدەش. مۇخبىر زىيارەت داۋامىدا ئېرىشكەن ماتېرىياللارنىڭ، بولۇپمۇ ۋاستىلىك ئېرىشكەن ماتېرىياللارنىڭ ئىمكانقەدەر ئەسلىي مەنبەسىنى ئىزدەپ تېپىش كېرەك. مەسىلەن، ئىستاتا ئېلىنغان سۆزلەرنىڭ ئەسلىي ماتېرىيالىنى تېپىش؛ بىرىنچى قول ماتېرىيالغا ئىگە ئادەمنى تېپىپ، قولدىن ـ قولغا ئۆتكەن ماتېرىيالنى ئىسپاتلاش؛ ئىمكانقەدەر ۋەقە يۈز بەرگەن نەق مەيدانغا بېرىپ، ماتېرىيال بىلەن نەق مەيداندىكى ئەھۋالنى بىرلەشتۈرۈش لازىم. ئىككىنچى، ماددىي ئىسپاتنى تېپىش. ئادەتتىكى ئەھۋالدا ئاغزاكى ماتېرىيالنىڭ ئىشەنچلىك دەرىجىسى يازما ماتېرىيالغا يەتمەيدۇ. يازما ماتېرىيالنىڭ ئىشەنچلىك دەرىجىسى ماددىي ئىسپاتقا يەتمەيدۇ. شۇڭا، ئىمكانقەدەر ماددىي ئىسپاتلارنى ئىزدەپ تېپىپ، باشقا ماتېرىياللارنى دەلىللەش كېرەك. ئۈچىنچى، كۆپ تەرەپتىن ئىسپاتلاش. ئەگەر پاكىت

ئىلگىرى يۈز بەرگەن بولۇپ، مەسىلىنى چۈشەندۈرۈپ بېرەلەيدىغان ھېچقانداق ماددىي ئىسپات قالدۇرۇلمىغان بولسا، ھەر خىل تەرەپتىكى ئادەملەرنى ئىزدەپ، مەلۇم بىر ماتېرىيالنى ھەر خىل نۇقتىدىن ئىسپاتلاش ئۇسۇلىنى قوللىنىش كېرەك. ئۈچىنچى، مەنتىقىي جەھەتتىن ھۆكۈم قىلىش. ئىسپاتلاش جەريانىدا سىرتقى ماتېرىياللارغا تايىنىپ قالغان بىلەنلا بولمايدۇ، يەنە مەنتىقىي جەھەتتىن ھۆكۈم قىلىشقىمۇ ماھىر بولۇش كېرەك. بەشىنچى، تېخنىكىلىق تەكشۈرۈشتىن ئۆتكۈزۈش. بۇ ماددىي ئىسپاتلارنى تەجرىبە قىلدۇرۇش، نەتىجىلەرنى باھالىتىش، نوپۇزلۇق زاتلارنىڭ پىكرىنى ئېلىش قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ.

2) ماتېرىيالنىڭ ئەتراپلىق بولغان ـ بولمىغانلىقىنى پەرق ئېتىش.

بىر شەيئىنى خىلمۇخىل نۇقتا ۋە ئامىللاردىن كۆزىتىشكە بولىدۇ. ماتېرىيال ئەتراپلىق بولمىسا، مۇكەممەل تونۇشقا ئىگە بولغىلى بولمايدۇ. شۇڭا، مۇكەممەل ماتېرىيالغا ئىگە بولۇش ئۈچۈن ئالدى بىلەن ئىجابىي تەرەپتىكى ماتېرىيالنىمۇ، سەلبىي تەرەپتىكى ماتېرىيالنىمۇ ئىگىلەش؛ نۇقتىدىكى ماتېرىيالنىمۇ، دائىرىدىكى ماتېرىيالنىمۇ ئىگىلەش؛ رېئال ماتېرىيالنىمۇ، تارىخىي ماتېرىيالنىمۇ ئىگىلەش؛ ئاساسى بولغان ماتېرىيالنىمۇ، ئاساسى بولمىغان ماتېرىيالنىمۇ ئىگىلەش، ئومۇملاشتۇرۇلغان ماتېرىيالنىمۇ، تەپسىلىي ماتېرىيالنىمۇ ئىگىلەش؛ ھېسسىي ماتېرىيالنىمۇ ھەم ئىدراكىي ماتېرىيالنىمۇ ئىگىلەش زۆرۈر. ئەلۋەتتە، ھەر قېتىملىق مۇخبىرلىقتا يۇقىرىدا تىلغا ئېلىنغان ماتېرىيالنىڭ ھەممىسى جەزمەن تولۇق ئىگىلىنىشى لازىم دېگەن تەلەپنى قويغىلى بولمايدۇ. بۇنداق تەلەپ رېئال ئەمەس ھەم ئۇنداق قىلىشنىڭمۇ زۆرۈرىيىتى يوق. لېكىن، بىر قېتىملىق كونكرېت مۇخبىرلىققا نىسبەتەن ئېيتقاندا، مۇخبىرلىق ۋەزىپىسىنىڭ ئېھتىياجى ۋە تەلىپىگە ئاساسەن، ماتېرىيال

قانچىكى ئەتراپلىق ئىگىلەنسە، شۇنچە ياخشى بولىدۇ.

3) ماتېرىيالنىڭ چوڭقۇر بولغان ـ بولمىغانلىقىغا ھۆكۈم قىلىش.

ماتېرىيالنىڭ چوڭقۇر بولغان ـ بولمىغانلىقى ماتېرىيالنىڭ شەيئىنى ئەكس ئەتكۈزۈش دەرىجىسىنىڭ چوڭقۇر ـ تېيىزلىقىغا قارىتىلغان. ماتېرىيال قانچىكى چوڭقۇر بولغانسېرى، مۇخبىر شەيئىنى شۇنچە چوڭقۇر چۈشىنىپ يېتىدۇ. ماتېرىيال ئاددىيلىكچە بولۇپ قالسا، تونۇشمۇ شەيئىنىڭ تاشقى كۆرۈنۈشىدە لەيلەپ قالىدۇ.

ماتېرىيالنىڭ چوڭقۇر بولغان ـ بولمىغانلىقىغا ھۆكۈم قىلىشتا، ماتېرىيالنىڭ شەيئىلەردىكى ھادىسىنى كۆرسىتىپ بېرىپلا قالماستىن، ئۇنىڭ ماھىيىتىنى توغرا ئەكس ئەتكۈزۈپ بەرگەن ـ بەرمىگەنلىكىگە، شۇنداقلا يەنە ماتېرىيالنىڭ تىپىكلىك دەرىجىسىگە قاراش كېرەك. ماتېرىيال تىپىك ھەم ۋەكىل خاراكتېرىگە ئىگە بولغاندىلا، شەيئىنىڭ ماھىيەتلىك خۇسۇسىيىتىنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىش ئىمكانىيىتىنى يارىتىلى بولىدۇ.

بەشىنچى باب زىيارەت قىلىش

مۇخبىرلىق ئۇسۇلى (1)

بىرىنچى پاراگراف زىيارەت ۋە زىيارەتنىڭ ئەھمىيىتى

زىيارەت قىلىش ئاغزاكى زىيارەت ياكى سۆھبەتلىشىش دەپمۇ ئاتىلىدۇ. ئۇ مۇخبىرلارنىڭ ئايرىم سۆھبەتلىشىش يولى ئارقىلىق زىيارەت ئوبيېكتلىرىدىن ئاخبارات خام ماتېرىياللىرىغا ئىگە بولۇشتىكى بىر خىل مۇخبىرلىق ۋاستىسىدىن ئىبارەتتۇر. توقسان پىرسەنت خەۋەرلەرنىڭ بىر قىسمى ياكى ھەممىسى باشقىلاردىن سوئال سوراش ئۇسۇلى، يەنى زىيارەت قىلىش ئۇسۇلى ئاساسىدا يېزىپ چىقىلىدۇ. دېمەك، ئايرىم زىيارەت قىلىش مۇخبىرلىق ئۇسۇللىرى ئىچىدە ئەڭ ئومۇمىيۈزلۈك قوللىنىلىدىغان بىر خىل ئۇسۇل.

زىيارەت ـــ مۇخبىر بىلەن زىيارەت ئوبيېكتى يۈزمۇيۈز مۇناسىۋەتلىشىدىغان بىر ئىش. بۇ يۈزمۇيۈز زىيارەتتە مۇخبىر بىر تەرەپتىن، زىيارەت داۋامىدىكى ئۆزىنىڭ سۇبيېكتىپ پائالىيەتچانلىقىنى، ئەقىل - پاراستىنى تولۇق جارى قىلدۇرالايدۇ، يەنە بىر تەرەپتىن، زىيارەت مۇخبىرنىڭ سەۋىيەسى ۋە ساپاسىنى قاتتىق سىنايدۇ، مۇخبىرنىڭ ئاساسىي ماھارىتى پىششىق بولمىسا، زىيارەتتە ناھايىتى تېزلا چاندۇرۇپ قويىدۇ.

زىيارەت جەريانىدا مۇخبىر بىلەن زىيارەت ئوبيېكتى پەۋقۇلئاددە كىشىلىك مۇناسىۋەتنى ئىپادىلەيدۇ. مۇخبىر زىيارەتتە يېتەكچى رولغا ئىگە بولۇپ، ئۇ زىيارەت ئوبيېكتىدىن ماتېرىيال ئالىدۇ. زىيارەت ئوبيېكتى بولسا سۆھبەت بايان

قىلغۇچى ئاساسىي شەخس بولۇپ، ئۇ مۇخبىرنى ماتېرىيال بىلەن تەمىنلەيدۇ. زىيارەتنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك بولۇش - بولماسلىقى دەل مۇشۇ «ئېلىش» بىلەن «تەمىنلەش»نىڭ مۇناسىۋىتىنى ياخشى بىر تەرەپ قىلىشتا.

زىيارەت ئاخبارات ماتېرىياللىرىنى قېزىشنى مەقسەت قىلغان سۆھبەتلىشىشتۇر. دېمەك، ئۇ پەۋقۇلئاددە مەقسەتكە ئىگە. دەل مۇشۇ پەۋقۇلئاددە مەقسەت ئۇنى ھەرقانداق شەكىلدىكى سۆھبەتتىن پەرقلەندۇرۇپ تۇرىدۇ. نۇرغۇن ۋاقىتلاردا مۇخبىر زىيارەت ئوبيېكتى بىلەن ئادەتتىكى ئىشلار ئۈستىدە پاراڭلاشقاندەك كۆرۈنىدۇ، لېكىن ئۇ ماھىيەتتە ھەرگىزمۇ قۇرۇق پاراڭلىشىش ئەمەس، بۇ پاراڭنىڭ ياخشى - يامان بولۇشى ئالاھىدە ئەھمىيەتكە ئىگە، ئۇ مۇخبىرنىڭ زىيارەت شەكلى ۋە ماھارىتىنى ئىگىلەشتىكى مۇھىم بىر نۇقتىسى.

زىيارەت پۇتكۇل مۇخبىرلىق خىزمىتى جەريانىدىكى مۇشەققەتلىك بىر خىزمەت ھەم سەۋىيە تەلەپ قىلىدىغان بىر سەنئەت، «يېزىق ئىقتىدارى كۈچلۈك بولمىسىمۇ ياراملىق مۇخبىر بولغىلى بولىدۇ، زىيارەت قىلىشقا ماھىر بولمىغانلار ياخشى مۇخبىر بولالمايدۇ».① ئۇنداق بولسا، زىيارەت قانداق ئەھمىيەتكە ئىگە؟

1. زىيارەت — مۇخبىرلىقتىكى زۆرۈر جەريان.

مۇخبىرلىق ئارقىلىق ئېرىشمەكچى بولغان ماتېرىياللارنىڭ كۆپىنچىسى، ئۇنىڭ ئۈستىگە ناھايىتى مۇھىملىرى زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ كۆڭلىدە ساقلاقلىق بولىدۇ. مۇخبىر زىيارەت ئوبيېكتى بىلەن سۆھبەتلىشىپ ئۇنىڭدىن گەپ ئالمىسا، بۇ ماتېرىياللارنى قولغا كەلتۈرگىلى بولمايدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە مۇخبىرلىق پائالىيىتىنىڭ بىر پۈتۈن جەريانىدىن قارىغاندىمۇ، مۇخبىرلىقتىكى ھەرقايسى ھالقىلار ئۇنداق ياكى مۇنداق

① جېك مايلون: «قانداق قىلغاندا ياخشى مۇخبىر بولغىلى بولىدۇ»، 80 - بەت.

شەكىلدە زىيارەتتىن ئىبارەت بۇ بىر جەرياندىن ئايرىلالمايدۇ.

2. زىيارەت مۇخبىرنىڭ پاكىتلارنى چوڭقۇر قېزىشىغا ياردەم بېرىدۇ.

مۇخبىر زىيارەت جەريانىدا ئوبيېكت بىلەن سۆزلىشىش ئارقىلىق ئادەتتىكى پاكىتلىق ماتېرىياللارغا ئىگە بولۇپلا قالماستىن، ئوبيېكتنىڭ ئىچكى دۇنياسىغا ئائىت مول ۋە چوڭقۇر ماتېرىياللارنىمۇ قولغا كەلتۈرەلەيدۇ. رېئال تۇرمۇشتىكى ئاسان پەرق ئەتكىلى بولمايدىغان ھەم ھادىسە كەينىگە يوشۇرۇنغان چوڭقۇر ئەھمىيەتلىك ماتېرىياللارنىمۇ ئايرىم زىيارەت قىلىش ئارقىلىق قولغا كەلتۈرۈشكە توغرا كېلىدۇ.

3. زىيارەت قىلىشقا ماھىر بولغاندىلا ياراملىق مۇخبىر بولغىلى بولىدۇ.

مۇخبىر ھەقىقىي مەنىسىدىن ئالغاندا ئىجتىمائىي پائالىيەتچىدۇر. ئۇنىڭ پۈتكۈل مۇخبىرلىق پائالىيىتى كىشىلەر بىلەن ئالاقىلىشىش، پاراڭلىشىش يولى ئارقىلىق بولىدۇ. پاراڭلىشىشقا ماھىر بولمىغان ئادەم زىيارەتمۇ قىلالمايدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە كۆپىنچە خەۋەرلەرنىڭ ماتېرىياللىرى زىيارەت قىلىش ئارقىلىق قولغا كېلىدىغان بولغاچقا، زىيارەت قىلىشنى بىلمىگەن مۇخبىر خەۋەرچىلىك ۋەزىپىسىنىمۇ ئادا قىلالمايدۇ. شۇڭا، زىيارەت قىلىشقا ماھىر بولۇش ياراملىق مۇخبىر بولۇشنىڭ مۇھىم بىر شەرتى.

ئىككىنچى پاراگراف قانداق قىلغاندا مۇۋەپپەقىيەتلىك زىيارەت قىلغىلى بولىدۇ؟

زىيارەتنىڭ تۈرى خىلمۇخىل بولىدۇ. مەزمۇن جەھەتتىن ئايرىغاندا، شەخسلەرنى ئاساس قىلغان زىيارەت، ۋەقەنى ئاساس

قىلغان زىيارەت، تەجرىبىنى ئاساس قىلغان زىيارەت، مەسىلىنى ئاساس قىلغان زىيارەت ھەم ساياھەت شەكلىدىكى يېڭى قىياپەت، يەرلىك مەنزىرە، داڭلىق ئاسارئەتىقىلەرنى ئەكس ئەتكۈزۈشنى ئاساس قىلغان زىيارەت دەپ بەش تۈرگە بۆلۈنىدۇ. شەكىل جەھەتتىن ئايرىغاندا، نەق مەيداندا زىيارەت قىلىش، يەنى، ئاخباراتلىق ۋەقە يۈز بەرگەن نەق مەيداندا مۇناسىۋەتلىك شەخس بىلەن سۆزلىشىش؛ رەسمىي زىيارەت قىلىش، يەنى زىيارەت ئوبىيېكتى بىلەن ئالدىن پۈتۈشۈپ زىيارەت قىلىش؛ غەيرىي رەسمىي زىيارەت قىلىش، يەنى توغرا كېلىپ قالغاندا تەرەپبال زىيارەت قىلىش دەپ ئۈچ تۈرگە بۆلۈنىدۇ. مەيلى قايسى تۈردىكى زىيارەت بولسۇن، ئۇنى مۇۋەپپەقىيەتلىك ئېلىپ بېرىشتا تۆۋەندىكى نۇقتىلارغا ئەھمىيەت بېرىش لازىم:

1. زىيارەت ئوبىيېكتىنى مۇۋاپىق تاللاش كېرەك.

زىيارەت قىلىش ئۈچۈن مۇئەييەن ئوبىيېكت بولۇشى كېرەك، ئوبىيېكت بولغاندىمۇ، مۇۋاپىق ئوبىيېكت بولۇشى كېرەك. قانداق كىشىلەر زىيارەتنىڭ مۇۋاپىق ئوبىيېكتى بولالايدۇ؟ داڭلىق ئاخباراتشۇناس ئەي فېڭ مۇۋاپىق زىيارەت ئوبىيېكتلىرى چوقۇم «ئەھۋالنى بىلىدىغان»، «سۆزلىشىشنى خالايدىغان»، «ئىپادىلەشكە ماھىر» كىشىلەر بولۇشى كېرەك، دەپ قارايدۇ. بۇنىڭ ئىچىدە ئەڭ مۇھىمى «ئەھۋالنى بىلىدىغان» كىشىلەر بولۇشى كېرەك. مۇشۇنىڭغا ئاساسلانغاندا، تۆۋەندىكى كىشىلەر «ئەھۋالنى بىلىدىغان» ھەم «پىكىر بايان قىلىش ھوقۇقىغا ئىگە» ئوبىيېكتلار ھېسابلىنىدۇ.

1) زىيارەت قىلماقچى بولغان پاكىتقا بىۋاستە ئالاقىدار بولغان كىشىلەر، ۋەقەگە بىۋاستە قاتناشقۇچىلار ياكى ۋەقەنى ئۆز كۆزى بىلەن كۆرگۈچىلەر، ياكى بولمىسا مەلۇم تەرەپتىكى ئەھۋالنى ئەڭ ياخشى بىلىدىغان كىشىلەر. ئادەتتە بۇنداق ئوبىيېكتلار مۇخبىرلارنى كونكرېت، ئىشەنچلىك ھەم توغرا پاكىتلار بىلەن تەمىنلىيەلەيدۇ. شۇڭا، مۇخبىرلار مۇمكىنقەدەر

مۇشۇنداق ئوبيېكتلارنى ئىزدەپ تېپىشى لازىم.
دەرۋەقە، پاكىتقا ئالاقىدار بولغان بەزى كىشىلەر مۇخبىر زىيارەت قىلىدىغان چاغدا ئالەمدىن ئۆتكەن بولىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا مۇخبىر ئىمكانقەدەر ئاشۇ ئاخباراتلىق شەخسنىڭ قالدۇرۇپ كەتكەن ماددىي نەرسىلىرىنى يىپ ئۇچى قىلىپ تۇرۇپ ماتېرىيال قېزىشى، نۇقتىلىق ھالدا ئۇلارنىڭ ئۇرۇق ـ تۇغقانلىرىدىن، خىزمەتداشلىرىدىن ۋە ئۇلار بىلەن كۆپرەك مۇناسىۋەت قىلغان كىشىلەردىن ئەتراپلىق ماتېرىيال ئىگىلىشى لازىم.
2) مەسىلىگە ئالاقىدار بولغان مۇتەخەسسىسلەر، ئالىملار، رەھبەرلەر ۋە نوپۇزلۇق زاتلار. خەۋەر قىلماقچى بولغان بەزى مەسىلىلەرنىڭ كەسپچانلىقى بىرقەدەر كۈچلۈك بولىدۇ، بەزى مەسىلىلەرگە پەقەت شۇ ساھەگە مەسئۇل رەھبەرلەرلا جاۋاب بېرەلەيدۇ، بۇلار پىكىر بايان قىلىشقا ئەڭ ھوقۇقلۇق كىشىلەر ھېسابلىنىدۇ. «قوينى قاسساپ سويسۇن» دېگەندەك، كەسپچانلىقى كۈچلۈك بولغان مەسىلىلەر توغرىسىدا زىيارەت ئېلىپ بېرىشتا، چوقۇم ئۇنىڭ ھەقىقىي «ئىگىلىرى»نى ئىزدەپ تېپىش كېرەك.
بۇنىڭدىن باشقا، رادىيو ۋە تېلېۋىزىيە خەۋەرلىرىنى ئىشلەشتە، زىيارەت ئوبيېكتلىرىنى تاللىغاندا، قارشى تەرەپنىڭ تەلەپپۇزى ۋە ئىپادىلەش ئىقتىدارىنىمۇ نەزەرگە ئېلىشقا توغرا كېلىدۇ. ئىمكانىيەت يار بەرگەن ئەھۋال ئاستىدا، مۇمكىنقەدەر تەلەپپۇزى ئېنىق، ئىپادىلەش ئىقتىدارى كۈچلۈك ئوبيېكتلارنى تاللاش كېرەك. ئۇنداق بولمىغاندا، زىيارەت ئوبيېكتى بىر تالاي سۆزلىسىمۇ، قوبۇل قىلغۇچىلار ئېنىق مەزمۇنىنى چۈشىنەلمەيدىغان ئەھۋال كېلىپ چىقىدۇ.
2. زىيارەت قىلىدىغان ئورۇننى مۇۋاپىق تاللاش كېرەك.
مۇخبىر زىيارەت ئوبيېكتىنى توغرا تاللىۋالغاندىن كېيىن، يەنە زىيارەت ئېلىپ بارىدىغان ئورۇن ۋە مۇھىتنى ياخشى

ئويلىشىشى كېرەك. زىيارەت مۇئەييەن بىر مۇھىتتا ئېلىپ بېرىلىدۇ، زىيارەت ئېلىپ بېرىلىدىغان مۇھىتنىڭ قانداق بولۇشى زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ كەيپىياتى ۋە روھىي ھالىتىگە تەسىر كۆرسىتىدۇ. ئورۇن مۇۋاپىق تاللىنىدىكەن، زىيارەتكە نىسبەتەن كۈچلۈك تۈرتكىلىك رول ئوينايدۇ.

1950 ـ يىللاردا شىنخۇا ئاگېنتلىقىنىڭ مۇخبىرى چەت ئەللىكلەرنىڭ جۇڭگو خۇسۇسىي ئىگىلىككە ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈشتە كاپىتالىستلارنىڭ تۇرمۇش ماتېرىياللىرىنى پۈتۈنلەي مۇسادىرە قىلىۋالدى، دېگەن ئىغۋاسىغا رەددىيە بېرىش ئۈچۈن، رۇڭ يىرېنىنى ئۇنىڭ ئۆيىدە زىيارەت قىلىپ، ئۇنىڭ ھەشەمەتلىك ئولتۇراق بىناسىنى، كاتتا بېزەلگەن مېھمانخانىسىنى، قىزى ياخشى كۆرىدىغان پىيانىنوسىنى، چىرايلىق باغ ـ ئېرەملىرى ۋە ئۇ ئولتۇرىدىغان ماشىنىسىنى تەسۋىرلەپ يېزىپ، مۇھىتتىكى نەق پاكىتلار ئارقىلىق ياخشى ئۈنۈمگە ئېرىشكەن.

چەت ئەل مۇخبىرلىرىمۇ زىيارەت سورۇنىنى تاللاشقا ئالاھىدە ئەھمىيەت بېرىدۇ. ئۇلار: سىياسىيوننى سايلام مۇنبىرى ئاستىدا زىيارەت قىل، ساقچىنى ۋوگزالدا زىيارەت قىل، ئوقۇتقۇچىنى دەرسخانىدا زىيارەت قىل، سەنئەتچىنى ئارقا سەھنىدە زىيارەت قىل، تەنھەرىكەتچىنى مەيداندا زىيارەت قىل… دېيىشىدۇ. بۇ، زىيارەت مەزمۇنى، زىيارەت ئوبيېكتى ۋە زىيارەت سورۇنىنىڭ ئىنتايىن زىچ مۇناسىۋەتلىك مۇھىم ئىش ئىكەنلىكىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىدۇ. بىزنىڭ پىرىنسىپىمىز: زىيارەت ئېلىپ بېرىلىدىغان مەيدان خاتىرجەم، ئازادە كەيپىيات شەكىللەندۈرۈشكە، سۆھبەتنىڭ ئوڭۇشلۇق راۋاجلىنىشىغا، زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ پىكرى ۋە ھېسسىياتىنى قوزغىتىشقا، زىيارەتتىكى مەركىزىي مەسىلىنى ۋە زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ ئوبرازىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشكە پايدىلىق بولۇشى لازىم.

ئۇنىئالغۇلۇق خەۋەر ياكى تېلېۋىزىيە خەۋىرى ئىشلەشتە

ئورۇننى تاللاش ئىنتايىن مۇھىم. بۇنداق زىيارەت ئۈچۈن تاللىۋېلىنغان مەيدان ئېنىق، تەبىئىي بولۇشى، زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ سالاھىيىتىنى، خىزمەت ئالاھىدىلىكىنى ئەڭ ياخشى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرەلەيدىغان ئاۋاز ھەم كۆرۈنۈش ھازىرلاپ بېرەلەيدىغان بولۇشى كېرەك. قىسقىسى، زىيارەت ئېلىپ بېرىلىدىغان مەيدان كونكرېت زىيارەت ئوبيېكتىغا، زىيارەت مەزمۇنىغا ۋە ئەمەلىي شارائىتقا ئاساسەن بېكىتىلىشى ھەمدە قارشى تەرەپ بىلەن مەسلىھەتلىشىپ، ئۇنىڭ ماقۇللۇقى ئاساسىدا ئېلىپ بېرىلىشى لازىم.

3. زىيارەت پەيتىنى مۇۋاپىق ئىگىلەش كېرەك.

زىيارەت قىلىش خالىغان چاغدا ئېتىزلىقتا بېرىپ سەۋزە، چامغۇر يۇلۇپ كېلىدىغان ئىشقا ئوخشىمايدۇ. زىيارەت قىلىدىغان پەيت مۇۋاپىق بولمىسا، قارشى ئېلىنمايدىغان ھەتتا دەككىسىنى يەپ قايتىپ كېلىدىغان ئىش يۈز بېرىدۇ. شۇڭا، تەجرىبىلىك مۇخبىرلار مەلۇم بىر ئوبيېكتنى زىيارەت قىلىشتىن ئىلگىرى ئۇنىڭ خىزمىتىنىڭ ئالدىراش ياكى ئازادىلىكىنى، مىجەز ـ كەيپىياتى ۋە سالامەتلىك ئەھۋالىنىڭ قانداقلىقىنى، شەيئى، ۋەقە تەرەققىياتىنىڭ قانداقلىقىنى ئوبدان ئويلايدۇ. ئۇلار تەجرىبىسىگە ئاساسەن تۆۋەندىكىدەك ئەھۋال ئاستىدا زىيارەت ئوبيېكتلىرى بىلەن سۆزلەشمەسلىك ياكى ئاز سۆزلىشىش كېرەك، دەپ قارايدۇ:

(1) جىددىي ئالدىراش ۋاقىتلىرىدا؛

(2) مۇھىم ۋەزىپە ئورۇنلاۋاتقان چاغدا؛

(3) باشقىلار بىلەن بىرەر مەسىلە ئۈستىدە مۇزاكىرىلىشىۋاتقان ياكى مۇنازىرىلىشىۋاتقان ۋاقىتتا؛

(4) ھەۋەس بىلەن ئويۇن ياكى مۇسابىقە كۆرۈۋاتقان ۋاقىتتا؛

(5) كېسەللىككە گىرىپتار بولغان چاغدا؛

(6) تەستە قولغا كەلتۈرگەن دەم ئېلىش ۋاقتىدا؛

(7) كۆڭلى يېرىم بولغان، قايغۇرۇۋاتقان چاغلاردا؛

(8) قىيىنچىلىقتا ياكى ئوڭايسىز ئەھۋالدا قېلىپ، بېشى قاتقان چاغدا؛

(9) يالغۇز ئولتۇرۇپ ئويلىنىشنى خالاپ قالغان چاغدا؛

(10) زىيارەتنى رەت قىلغان چاغدا.

گاھىدا مۇخبىرلىق ۋەزىپىسى جىددىي بولۇپ قالغان ئەھۋال ئاستىدا يۇقىرىدىكىلەرگە بەك قاتتىق ئەمەل قىلىپ كەتمەي، مەجبۇرىي زىيارەت قىلىشقىمۇ توغرا كېلىدۇ.

شەخس ۋە مەسىلە توغرىسىدىكى مەخسۇس زىيارەتتە پەيتنى مۇۋاپىق ئىگىلەشتە مۇنداق ئىككى نۇقتىغا دىققەت قىلىش كېرەك. بىرى، قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ مەلۇم شەخس، ۋەقە ۋە مەسىلىگە ئەڭ قىزغىن كۆڭۈل بۆلۈۋاتقان پەيتنى ئىگىلەش كېرەك. ئۇنداق بولمىغاندا، «تويدىن كېيىن ناغرا چالغان»دەك ئىش بولۇپ قالىدۇ. يەنە بىرى، زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ تەسىراتى ئەڭ يېڭى، ھېسسىياتى ئەڭ كۈچلۈك پەيتنى تۇتۇش كېرەك. مەسىلەن، بىرەر شەخس يېڭىدىن ئۆستۈرۈلگەن، ئىلغار بولۇپ سايلانغان، مۇكاپاتلانغان ياكى چەتتىن قايتىپ كەلگەن چاغلىرىدا كاللىسىغا نۇرغۇن يېڭى پىكىرلەر كېلىپ، خىيالى قاناتلىنىپ كېتىدۇ. بىر مەزگىل ئۆتكەندىن كېيىن بۇ تەسىراتلىرىمۇ ئاستا ـ ئاستا سوۋۇيدۇ. شۇڭا، «تۆمۈرنى قىزىقىدا سوقۇش»نى بىلىش كېرەك.

4. ئازادە ۋە دوستانە زىيارەت كەيپىياتى يارىتىش كېرەك.

مۇخبىر بىلەن زىيارەت ئوبيېكتلىرى ئادەتتە تۇنجى قېتىم ئۇچرىشىۋاتقان ناتونۇش كىشىلەر بولىدۇ، گەرچە مۇخبىرلار ئۇلارغا كونا قەدىناسلاردەك مۇئامىلە قىلالىسىمۇ، لېكىن بىر قىسىم زىيارەت ئوبيېكتلىرى دەماللىققا ئاكتىپ ۋە قىزغىن ماسلىشىپ كېتەلىشى ناتايىن. بۇ خىل ھالەتنى ئۆزگەرتىپ، قارشى تەرەپ بىلەن «قەدىناس تونۇش»لارغا ئايلىنىش، ئۇلارنىڭ قىزغىنلىق بىلەن سۆزلەپ بېرىشىنى قولغا كەلتۈرۈش ئۈچۈن، مۇخبىرلار دوستانە ھەم ئازادە كەيپىيات يارىتىشقا، ھېسسىيات

بىردەكلىكىنى قولغا كەلتۈرۈشكە ئالاھىدە ئەھمىيەت بېرىشى لازىم.

بۇ مەقسەتكە يېتىش ئۈچۈن مۇخبىرلار ئالدى بىلەن مۇخبىرلىق ئوبيېكتى بىلەن ھېسسىيات جەھەتتىن ئورتاق نۇقتا ئىزدەپ، پسىخىك ئارىلىقنى يېقىنلاشتۇرۇشى، شۇ ئارقىلىق كەيپىياتنى تەڭشىشى لازىم. ئادەتتە مۇخبىرلار يۈز-تۇرا زىيارەتنى باشلىغاندا، قارشى تەرەپكە ئۆزىنىڭ سالاھىيىتىنى تونۇشتۇرۇشى، زىيارەت قىلىشتىكى مەقسىتى، سۆھبەتلىشىش دائىرىسى ۋە مەزمۇنىنى تاپشۇرۇشى كېرەك. دەل مۇشۇ ۋاقىتتا مۇخبىر بىر زىددىيەتكە دۇچ كېلىدۇ. مۇخبىرغا بىردىنلا يولۇققان زىيارەت ئوبيېكتلىرىنىڭ كۆپىنچىسى ئوخشاش بولمىغان دەرىجىدە تارتىنىپ قالىدۇ، بۇ زىددىيەتنى ھەل قىلىشنىڭ ئاچقۇچى — ئىككى تەرەپ ئوتتۇرىسىدىكى ئورتاق نۇقتىنى ئىزدەپ تېپىش. بۇ ئورتاق نۇقتا بەلكىم ھەر ئىككى تەرەپكە تونۇشلۇق بولغان ئادەم ياكى ئىش بولۇشى، ئورتاق قىزىقىدىغان تېما بولۇشى، ئورتاق ھەۋەس بولۇشى، ئورتاق سەرگۈزەشت بولۇشى ياكى ھېسسىياتنى قوزغىتىدىغان ئەمەلىي بىرنەرسە بولۇشى مۇمكىن، ماھىيەتتىن ئالغاندا، زىيارەت ئىككى تەرەپ ئوتتۇرىسىدىكى ئۇنۇملۇك ھەمكارلىق ئارقىلىق ئەمەلگە ئاشىدۇ، قانچىلىك دەرىجىدە ھەمكارلىشىش يەنە كېلىپ ئىككى تەرەپ پسىخىك ئارىلىقىنىڭ ئەڭ كىچىك ھالەتكە كېلىشىگە باغلىق. يەنى، زىيارەت ئوبيېكتى ئۆزىنى ناتونۇش، يات ئادەم دەپ ھېس قىلمىغاندىلا ھەقىقىي ئەھۋالنى ۋە كۆڭلىدىكى گەپلىرىنى قورۇنماستىن، ئايىماستىن سۆزلەپ بېرىدۇ.

«غەربكە سەپەر» ناملىق كىتابنىڭ ئاپتورى ئامېرىكىلىق داڭلىق مۇخبىر ئېدگار سنونىڭ سابىق رەپىقىسى نىم ۋىللىس 1978 - يىلى جۇڭگوغا قايتا زىيارەتكە كەلگەندە، ئۆزىنىڭ بۇ

105

ھەقتىكى تەجرىبىسى توغرىسىدا توختىلىدۇ. 1937 ـ يىلى ئامېرىكا «مىللىس ئوبزور گېزىتى»نىڭ بېيپىڭدا تۇرۇشلۇق مۇخبىرى بولۇپ ئىشلەۋاتقان ۋىللىس زىيارەت قىلىش ئۈچۈن يەنئەنگە كېلىپ ماۋ جۇشى ۋە جۇدې بىلەن كۆرۈشىدۇ. «سىزنىڭ يەنئەنگە كېلىشىڭىزنى قارشى ئالىمىز» دەيدۇ ماۋ جۇشى خۇشال ھالدا. ۋىللىس دەرھال: «مەن سىز توغرۇلۇق ھېكايىلەرنى بىلىمەن، يولدىشىم سىنو سىزنىڭ ئىشلىرىڭىزنى يازغان چاغدا مەن ماشىنىدا ئۇرۇپ بەرگەن» دەيدۇ. بۇ چاغدا ۋىللىس خاتىرە دەپتىرىدىن بىر پارچە سۈرەتنى چىقىرىپ، ماۋ جۇشىغا قاراپ: «مەن سىزنى مۇشۇ سۈرەتتىن تونۇۋالغان. بۇ سىنو تارتقان سۈرەت. مەن شىئەندىن قېچىپ چىققىنىمدا پەقەت ئىككىلا نەرسىنى ئېلىۋالغان. بىرى، سىزنىڭ سۈرىتىڭىز، يەنە بىرى، لەۋ سۇرۇخ. سىز بىلىسىز، لەۋ سۇرۇخ ئامېرىكىلىق ياش ئاياللار ئۈچۈن ئىنتايىن مۇھىم ھېسابلىنىدۇ. ھەممە نەرسىدىن قۇرۇق قالسىمۇ، لەۋ سۇرۇخنى يوقىتىپ قويمايدۇ. شۇڭا، سىزمۇ ھەيران قالمىغايسىز» دەيدۇ. ماۋ جۇشى بىلەن جۇدې بۇنى ئاڭلاپ قاقاقلاپ كۈلۈشۈپ كېتىدۇ. ماۋ جۇشى ئۆزىنىڭ سەككىز بۇرجەكلىك شەپكە كىيگەن قىزىل ئارمىيەنىڭ فورمىسى بىلەن چۈشكەن سۈرىتىگە شادلانغان ھالدا سىنچىلاپ قارايدۇ. ۋىللىس يەنە: «سىز بۇ سۈرەتكە ناھايىتى چىرايلىق چۈشۈپتىكەنسىز» دەيدۇ. «سۈرىتىمنىڭ مۇنداق چىرايلىق چىقىشىنى ئويلاپمۇ باقماپتىكەنمەن» دەيدۇ ماۋ جۇشىمۇ كۈلۈپ تۇرۇپ. بۇ چاغدا ئۇلار قەدىناسلارغا ئوخشاش دوستانە كەيپىيات ئىچىدە رەسمىي تېمىدا سۆھبەتكە چۈشۈپ كېتىدۇ. دېمەك، ۋىللىس بۇ يەردە ئىنتايىن چېۋەرلىك بىلەن ئىككى تەرەپكە ئورتاق بولغان ھېسسىيات نۇقتىسىنى ئىزدەپ تېپىپ، مۇناسىۋەتنى تېزلا يېقىنلاشتۇرۇشقا مۇۋەپپەق بولالىغان.

ئازادە ۋە دوستانە كەيپىيات يارىتىشتىكى يەنە بىر مۇھىم

مەسىلە ئۆزئارا ئىشەنچ تۇرغۇزۇپ كۆڭۈل ئالماشتۇرۇش. زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ ئىچكى دۇنياسىنى ئىگىلەش ئۈچۈن، ئۇنىڭ بىلەن چوڭقۇر سىردىشىپ، كۆڭۈل ئالماشتۇرۇشقا توغرا كېلىدۇ. بۇنداق كۆڭۈل ئالماشتۇرۇش ئۆزئارا ئىشەنچ ئاساسىغا قۇرۇلىدۇ. مۇبادا قارشى تەرەپ سىزگە ئىشەنمىسە ھەتتا كۆڭلىدە گۇمان ساقلىسا، ھەرگىزمۇ كۆڭلىدىكى گەپلىرىنى دەپ بەرمەيدۇ. زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ ئىشەنچىنى قولغا كەلتۈرۈشتە ئەلۋەتتە ئالدى بىلەن ئۇلار پارتىيە ۋە ھۆكۈمىتىمىزنىڭ ئاخبارات ئورگانلىرىغا ئىشىنىشى كېرەك، بۇ بىر ئالدىنقى شەرت. لېكىن، تېگى ـ تەكتىدىن ئالغاندا، بۇ خىل ئىشەنچىنى قولغا كەلتۈرۈش يەنىلا مۇخبىرلارنىڭ تىرىشچانلىقىغا باغلىق. كونكرېت قىلىپ ئېيتقاندا، مۇخبىرلار ئۆزىنىڭ ئوبرازىغا دىققەت قىلىشى كېرەك، يەنى ۋاقىتقا رىئايە قىلىشى، ۋەدىسىدە تۇرۇشى، كىيىم ـ كېچەك رەتلىك ھەم سورۇنغا ماس بولۇشى، قارشى تەرەپكە سەممىيلىك بىلەن مۇئامىلە قىلىشى، سۇئىئىيلىك قىلماسلىقى، كۆڭۈل بېرىپ، كۆڭۈل ئېلىشنى بىلىشى، ئۆزىنى بەك چوڭ تۇتۇۋالماسلىقى ھەم بەك تۆۋەن كۆرمەسلىكى، ئەدەپلىك، ئەركىن مۇئامىلە قىلىشى لازىم. بۇ، ئىشەنچىنى قولغا كەلتۈرۈشنىڭ مۇھىم بىر تەرىپى.

يەنە بىر تەرەپتىن، مۇخبىر زىيارەت ئوبيېكتىنى چۈشىنىشكە ئەھمىيەت بېرىشى، سۆزلىرىگە ئەستايىدىللىق بىلەن قۇلاق سېلىشى، دەرد ـ ھالىغا يېتىشى، قىيىنچىلىقى ۋە يوللۇق تەلەپلىرى بولسا، ھەل قىلىنىشىغا ياردەملىشىشى لازىم. بۇ، ئىشەنچىنى قولغا كەلتۈرۈپ، ئازادە زىيارەت كەيپىياتى يارىتىشتىكى مۇھىم بىر مەسىلە. مۇنداق بىر مىسالنى كۆرۈپ ئۆتەيلى:

شىنجاڭ خەلق رادىيو ئىستانسىسىنىڭ بىر مۇخبىرى 1981 ـ يىلى چۆچەك ۋىلايىتىگە مۇخبىرلىققا بېرىپ، ۋىلايەت بويىچە

ئۆتكۈزۈلگەن پەن ـ تېخنىكا كەشپىياتلىرىنى تەقدىرلەش يىغىنىغا قاتنىشىپ قالىدۇ. بۇ يىغىندا بىر «گاچا» دېھقان 2 ـ دەرىجىلىك كەشپىيات مۇكاپاتىغا ئېرىشىدۇ. بۇ ئىشنىڭ ئۆزىلا كىشىلەرنى جەلپ قىلىدىغان بىر يېڭى خەۋەر بولالايتتى. لېكىن، مۇخبىر بۇنى خەۋەر قىلىش بىلەنلا توختاپ قالماي، «گاچا» دېھقاننى چوڭقۇرلاپ زىيارەت قىلىدۇ ھەمدە ئۇنىڭ بىلەن خەت ئارقىلىق سۆزلىشىپ، ئۇنىڭ سوغۇ گۈل تەتقىقاتى بىلەن شۇغۇللىنىۋاتقانلىقىنى بىلىدۇ، تەجرىبە بازىلىرىنى ئۆزى بېرىپ كۆرىدۇ. ئۇنىڭدىن قانداق قىيىنچىلىقى بارلىقىنى سورايدۇ. «گاچا» دېھقان «تەتقىقات خىراجىتى كەمچىل» دېگەن خەتنى يازىدۇ. شۇنىڭ بىلەن مۇخبىر مۇناسىۋەتلىك ئورۇنلار بىلەن سۆزلىشىش ئارقىلىق توقسان مىڭ يۈەن تەتقىقات خىراجىتى ھەل قىلىپ بېرىدۇ. مۇخبىر بۇ «گاچا» دېھقان بىلەن خەت ئارقىلىق ئۇنىڭچى قېتىم سۆزلەشكەندە، ئۇ مىننەتدار بولغان ھالدا: «سىز ئىشەنچلىك مۇخبىر ئىكەنسىز، مەن سىزگە ئىشىنىمەن» دېگەن خەتنى يازىدۇ ھەم بىردىنلا تىلىغا كىرىپ سۆزلەپ كېتىدۇ.

ئەسلىدە بۇ «گاچا» دېھقان تېخنىكومنى پۈتكۈزۈپ، ئۇزاق يىل سوغۇ گۈل ئىشلەپچىقىرىشى ۋە تەتقىقاتى بىلەن شۇغۇللانغان ھەم خېلى زور نەتىجىگە ئېرىشكەنىكەن. مەدەنىيەت ئىنقىلابىدا ئۇنىڭ تەتقىقات نەتىجىلىرى پۈتۈنلەي بۇلاڭ ـ تالاڭ قىلىنىپ، تۈرمىگە تاشلىنىپتۇ. جىسمانىي ۋە روھىي جەھەتتىن قاتتىق ئازابلىنىشقا ئۇچرىغان بۇ دېھقان گەپ قىلماي گاچا بولۇۋېلىشقا قەسەم ئىچىپتۇ. ئۇرۇق ـ تۇغقانلىرىمۇ ئۇنى راستىنلا ساراڭ ۋە گاچا بولۇپ قالغان ئوخشايدۇ دېيىشىپتۇ. «تۆت كىشىلىك گۇرۇھ» تارمار قىلىنغاندىن كېيىن، ئۇ ھېچكىمگە ئىشەنمەيدىغان روھىي ھالەت بىلەن جىمجىت ئۆيگىنىپ، قەيسەر ئىرادە بىلەن سوغۇ گۈل تەتقىقاتىغا قايتا كىرىشىپتۇ ھەم

مۇھىم تەتقىقات نەتىجىسىگە ئېرىشىپتۇ. ئاخىر مۇخبىرنىڭ سەمىمىيلىكى ئۇنى تەسىرلەندۈرۈپتۇ. ئۇ قەلبداش كىشىگە يولۇقۇپ، كۆڭۈل سىرلىرىنى تۆكۈپتۇ. مانا بۇ كۆڭۈل بۆلۈش ئارقىلىق كۆڭۈل ئۇتقانلىقنىڭ نەتىجىسى.

5. «ھەربىر قۇلۇپنى ئۆز ئاچقۇچىدا ئېچىش» كېرەك.

كىشىلەرنىڭ ئىجتىمائىي ئورنى، كەسپى، يېشى، جىنسى، مەدەنىيەت سەۋىيەسى ۋە كەچۈرمىشى ئوخشاش بولمىغاچقا، زىيارەت ئوبيېكتلىرىنىڭ مىجەز - خاراكتېرىمۇ خىلمۇخىل بولىدۇ، بەزىلىرى ئوچۇق - يورۇق، مەردانە كېلىدۇ، بەزىلىرى جىمغۇر كېلىدۇ، بەزىلىرى سۆزمەن، بەزىلىرى كەم سۆز، ئېھتىياتچان كېلىدۇ. شۇڭا، زىيارەتتە مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىش ئۈچۈن، ئۇلارنىڭ ئوخشاش بولمىغان مىجەز - خاراكتېرىگە ئاساسەن، ئوخشاش بولمىغان سۆھبەت ئۇسۇلىنى قوللىنىپ، «ھەربىر قۇلۇپنى ئۆز ئاچقۇچى بىلەن ئېچىش» يولىنى تۇتۇش كېرەك. مەسىلەن:

بەزى رەھبەرلەر ۋە مەشھۇر زاتلارنىڭ خىزمىتى ئالدىراش، ۋاقتى قىس بولىدۇ. شۇڭا، ئۇلارنى زىيارەت قىلغاندا پۇختا تەييارلىق كۆرۈپ، بىۋاستە، ئىخچام، دەل سوئاللار ئارقىلىق تېز سۈرئەتتە زىيارەت قىلىش ئۇسۇلىنى قوللىنىش كېرەك.

بەزى ئابرۇيلۇق ھەم سۆزمەن ئادەملەرنى زىيارەت قىلغاندا كۆپرەك ھېكايە ئاڭلاش ئۇسۇلىنى قوللىنىش كېرەك.

بەزى جىمغۇر ھەم كەم سۆز ئادەملەرگە نىسبەتەن يان تەرەپتىن ھۇجۇم قىلىش ۋە «سىقىماق سىقىش» ئۇسۇلىنى قوللىنىش كېرەك. يەنى، زىيارەت ئوبيېكتىنى چۈشىنىدىغان ئەتراپتىكى ئادەملەردىن ماتېرىيال ئېلىش ھەم ئۆزۈكسىز ئېغىزىنى كوچىلاش ئۇسۇلىنى قوللىنىش لازىم.

بەزى باش چۆكۈرۈپ ئىشلەشنىلا بىلىپ، سۆزلەپ يۈرۈشنى خالىمايدىغان كىشىلەرگە نىسبەتەن ئىز قوغلاپ زىيارەت قىلىش ئۇسۇلىنى، يەنى خىزمەت ۋە تۇرمۇشتا بىللە بولۇش ئارقىلىق كۆز بىلەن ماتېرىيال ئېلىش ئۇسۇلىنى قوللىنىش كېرەك.

ئۈچىنچى پاراگراف سوئال سوراش ماھارىتى ۋە ئۇسۇلى

زىيارەت مۇخبىرنىڭ سوئالنى ئوتتۇرىغا قويۇش ئارقىلىق زىيارەت ئوبيېكتىدىن ئاخبارات پاكىتلىرىغا ۋە كۆزقاراشقا ئىگە بولۇش جەريانىنى كۆرسىتىدۇ. زىيارەتنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك بولۇشى سوئالنىڭ مەزمۇنلۇق، ماھارەتلىك ۋە سەنئەتلىك بولۇشىغا باغلىق، شۇنداق ئېيتىشقا بولىدۇكى، سوئال سوراشنى بىلمىگەن ئادەم مۇخبىر بولالمايدۇ، يۇقىرى سەۋىيەلىك سوئال سورىيالمايدىغان ئادەم ياخشى مۇخبىر بولالمايدۇ. پىشقان مۇخبىرلار ئادەتتە جايىدا ھەم ئەپچىل سوئاللار ئارقىلىق زىيارەت ئوبيېكتىدىن مول، ئىشەنچلىك ماتېرىيالغا ئېرىشەلەيدۇ. تەجرىبىسىز مۇخبىرلار بولسا خەۋەر قىلىش ئىدىيەسى ئايدىڭ، تەييارلىقى بار بولسىمۇ، مۇۋاپىق سوئال سورىيالماي زىيارەت ئوبيېكتىنى قىيىن ئەھۋالغا چۈشۈرۈپ قويىدۇ، خاپا قىلىپ قويىدۇ ياكى تىركىشىپ قېلىش ھالىتىنى شەكىللەندۈرۈپ قويىدۇ. ئۇنداق بولسا، سوئال سوراش ماھارىتىنى مۇۋاپىق ئىگىلەشتە نېمىلەرگە دىققەت قىلىش كېرەك؟

1. سوئال تەبىئىي سورىلىشى كېرەك.

بۇ، مۇخبىرنىڭ سوئال سورىغان چاغدىكى پوزىتسىيەسىنىڭ يېقىملىق، مۇلايىم بولۇشىنى كۆرسىتىدۇ. مۇخبىر بىلەن زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ ئىجتىمائىي ئورنى قانچىلىك پەرق قىلىشىدىن قەتئىينەزەر، مۇخبىرنىڭ سوئال سورىغان چاغدىكى پوزىتسىيەسى سەمىمىي، يېقىملىق بولۇشى، تەكەببۇرلۇق قىلماسلىقى ياكى يولىورۇق سورىغۇچى بولۇپ قالماسلىقى كېرەك. يەنە بىر تەرەپتىن، سوئال پاراڭلىشىش جەريانىدا تەبىئىي ئوتتۇرىغا قويۇلۇشى، قوپال، تۈز ھەم سوراق تەلەپپۇزىدا بولۇپ قالماسلىقى لازىم. داڭلىق ئايال مۇخبىر جىڭ فېڭ

1949 - يىلى پېشقەدەم مۇخبىر لى جۇاڭغا ھەمراھ بولۇپ، «7 - فېۋرال» ئىش تاشلاش كۈرىشىگە قاتناشقان بىر كوممۇنىستنى زىيارەت قىلغان ئەھۋالنى ئەسلەپ مۇنداق دەيدۇ: «ئۇلار قۇچاقلىشىپ كۆرۈشۈپ، بەئەينى كونا دوستلاردەك پاراڭلىشىپ كەتتى. يولداش لى جۇاڭ ئۇنىڭ سالامەتلىكىنى، ئايالى ۋە بالىلىرىنىڭ ئەھۋالىنى، گومىنداڭ چېكىنگەندە ئاۋارە قىلغان - قىلمىغانلىقىنى، ئازادلىق ئارمىيە كەلگەندىن كېيىن ئاشلىق بىلەن تەمىنلەش ئىشىنىڭ قانداق بولغانلىقىنى، زاۋۇتتا ئىشىنىڭ ئەسلىگە كەلگەن - كەلمىگەنلىكىنى سوراپ، ئاستا - ئاستا 7 - فېۋرال ئىش تاشلاش كۈرىشىگە ئۆتتى. زىيارەت خۇددى ئائىلىدە پاراڭلاشقاندەكلا ئاخىرلاشتى. قايتىپ كېلىپ مەن، مۇشۇمۇ زىيارەت بولدىمۇ، دەپ سورىدىم. يولداش لى جۇاڭ جاۋاب بېرىپ، زىيارەت بىر خىل تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىش، دوست تۇتۇش دېمەكتۇر. سەن زىيارەت ئوبيېكتى بىلەن باراۋەر تۇرۇپ مۇڭدىشالىشىڭ، ھەرگىزمۇ ساقچى ياكى سوتچى جىنايەتچىنى سوراققا تارتقاندەك سوراق قىلماسلىقىڭ كېرەك، دېدى».

2. سوئال مۇۋاپىق سورىلىشى كېرەك.

ئامېرىكا مۇخبىرى روبېرت ۋېللىس مۇنداق دەيدۇ: «سەن سۆزلەشمەكچى بولغان نۇرغۇن گەپلەر ئىچىدىن ئەڭ مۇۋاپىق سوئالنى تېپىپ سورىيالىساڭ، يارىملىق ئىش قىلغان بولىسەن».① مۇخبىرنىڭ سورىغان سوئالى مۇۋاپىق بولمىسا، سەۋىيەسىز، قۇرۇق سوئال بولۇپ قالسا، زىيارەت قىيىن ئەھۋالغا چۈشۈپ قالىدۇ. شۇڭا، «پەقەت ئاشۇ زىيارەت ئوبيېكتىلا جاۋاب بېرەلەيدىغان ۋە پەقەت شۇ ئوبيېكت كۆزقارىشىنى بايان قىلالايدىغان سوئال بولۇشى كېرەك. شۇنىڭدىلا سەن بىر قىممەتلىك مول زىيارەتنى تاماملاپ، ۋاقىتتىن تولۇق پايدىلىنالايسەن ھەم قارشى تەرەپكە ياخشى تەسىر قالدۇرالايسەن».② مەسىلەن، ئالەم ئۇچقۇچىسى ھاۋا بوشلۇقىدىن

---

① جون برادي: «مۇخبىرلىق ماھارىتى»، جۇڭگو ئاخبارات نەشرىياتى، 94 - بەت.

② ئىبوستىن: «مۇخبىرلىق خاتىرىسى» — «ئاخبارات سېپى»، 1979 - يىلى.

قايتىپ كەلگەندە «سىز ھاۋا بوشلۇقىدا قانداق تۇيغۇدا بولدىڭىز؟»، «ھاۋا بوشلۇقىدا تۇرۇپ يەر شارىنى كۆزەتكەندە قانداق كۆرۈندىكەن؟» دېگەندەك سوئاللار سورالسا مۇۋاپىق بولىدۇ. لېكىن، «سىز ئالەم كېمىسى يەر شارىدىن يىراقلاشقاندا يەر يۈز پونكىتى بىلەن بولغان ئالاقىنى قانداق ساقلىدىڭىز؟» دېگەن سوئال ئالەم ئۇچقۇچىسىغا ئەمەس، بەلكى يەر يۈزىدىكى ئىنژېنېر، مۇتەخەسسىسلەرگە بەكرەك مۇۋاپىق كېلىدۇ.

3. چوڭ سوئال بىلەن كىچىك سوئالنى بىرلەشتۈرۈش كېرەك.

پۈتكۈل زىيارەت جەريانىدا مۇخبىر چوڭ سوئال بىلەن كىچىك سوئالنى بىرلەشتۈرۈشى ھەمدە كىچىك سوئالنى ئاساس قىلىشى لازىم. چوڭ سوئال دېگىنىمىز، ئۇچۇق سوئال دەپمۇ ئاتىلىدۇ، ئۇ دائىرىسى بەلگىلەنمەيدىغان، زىيارەت ئوبيېكتى ئەركىن پىكىر قىلىپ قانداق جاۋاب بەرسە بولىدىغان سوئالنى كۆرسىتىدۇ. مەسىلەن، «بۇ قېتىملىق يىغىندىن سىز قانداق تەسىراتلارنى ئالدىڭىز؟» دېگەن سوئالغا زىيارەت ئوبيېكتى بىر ئېغىز سۆز بىلەنلا جاۋاب بەرسىمۇ، ئون - يىگىرمە مىنۇت سۆزلىسىمۇ بولىدۇ. ئادەتتە بۇ خىل چوڭ سوئاللار زىيارەت باشلانغان چاغدا، ئوبيېكتقا زىيارەتنىڭ مەقسىتىنى يەنىمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا بىلدۈرۈش؛ زىيارەت بىر مەزمۇندىن يەنە بىر مەزمۇنغا كۆچىدىغان چاغدا كېيىنكى مەزمۇندىن بېشارەت بېرىش ياكى زىيارەت ئاخىرلىشىش ئالدىدا ئوبيېكتنى كەڭ - كۇشادە سۆزلەش پۇرستى بېرىش مەقسىتىدە قويۇلىدۇ. بىراق، شۇنى تەكىتلەش زۆرۈركى، چوڭ سوئال دېگىنىمىز، ھەرگىزمۇ قارشى تەرەپنى گاڭگىرىتىپ قويىدىغان، جاۋاب بېرەلمەس قىلىپ قويىدىغان ياكى گەپنى نەدىن باشلاشنى بىلمەيدىغان ھالغا چۈشۈرۈپ قويىدىغان دەبدەبىلىك، ئابستراكت، تومتاق سوئال بولۇپ قالماسلىقى كېرەك. سوئال بەك ئابستراكت ياكى تومتاق قويۇلسا، جاۋابمۇ شۇنىڭغا ماس ھالدا تومتاق بولۇپ قالىدۇ.

مەسىلەن، 1985 - يىلى جۇڭگو پۇتبول كوماندىسى مۇخبىرلارنى كۈتۈۋېلىش يىغىنى ئاچقاندا، بىر مۇخبىر تىرېنېر نيەن ۋېيسىدىن: «سىز فېڭتيەن لوڭقىسىنى تالىشىش مۇسابىقىسىنى كۆرگەندىن كېيىن، جۇڭگو كوماندىسى بىلەن ئۇلار ئوتتۇرىسىدا قانداق پەرق بارلىقىنى ھېس قىلدىڭىز؟» دەپ سورىغان. نيەن ۋېيسى: «ئۇنىۋېرسال پەرق» دەپلا جاۋاب بەرگەن. نېمىشقا نيەن ۋېيسى بۇنداق ئاددىي جاۋاب بېرىدۇ؟ بۇ، مۇخبىرنىڭ سوئالى بىلەن مۇناسىۋەتلىك. چۈنكى، فېڭتيەن لوڭقىسىنى تالىشىش مۇسابىقىسى ناھايىتى يۇقىرى سەۋىيەلىك مۇسابىقە، ئۇنىڭغا ئىتالىيەنىڭ يۇۋېنتۇس كوماندىسى، ئارگېنتىنا ياشلار كوماندىسى قاتناشقان. بۇ كوماندىلار بىلەن ئېلىمىز كوماندىسىنى سېلىشتۇرغاندا پەرق ئەلۋەتتە ئۇنىۋېرسال پەرق بولىدۇ. شۇڭا، مۇخبىر سوئالنى كونكرېتلاشتۇرۇپ «ۋاراتاغا توپ ئۇرۇش سۈرئىتى ۋە تېخنىكىسى جەھەتتە جۇڭگو كوماندىسىنى باشقا كوماندىغا سېلىشتۇرغاندا قانداق پەرقلىنىدىكەن؟» دېگەندەك سوئالنى قويغان بولسا، كۆڭۈلدىكىدەك جاۋابقا ئېرىشكەن بولاتتى. كېيىنكى سوئال كىچىك سوئال بولۇپ، ئۇ يېپىق سوئال دەپمۇ ئاتىلىدۇ، ئۇ مۇخبىرلىق ئوبيېكتىدىن كونكرېت، ئېنىق جاۋاب بېرىشنى تەلەپ قىلىدۇ. بەزىدە بۇنداق كونكرېت سوئالنىڭ قاراتمىلىقى ئىنتايىن كۈچلۈك بولغاچقا، قارشى تەرەپ جاۋاب بەرمەي مۇمكىن بولمايدۇ، ئۆزىنى قاچۇرالمايدۇ ياكى گەپنى باشقا ياققا بۇراپ كېتەلمەيدۇ.

نېمە ئۈچۈن كونكرېت سوئاللارنى كۆپرەك سوراش كېرەك دەيمىز؟ چۈنكى، ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنى ھەقىقىي چۈشىنىپ، جانلىق ھەم قىممىتى بار خەۋەرلەرنى يېزىش ئۈچۈن كونكرېت ماتېرىيال بولۇشى كېرەك، بەزى خەۋەرلەرنىڭ تەسىرچانلىقى يوق، ئاددىي بولۇپ قېلىشىنىڭ سەۋەبىمۇ، مۇخبىرنىڭ كونكرېت، كىچىك سوئاللار ئارقىلىق كونكرېت ماتېرىيالنى قولغا كەلتۈرەلمىگەنلىكى بىلەن مۇناسىۋەتلىك. شۇڭا، مۇخبىر

زىيارەت جەريانىدا ھەم چوڭ (ئوچۇق) سوئاللارنى، ھەم كىچىك (يېپىق) كونكرېت سوئاللارنى مۇۋاپىق بىرلەشتۈرەلىگەندىلا زىيارەت كۆڭۈللۈك بولىدۇ، شۇنداقلا ئەتراپلىق ماتېرىيالغا ئېرىشەلەيدۇ.

4. ھالقىلىق ھەم ئۆتكۈر سوئاللارنى سوراش كېرەك.

سوئال سوراشتا خەۋەر قىلىنىدىغان ئوبيېكتنىڭ ياكى مەسىلىنىڭ جان يېرىنى تۇتۇپ تۇرۇپ، ھالقىلىق، ئۆتكۈر سوئاللارنىمۇ سوراش كېرەك. بۇنداق ئۆتكۈر سوئاللار ئاخبارات پاكىتىغا مۇناسىۋەتلىك مۇھىم مەسىلە، كىشىلەر كۆڭۈل بۆلىدىغان، بىلىشنى ئارزۇ قىلىدىغان جىددىي مەسىلە ئاساسىدا تۇغۇلىدۇ. ئۇ ھەم مۇخبىرنىڭ ئەستايىدىل باش قاتۇرۇپ ئويلىنىشىدىن ئۆتكەن بولىدۇ.

ھالقىلىق سوئاللارنى سوراشتا يەنە ئوبيېكتنىڭ ھېسسىياتىنى ئۇرغۇتالايدىغان سوئاللارنى سوراشقا ئەھمىيەت بېرىش كېرەك. مۇخبىرنىڭ سورىغان سوئالى ئوبيېكتنىڭ يۈرەك تارىنى تىترىتەلىگەندىلا ئاندىن ئۇ ئىشتىياق بىلەن جاۋاب بېرىدۇ. بۇنداق سوئاللار كۆپىنچە زىيارەت ئوبيېكتى ئۆز كاللىسىدا ئويلىنىۋاتقان، قانداق ھەل قىلىش ئۈستىدە پىكىر يۈرگۈزۈۋاتقان ياكى ئۇزاقتىن بېرى يۈرىكىنى تاتىلاپ، ئېغىزىدىن چىقىرالماي تۇرغان مەسىلە بولىدۇ. مۇخبىر ئەنە شۇنى ھېس قىلىپ دەل سوئال قويالىسا، زىيارەت ئوبيېكتى ھاياجىنىنى باسالماي سۆزلەپ كېتىدۇ. مەسىلەن، ئورىيئانا فالاچ 1973 ـ يىلى چەت ئەللەردە سەرگەردان بولۇپ يۈرگەن كامبودژانىڭ سابىق پادىشاھى سىخانوكنى زىيارەت قىلغان چاغدا، سۆھبەت ئوتتۇرىسىدا «سىز گەرچە سىزگە تەۋە بولسىمۇ لېكىن سىزگە كۆپ ئازابلارنى ئېلىپ كەلگەن بۇ دۆلەتنى ھەددىدىن زىيادە ياخشى كۆرىدىكەنسىز. بۇ خىل ھېسسىيات

سىزگە قەيەردىن كەلگەن؟»[1] دېگەن سوئالنى سورايدۇ. سىخانوك كۆڭلىگە ئاجايىپ ياققان بۇ سوئال ئۈستىدە ئون مىنۇتتىن ئارتۇق توختىلىدۇ.

5. سوئال تاكتىكىلىق سورىلىشى كېرەك.

مۇخبىر سوئال سوراشتا زىيارەتتىكى ئاساسىي مەقسەتنى چۆرىدىگەن ھالدا ئالدىن تەييارلىۋالغان سوئاللار بويىچە تەرتىپلىك سورىشى، ھە دېگەندە شاخلاپ، تاغدىن ـ باغدىن گەپ يورغىلاتماسلىقى، ئەمەلىيەتنى چىقىش قىلىشى، زېرەكلىك بىلەن ئۆزگىرىشكە ماسلىشىشى، كونكرېت ئادەم، ۋەقە، ئەھۋالغا قارىتا ئىش تۇتۇپ، ئوخشاش بولمىغان سوئال شەكلىنى قوللىنىشى لازىم. مەسىلەن، زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ كەيپىياتى جىددىيلىشىپ قالغان چاغدا جىددىيلىكنى پەسەيتىدىغان سوئالنى سوراش، نېمە دېيىشنى بىلەلمەي تۇرغان چاغدا يېتەكلەيدىغان سوئالنى سوراش، خۇشال تۇرغان چاغدا پۇرسەتنى تۇتۇپ كۆپرەك سوراش، ئاچچىقلىنىپ قالغان چاغدا ئۆزىنى بېسىۋېلىشقا ئۈندەش، قايغۇرغان چاغدا تەسەللى بېرىش، چارچىغاندا ۋاقتىدا توختىتىش ئۇسۇلىنى قوللىنىشقا بولىدۇ.

سوئالنى تاكتىكىلىق سورىغاندا، بەزى ئۆتكۈر، نازۇك مەسىلىلەرگە دۇچ كەلگەندە پرىنسىپنى ياخشى ئىگىلەشكە، سوئالنىڭ لايىقىدا بولۇشىغا دىققەت قىلىشقا توغرا كېلىدۇ. يەنى، قارشى تەرەپنىڭ غۇرۇرى ۋە ھېسسىياتىغا تەسىر يەتكۈزمەي تۇرۇپ، ئۇنى ھەقىقىي ئەھۋالنى، ھەقىقىي ھېسسىياتىنى يوشۇرماستىن سۆزلەپ بېرىشكە يېتەكلەش كېرەك. ئورىئانا فاللاچىنىڭ سىخانوكتىن سورىغان تۆۋەندىكى سوئاللىرىغا قاراپ باقايلى:

«ئالىيلىرى، 1970 ـ يىلى ئىيوندا كىشىلەرنىڭ سىزنى نېمىلەرنى دېگەنلىكىنى بىلەمسىز؟ ئۇلار، سىخانوكقا قارشى

---

[1] ئورىئانا فاللاچ: «مەشھۇر شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى»، شىنخۇا نەشرىياتى، 26 ـ بەت.

سىياسىي ئۆزگىرىشنى دەل سىخانوكنىڭ ئۆزى ۋەزىيەتنى تۇتۇپ تۇرالماي، ۋەزىيەتتىن قۇتۇلۇش ئۈچۈن قوزغىغان، دېيىشتى.

— ئالىيلىرى، سىز راستىنىلا سەبىي ۋە ئوماق ئادەممۇ؟

— ئالىيلىرى، گېپىڭىزدىن قارىغاندا سىز ئۆزىڭىزنى ياقتۇرمايدىكەنسىز - دە؟»①

بىرىنچى سوئالدا مۇخبىر سىخانوك بىلەن تىركىشىپ قېلىشتىن ساقلىنىش ئۈچۈن، نازۇك مەسىلىنى باشقىلارنىڭ تىلى ئارقىلىق سوئالغا ئايلاندۇرۇپ سورىغان ھەمدە «بۇنىڭغا رەددىيە بەرمەمسىز؟» دېگەن بېشارەتنى بەرگەن. ئىككىنچى ۋە ئۈچىنچى سوئالدا مۇخبىر زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ غورۇرىغا مۇناسىۋەتلىك مەسىلىنى ئەگىتىپ، سىلىقلاشتۇرۇپ، ناھايىتى نەپىسلىك ۋە يۇمۇرلۇق قىلىپ ئوتتۇرىغا قويغان. نەتىجىدە سوئال خېلى سالماقلىق ۋە بىسلىق بولسىمۇ، لېكىن سەنئەتلىك ئوتتۇرىغا قويۇلغاچقا، زىيارەت ئوبيېكتى خۇشال ھەم رازىمەنلىك بىلەن جاۋاب بەرگەن.

ئەمدى سوئال سوراش ئۇسۇلى توغرىسىدا توختىلىپ ئۆتەيلى. سوئالنىڭ مۇقىم قېلىپى بولمايدۇ. بۇنى مۇخبىر ئوخشاش بولمىغان زىيارەت ئوبيېكتى، ئوخشاش بولمىغان ۋەقە، ئوخشاش بولمىغان مۇھىت ۋە زىيارەت ۋەزىيىتىگە ئاساسەن جانلىق قوللانسا بولىدۇ.

1. بىۋاسىتە سوراش ئۇسۇلى.

بۇ «ئىشىكنى ئېچىپلا تاغنى كۆرۈش» ئۇسۇلىدىكى سوئال بولۇپ، مۇخبىر بۇنىڭدا گەپنى ئەگىتىپ ئولتۇرماستىن، زىيارەتنىڭ مەقسىتى ۋە تەلىپىنى بىۋاسىتە، ئوچۇق، چۈشىنىشلىك قىلىپ ئوتتۇرىغا قويىدۇ. بۇ خىل ئۇسۇل ئادەتتە رەھبەرلەرگە، مەشھۇر زاتلارغا، مۇخبىرلارنى كۆرگەندە ھودۇقۇپ كەتمەيدىغان، ئۆزىنى ئەركىن تۇتالايدىغان، سۆزمەن، ئوچۇق - يورۇق كىشىلەرگە بىرقەدەر مۇۋاپىق كېلىدۇ. بۇنىڭدىن باشقا،

① ئورىئانا فاللاچ: «مەشھۇر شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى».

مۇخبىرغا تونۇشلۇق بولغان زىيارەت ئوبيېكتلىرىغا، ۋاقتى چەكلىنىدىغان زىيارەتكە ۋە بەلگىلىك نەق مەيداندىكى رادىيو، تېلېۋىزىيە زىيارىتىدە، شۇنداقلا مۇخبىرلارنى كۆتۈۋېلىش يىغىنىدا مۇشۇ ئۇسۇلنى قوللانسا بولىدۇ.

بىۋاسىتە سوئال سوراش دېگىنىمىز، ئەلۋەتتە يۈز كۆرۈشۈش بىلەنلا «تۇلۇمدىن توقماق چىققاندەك» سۆزلەپ كەتسەك بولىدۇ دېگەنلىك ئەمەس. رەسمىي سوئالنى سوراشتىن ئىلگىرى بىرەر ئېغىز ئىخچام يوسۇن سۆزى قىستۇرۇپ، ئۇنىڭدىن كېيىن نەق تېمىغا ئۆتۈشكە دىققەت قىلىش كېرەك. مەسىلەن:

«گەندى خانىم، مېنىڭ سىزدىن سورايدىغان نۇرغۇن سوئاللىرىم بار، بەزىلىرى شەخسىيىتىڭىزگە مۇناسىۋەتلىك، بەزىلىرى سىياسىيغا مۇناسىۋەتلىك، ئۆزىڭىزگە مۇناسىۋەتلىك سوئاللارنى مەن سەل تۇرۇپ، نۇرغۇن كىشىلەرنىڭ نېمە ئۈچۈن سىزدىن قورقىدىغانلىقىنى، سىزنى رەھىمسىز، چىقىشقىلى بولمايدۇ، دەپ قارايدىغانلىقىنى چۈشىنىۋالغىنىمدىن كېيىن ئاندىن سورايمەن».①

2. ئەگىتىپ سوراش ئۇسۇلى.

بۇ سوئالنى بىۋاسىتە سوراش ئەپسىز بولغان ئەھۋال ئاستىدا، گەپنى ئەگىتىپ، كۆرۈنۈشتە زىيارەتكە مۇناسىۋەتسىزدەك تۇيۇلىدىغان سوئال ئارقىلىق ئوبيېكتنى ھەقىقىي ئەھۋالنى سۆزلەشكە يېتەكلەشتە قوللىنىلىدىغان ئۇسۇلدۇر.

بۇنداق ئۇسۇل ئادەتتە مۇخبىرنى كۆرگەندە جىددىيلىشىپ، قورۇنۇپ قالىدىغان، سۆزلىشىشكە ماھىر بولمىغان، سۆزلىشىشنى ئانچە خالاپ كەتمەيدىغان كىشىلەرگە مۇۋاپىق كېلىدۇ. مەسىلەن، 1982 ـ يىلى بىز ئاۋات ناھىيەسىگە بېرىپ، يېڭىدىن بېيىغان بىر ياش دېھقاننى زىيارەت قىلدۇق. ئەزەلدىن مۇخبىر بىلەن ئۇچرىشىپ باقمىغان بۇ دېھقان بالىسى بىزنىڭ

① ئورىئانا فاللاچ: «مەشھۇر شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى»، 38 ـ بەت.

سورىغان سوئاللىرىمىزغا جاۋاب بېرىشنىڭ ئورنىغا، ئورنىدىن تۇرۇپ قولىلىرىنى قوۋۇشتۇرۇپ: «مەن خىزمەتنى ياخشى ئىشلىيەلمىدىم، سىلى ئاپتونوم رايوندىن كەلگەن باشلىق، يولىيورۇق بەرسىلە، كەمچىلىكىمىزنى تۈزىتىپ كەتسەك ...» دەپ تۇرۇۋالدى. «بىز باشلىق ئەمەس، مۇخبىر، سىلەردىن ئۆگەنگىلى كەلدۇق» دېگەن چۈشەندۈرۈشلىرىمىزمۇ بىكار كەتتى. ئاخىر زىيارەتنى توختىتىپ، بىللە غىزالىنىپ پاراڭلاشقاچ ئېتىزلىققا چىقتۇق ھەم «بىرمو يەردىن قانچىلىك بۇغداي چىقتى؟»، «نەچچە قېتىم ئوغۇتلىدىڭلار؟»، «نېمىشقا قوناقنى باشقىلارنىڭكىدىن شالاڭ قىلىپ تاقلىدىڭلار؟»، «تېرىغان قوغۇن - تاۋۇزۇڭلارنىڭ چوڭى قانچە كىلوگىرام چوڭلۇقتا چۈشتى؟» ... دېگەندەك سوئاللارنى قويدۇق. بۇ چاغدا ياش دېھقان بىزنىڭ مۇخبىر ئىكەنلىكىمىزنى ئۇنتۇغان ھالدا زوق - شوق بىلەن سۆزلەپ كەتتى.

3. «بۇرنىدىن يېتىلەش» ئۇسۇلى.

بۇ ئىلھاملاندۇرۇش ۋە يېتەكلەش خاراكتېرىدىكى سوئال سوراش ئۇسۇلىدۇر. بەزى زىيارەت ئوبيېكتلىرى كۆڭلىدە نۇرغۇن ئىشلار بولسىمۇ، كەمتەرلىك قىلىپ سۆزلەشنى خالىمايدۇ ياكى جىمغۇرلۇقىدىن. ئىشلەشنىلا بىلىپ، سۆزلەشنى بىلمەيدۇ ۋە ياكى سۆزلەشنى خالىسىمۇ، نېمە دېيىشنى بىلەلمەي قالىدۇ. مۇشۇ خىل زىيارەت ئوبيېكتلىرىغا قارىتا «بۇرنىدىن يېتىلەش» ئۇسۇلىنى قوللىنىشقا بولىدۇ.

كۆپىنچە مۇخبىرلار مەلۇم بىر شەخسنى خەۋەر قىلىشتىن ئىلگىرى ئالدى بىلەن ئۇنىڭ ئەتراپىدىكى كىشىلەرنى، رەھبەرلەرنى، خىزمەتداشلىرىنى، ئاممىنى ۋە ئائىلىسىدىكىلەرنى ئىزدەپ تېپىپ، يېتەرلىك ماتېرىيالغا ئىگە بولغاندىن كېيىن ئاندىن ئۆزى بىلەن سۆزلىشىدۇ. بۇ ئىلغار شەخسلەرنى ۋە بىرەر مەسىلىنى تەكشۈرۈش خاراكتېرىدىكى خەۋەرلەرنى يېزىشتا دائىم قوللىنىلىدىغان زىيارەت ئۇسۇلى. بۇنىڭدا مۇخبىر ئالدىن ئىگىلىگەن ماتېرىياللىرى ئاساسىدا كۆڭلىدە سان تۇرغۇزۇۋېلىپ

118

نەق سوئاللارنى سورىيالايدۇ ياكى زىيارەت ئوبيېكتى سۆزلەشنى خالىمىسا، ئېسىگە ئالالماي قالسا، كونكرېت مىساللىرى بىلەن كۆرسىتىپ بېرىپ، «بۇ ئىش مۇشۇنداق بولغانمىدى؟»، «سىز شۇ ۋاقىتتا مۇشۇنداق دېگەن (قىلغان، ئويلىغان) مىدىڭىز؟» دېگەندەك سۆزلەر بىلەن ئوبيېكتنى تولۇق ئىسپاتلاپ بېرىشكە ۋە تەستىقلاشقا يېتەكلەيدۇ. مەسىلەن:

«گەندى خانىم، سىز ناھايىتى تەكەببۇر ئىكەنسىز. 1966 - يىلى ئاچارچىلىق يۈز بەرگەندە سىز دۇنيانىڭ ياردىمىنى رەت قىلدىڭىز، بۇ تەكەببۇرلۇقنىڭ ئىپادىسى ئەمەسمۇ؟ يادىمدا قېلىشىچە، شۇ چاغدا ئاشلىق ۋە يېمەك - ئىچمەك قاچىلانغان پاراخوتلار نابلوس پورتىدىن قوزغىلالمىدى. ھىندىستان خەلقى ئاچلىقتىن ئۆلۈپ كەتتى، ھەممەيلەن ئازاب چەكتى. شۇنداق ئەمەسمۇ؟»[1]

بۇ يەردە تەكىتلەپ ئۆتىدىغىنىمىز، بۇرۇندىن «يېتىلەش» ئۇسۇلىنى جەزمەن ئۆز پىكرىنى زىيارەت ئوبيېكتىغا مەجبۇرلاپ تاڭىدىغان «قىلتاققا چۈشۈرۈش» ئۇسۇلىدىن پەرقلەندۈرۈش كېرەك، چۈنكى، «قىلتاققا چۈشۈرۈش» ئۇسۇلى مۇخبىر ئۆزىنىڭ سۇبيېكتىپ ئارزۇ ۋە پەرەزلىرىنى زىيارەت ئوبيېكتىغا مەجبۇرلاپ دېگۈزىدىغان خاتا ئۇسۇلدۇر.

4. قىياسەن سوراش ئۇسۇلى.

زىيارەت جەريانىدا گاھىدا ئوبيېكتنىڭ پىكىر قىلىشىنى، ئەسلىشىنى ئىلگىرى سۈرۈش ياكى ئۆزىنىڭ ئوي - پىكرىنى، بۇرۇن ئىگىلىگەن ئۇچۇرلىرىنى ئىسپاتلاش يۈزىسىدىن مۇخبىرلار بەزى قىياس ۋە پەرەز خاراكتېرىدىكى سوئاللارنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ. بۇ خىل سوئال سوراش ئۇسۇلى ئاساسەن ئەھۋالنى بىلىسمۇ، تولۇق سۆزلەپ بېرىشنى خالىمايدىغان زىيارەت ئوبيېكتلىرىغا قوللىنىلىدۇ.

مەسىلەن، 1986 - يىلى ئامېرىكا «نيۇيورك ۋاقىت گېزىتى»

---

[1] ئورىئانا فالاچ: «مەشھۇر شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى»، 50 - بەت.

نىڭ ئايال مۇخبىرى چۈشكىچىگە كېلىپ، كارخانىلاردا زاۋۇت باشلىقى مەسئۇل بولۇش تۈزۈمى يولغا قويۇلغاندىن كېيىن، زاۋۇت پارتكومى ۋە پارتكوم شۇجىسىنىڭ يەنە قانداق رولى قالدى، بۇ پارتكوم ھوقۇقىنىڭ كىچىكلىگەنلىكىدىن دېرەك بېرەمدۇ؟ بۇنىڭغا پارتكوم شۇجىسى قانداق پوزىتسىيە تۇتىدۇ؟ دېگەن مەسىلىلەرنى ئىگىلەش ئۈچۈن، بىر زاۋۇتنىڭ پارتكوم شۇجىسىدىن: «مۇبادا سىزنى تاللىۋېلىنىشقا قويسا، زاۋۇت باشلىقى بولۇشنى خالامسىز ياكى پارتكوم شۇجىسى بولۇشنىمۇ؟» دەپ سورىغان.①

قىياسەن سوئال سوراشتا چوقۇم ئالدىن ئىگىلىگەن بەلگىلىك پاكىتلىق ماتېرىياللارنى ئاساس قىلىش كېرەك. ئۇ قۇرۇقتىن ـ قۇرۇق تەسەۋۋۇر بولۇپ قالسا بولمايدۇ. چۈنكى، بۇ ئۇسۇلنى قوللانغاندا زىيارەت ئوبيېكتى «ھېچنېمە دەپ بېرەلمەيمىز» دەپ جاۋاب بەرگەن تەقدىردىمۇ، مۇخبىر يەنىلا خەۋەر بېرەلەيدۇ. مەسىلەن، مۇخبىر مەلۇم بىر دۆلەتتە يۈز بەرگەن ئايروپىلان چۈشۈپ كېتىش ۋەقەسىنى ئىسپاتلاش ئۈچۈن، بۇ دۆلەتنىڭ ئاخبارات مەھكىمىسىدىن: «دۆلىتىڭلاردا يېقىندا ئايروپىلان چۈشۈپ كېتىش ۋەقەسى يۈز بەردىمۇ؟» دەپ سورىسا، قارشى تەرەپ: «بۇ ھەقتە ھېچنېمە دەپ بېرەلمەيمىز» دەيدۇ ـ دە، ئىش تۈگەيدۇ. ئەگەردە «پالانى ئاينىڭ پالانى كۈنى دۆلىتىڭلارنىڭ پالانى يېرىدە بىر ئايروپىلان چۈشۈپ كېتىپتۇ. بۇ ۋەقە توغرىسىدا سىز نېمىلەرنى دەپ بېرەلەيسىز؟» دېگەن سوئال سورالسا، قارشى تەرەپ يەنە ئىنكار قىلغان تەقدىردىمۇ بۇنىڭدىن بىر پارچە خەۋەر چىقىدۇ.

5. دەيدەيگە سېلىش ئۇسۇلى.

بۇ، سوئالنى قەستەن خاتا سوراش ئۇسۇلى بولۇپ، ئۇنىڭدا مۇخبىر سوئالنى تەتۈر سورايدۇ ياكى قەستەن خاتا چۈشەنگەن بولۇۋېلىپ، قارشى تەرەپنىڭ چىشىغا تېگىدىغان، ئاچچىقىنى

① «جۇڭگو مۇخبىرلىرى»، 1987 ـ يىللىق 2 ـ سان.

كەلتۈرىدىغان سوئاللارنى سوراپ، زىيارەت ئوبيېكتىنى دېيىشنى خالىمايدىغان سۆزلەرنى دېيىشكە مەجبۇر قىلىدۇ.

مەسىلەن، 1936 ـ يىلى سنو يەنئەندە ماۋ جۇشىنى زىيارەت قىلىپ، ماۋ جۇشىنى ئۆزىنىڭ تارىخىنى سۆزلەپ بېرىشكە تەكلىپ قىلىدۇ. ماۋ جۇشى دەسلەپتە بۇ مەسىلىدىن ئۆزىنى قاچۇرىدۇ. بۇ چاغدا سنو ماۋ جۇشىغا بىرمۇنچە ماتېرىياللارنى سۆزلەپ بېرىپ: «سىرتتا سىز توغرۇلۇق نۇرغۇن رىۋايەت ۋە ئىغۋالار بار ئىكەن. مۇشۇلارنىڭ ھەممىسى راستمىدۇ؟» دەپ سورايدۇ. ماۋ جۇشى بۇنى ئاڭلاپ ئەجەبلەنگەن ھالدا سەل ئاچچىقلىنىدۇ ۋە ئىغۋالارنى تۈزىتىش ئۈچۈن، ئۆز تارىخىنى سۆزلەپ بېرىدۇ.

دەيدەيگە سېلىش ۋە چىچاڭشىتىش، دۇنيادىكى مەشھۇر زاتلارنى زىيارەت قىلىش بىلەن داڭ چىقارغان ئىتالىيەلىك ئايال مۇخبىر فاللاچىنىڭ ئەڭ كۆپ قوللىنىدىغان ئۇسۇلى. تۆۋەندە ئۇنىڭ مەشھۇر زاتلارنى زىيارەت قىلغان چاغدىكى بىرنەچچە سوئالىنى كۆرۈپ باقايلى:

«ئالىيلىرى، بۇرۇن سىزدە قارا نىيەت بولغانمۇ؟»

ــ سىخانوكنى زىيارەت

«گەندى خانىم، سىز ئاياللار ھوقۇقچىلىقىنىڭ تەشەببۇسچىسىغۇ دەيمەن؟»

«مەن سىزنى ئائىلە ئايالى بولالايدۇ دەپ زادىلا تەسەۋۋۇر قىلالمايمەن.»

ــ ئىندىرا گەندىنى زىيارەت

«ئالىيلىرى، ئۇ سىزنى ئىككى ياققا ئېغىپ توختىمايدىغان، تۇتامى يوق، بوگۇن بىر خىل پىكىر قىلسا، ئەتىسى يەنە بىر خىل پىكىر قىلىدىغان ئادەم، ئۇنىڭ خىيالىدا نېمە بارلىقىنى مەڭگۈ بىلگىلى بولمايدۇ، دەيدۇغۇ؟»

ــ ئەلى بۇتتونى زىيارەت①

① ئورىئانا فاللاچ: «مەشھۇر شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى».

6. ئىز قوغلاش ئۇسۇلى.

بۇ ئادەتتە كۆپرەك قوللىنىلىدىغان سوئال سوراش ئۇسۇلى بولۇپ، مۇخبىر زىيارەتتىكى مۇھىم پاكىتنى، ئاساسىي ماتېرىيالنى چىڭ تۇتۇپ تۇرۇپ، ماھىيەتلىك مەسىلە ۋە تېپىك تەپسىلاتلارغىچە ئىنچىكىلەپ كېيىنى ـ كەينىدىن سوئال قويىدۇ، مەسىلە تەلتۆكۈس ئايدىڭ بولمىغۇچە توختىمايدۇ.

ئىز قوغلاپ سوئال سورىغاندا زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ پىكرى بارغانچە ئېچىلىشى، سۆزلىگەنسېرى ئۆزىمۇ قىزىقىپ، ئېچىلىپ سۆزلەيدىغان بولۇشى كېرەك. ھەتتا تەنقىد خاراكتېرىدىكى خەۋەرلەردىمۇ قارشى تەرەپ تېرىكمەيدىغان بولۇشى لازىم. شۇڭا، مۇخبىرنىڭ پوزىتسىيەسى ۋە تەلەپپۇزى قىستاش، سوتلاش كەيپىياتىدا بولماستىن، مۇلايىم ھەم كۆڭۈلۈك قىزىقىش كەيپىياتىدا بولۇشى كېرەك.

مەسىلەن، ئامېرىكىلىق داڭلىق مۇخبىر ھېلسىن 1984 ـ يىلى قىزىل ئارمىيەنىڭ ئۇزۇن سەپەرنى باسقانلىقى توغرىسىدا بىر كىتاب يازماقچى بولۇپ ئېلىمىزگە زىيارەتكە كېلىدۇ. ئۇ ۋۇ شۇچۇەننى زىيارەت قىلغان چاغدا «رېدىنىڭ رەڭگىرويى قانداق ئىدى؟» دېگەن سوئالنى سورايدۇ، رېد ئەينى ۋاقىتتا خەلقئارا ئىنتېرناتسىيونالنىڭ ۋەكىلى بولۇپ، ۋۇ شۇچۇەن ئۇنىڭ تەرجىمانى ئىدى. ۋۇ شۇچۇەن «ئۇ ياۋروپادىن كەلگەن ئاق تەنلىك بولغاچقا، ئەلۋەتتە چىرايىمۇ ئاق ئىدى» دەپ جاۋاب بېرىدۇ.

ھېلسىن: «ئۇنداقتا ئۇنىڭ قىزىرىدىغان ۋاقىتلىرىمۇ بولامتى؟»

ۋۇ شۇچۇەن: «ئەلۋەتتە بولىدۇ ـ دە.»

ھېلسىن: «زۇنيى يىغىنىدا ئۇ قىزارغانمىدى؟»

ۋۇ شۇچۇەن: «قىزارغان.»

ھېلسىن: «سىز ئۇنىڭ قايسى چاغدا قىزىرىپ، قايسى چاغدا تاتىرىپ كەتكەنلىكىنى دەپ بېرەلەمسىز؟»

ۋۇ شۇچۇەن: «ئېسىمدە قېلىشىچە، گوبو سۆزلىگەندە ئۇنىڭ يۈزى قىزىرىپ كەتكەن، ماۋ زېدۇڭ سۆزلىگەندە بولسا تاتىرىپ

كەتكەنىدى.»[1] ...

دېمەك، ھېلىسىن قەدەممۇقەدەم ئىز قوغلاپ سوراش ئارقىلىق، يازماقچى بولغان خەۋىرىگە ناھايىتى مۇھىم بولغان بىر تەپسىلاتنى تەييار قىلغان.

7. يول قويۇش ئۇسۇلى.

زىيارەت جەريانىدا خىلمۇخىل سەۋەبلەر تۈپەيلىدىن زىيارەت ئوبيېكتى سۆزلەشنى خالىمايدىغان ياكى زىيارەتنى رەت قىلىدىغان ئەھۋاللار ئۇچرايدۇ. بۇنداق چاغدا مۇخبىر زورمۇزور قىستاپ تۇرۇۋالماستىن، زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ كۆڭلىدىكى ئەندىشىسىنى تۈگىتىشكە ياردەم بېرىشى، ئەڭ ياخشىسى، زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ مەلۇم تەلىپىگە يول قويۇش ئۇسۇلىنى قوللىنىش كېرەك. ھەرقانداق بىر ئادەم، باشقىلارنىڭ ئۆزىنى ھۆرمەتلىشىنى ئارزۇ قىلىدۇ، شۇ كىشىنىڭ بۇ خىل ئارزۇسى ئەمەلگە ئاشۇرۇلغان ھامان، ئۇنىڭدا كۈچلۈك ئىچكى كۈچ پەيدا بولىدۇ ـ دە، كۆڭلىدىكى ئەندىشىسىمۇ تۈگەيدۇ. يول قويۇش، ھۆرمەت قىلىش يولى ئارقىلىق مۇخبىر «كاۋاپمۇ كۆيمەيدىغان، زىخمۇ كۆيمەيدىغان» نەتىجىگە ئېرىشەلەيدۇ.

1987 ـ يىلى بېيجىڭلىق بىرنەچچە مۇخبىر كۆكخوت شەھىرىگە كېلىپ، بۇ يەردە ماكانلاشقان جۇبىڭجيەننى زىيارەت قىلماقچى بولىدۇ. چاي ئىچىشىپ بولغاندىن كېيىن، مۇخبىرلار دەپتەر ـ قەلەملىرىنى ۋە ئۈنئالغۇلىرىنى ئېلىپ گەپ باشلىماقچى بولۇشىدۇ. بۇ چاغدا جوۋبىڭجيەن ئۇلارنى توسۇپ: «سىلەر مېھمان بولغىلى كەلسەڭلار قارشى ئالىمەن، لېكىن زىيارەت قىلىمەن دېسەڭلار بولمايدۇ. جوۋ ئېنلەينىڭ جىيەن قىزى بولغانلىقىم ئۈچۈنلا مېنى تېپ قىلىۋالامسىلەر؟ خۇددى مەن مەخسۇس مىللەتلەر ئىتتىپاقلىقى بىلەن شۇغۇللانغىلى كەلگەندەك، (زامانىمىزدىكى ۋاڭ جاۋجۈن) دەپ كەتكىنىڭلار نېمىسى؟ بۇنداق خەۋەرلەر ناھايىتى كۆپ بولۇپ كەتتى. مەن زادىلا ياقتۇرمايمەن» دەيدۇ. شۇنىڭ بىلەن زىيارەتمۇ قاملاشمايدۇ.

[1] «جۇڭگو مۇخبىرلىرى»، 88 ـ يىلى 3 ـ سان.

ئەتىسى «بېيجىڭ گېزىتى»نىڭ مۇخبىرى ئۇنىڭ ئۆيىگە كېلىپ: «بىز جوۋ زۇڭلىنىڭ جىيەن قىزى جوۋ بىڭجىيەن توغرىسىدا ئەمەس، بەلكى بىر بېيجىڭلىقنىڭ بۇ يەردە ياشاۋاتقانلىقى ھەققىدە سۆزلەشسەك قانداق؟» دەيدۇ. بۇ گەپنى ئاڭلاپ جوۋ بىڭجىيەن رەت قىلىشقا ئامالسىز قېلىپ، كەڭ ـ كۇشادە سۆزلەپ بېرىدۇ.

يول قويۇش ئۇسۇلى ماھىيەتتە مۇخبىرنىڭ كەينىگە بىر قەدەم چېكىنىپ تۇرۇپ، قايتا ھۇجۇم قىلىشىنىڭ ئامالىنى ئىزدەش ئۇسۇلى. ئوبيېكت زىيارەتنى رەت قىلغاندا، مۇخبىر پەشنى قېقىپ رەنجىپ كېتىپ قالماستىن «يۈزىنى قېلىن»راق قىلىپ، ئۇنىڭغا قايسى تەرەپتىن يول قويسا قايتا يارىشىۋالغىلى بولىدىغانلىقىنى تەتقىق قىلىپ كۆرسە بولىدۇ.

8. يوشۇرۇن سوراش ئۇسۇلى.

گاھىدا مۇخبىرلار ئەسلىي مەقسىتىنى ئۇدۇل ئېيتماستىن، يان تەرەپتىن كوچىلاش ياكى «سامانىنىڭ تېگىدىن سۇ يۈگۈرتۈش» يولى بىلەن بېشارەت بېرىش ئۇسۇلىنى قوللىنىدۇ. بۇ يوشۇرۇن سوئال سوراش ئۇسۇلى دېيىلىدۇ. تۆۋەندىكى ئىككى مىسالنى كۆرۈپ باقايلى:

1) «فاللاچ: ئالىيلىرى، سىز جوۋ ئېنلەيگە كونسۇلخانا خادىملىرىنى ناخشا ئېيتقۇزغان ئىشىڭىزنى ئەزەلدىن دەپ بېرىپ باقمىدىڭىزمۇ؟

سىخانوك: ئوھۇي، ياق ! پوخۇر بەگزادە بولۇپ يۈرگەن چاغلىرىمدىكى ئىشلارنى ئۇنىڭغا ئەزەلدىن سۆزلەپ باقمىدىم، خۇددى بەش توقال خانىشىمنىڭ ئىشىنى دېمىگىنىمگە ئوخشاش. جوۋ ئېنلەي بۇنداق ئىشلارنى كەچۈرمەيدۇ، دەپ قارايمەن. چۈنكى، جۇڭگولۇقلار بۇنداق ئىشلاردا ناھايىتى ئېھتىياتچان ۋە جىددىي پوزىتسىيە تۇتىدۇ...

فاللاچ: كەچۈرۈڭ، سىز بەش توقال خانىشىم بار دېدىڭىزمۇ؟

سىخانوك: شۇنداق، خېنىم، مېنىڭ بەش توقال خانىشىم بار. ئون ئۈچ پەرزەنتىمنىڭ ئون بىرىنى ئاشۇلار تۇغقان... بوۋامنىڭ

ئاتمىش خانىشى، ئۇلۇغ بوۋامنىڭ ئۈچ يۈز خانىشى بولغانىكەن، ئۇلارغا سېلىشتۇرغاندا بەش خانىشىمنى كۆپ دېگىلى بولمايدۇ...» ①

2) ... مەن ئېھتىياتچانلىق بىلەن ئۇنى گەپكە سېلىشقا تىرىشتىم.

« — چاقچاق قىلىپ كۆرسەك قانداق دەيسىز؟

— تۇنۇگۈن تەكلىپ بىلەن زۇڭتۇڭ زىياپىتىگە قاتناشقانلار ئىچىدە سىزنىڭ ئىسمىڭىز ئېلىس روزلىق خانىمنىڭ كەينىگە تىزىلىپتۇ، بۇنىڭ مەلۇم رومانتىكلىق تۇسى بارمۇ، نېمە؟

— بارلىق توي قىلغان ئائىلىلەر ئىچىدە كىشىلەر پەقەت شۇنىڭ بىلەنلا مېنىڭ مۇناسىۋىتىم يوق دېيىشىدۇ، — كىسىنگىر شۇنداق دېدى ـ دە، مىيىقىدا كۈلۈپ قويدى ...»②

بۇ ئىككى مىسالدىن شۇنى كۆرۈۋالغىلى بولىدۇكى، مۇخبىرلار زىيارەت ئوبيېكتىدىن بىۋاستە سوراش ئەپسىز بولغان مەسىلىنى يان تەرەپتىن كوچىلاش ئۇسۇلى ئارقىلىق، ئوبيېكتتىن ئەسلى كۆزلىگەن ماتېرىيالنى ناھايىتى ئەدەپلىك ۋە ماھىرلىق بىلەن قولغا كەلتۈرگەن.

يۇقىرىدىكىلەردىن باشقا، مۇخبىر زىيارەت داۋامىدا ئوبيېكت سۆزلەۋاتقان چاغدا ھۆرمەت تۇيغۇسى بىلەن كۆڭۈل قويۇپ ئاڭلىشى، خۇشياقماسلىق ئىپادىسىدە بولماسلىقى، تاماكا چەكمەسلىكى، ئۇ يەر ـ بۇ يەرگە ھاڭۋېقىپ قارىماسلىقى، ئاجايىپ ـ غارايىپ ئىشلارنى ئاڭلىغاندا چۆچۈپ ھەيران بولۇپ كەتمەسلىكى لازىم. شۇنىڭ بىلەن بىللە دىققەت بىلەن ئاڭلىدىم دەپ ياغاچ ئادەمدەك قېتىپ، باشتىن ـ ئاخىر بىر خىل قىياپەتتە ئولتۇرماستىن، مۇۋاپىق ئىنكاس قايتۇرۇپ، ئەستىقلاش ۋە ياقتۇرۇش ئىپادىسىدە بولۇش لازىم.

---

① ئوررىئانا فاللاچ: «مەشھۇر شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى»، 10 ـ بەت.

② سىئول پېت: «كىسىنگىرنى زىيارەت» — «چەت ئەل ئاخبارات ئەسەرلىرىدىن تاللانما»، 147 ـ بەت.

ئالتىنچى باب كۆزىتىش

مۇخبىرلىق ئۇسۇلى (2)

كۆزىتىش ــ بىۋاسىتە كۆزىتىش ياكى كۆز بىلەن مۇخبىرلىق قىلىش دەپمۇ ئاتىلىدۇ، ئۇ شەيئىلەرنىڭ تەبىئىي شارائىتىدا مەلۇم ۋەزىپە ئۈچۈن ئېلىپ بېرىلىدىغان پىلانلىق ھېسسىي بىلىش جەريانىدۇر. شۇڭلاشقا، ئۇ مۇخبىرنىڭ ئاكتىپ پىكىر يۈرگۈزۈشى بىلەن زىچ بىرلەشتۈرۈلىدۇ.

كۆزىتىش مۇخبىرنىڭ جانلىق، چوڭقۇر ئەھمىيەتلىك ئاخبارات پاكىتلىرىغا ئىگە بولۇشتىكى ئاساسىي يولى. ئايرىم چاغلاردا زىيارەت قىلىشقا مۇمكىن بولمىغاندا، كۆزىتىش ئۇسۇلىنى قوللىنىشقا بولىۋېرىدۇ. «كۆزىتىش بىر خىل ئۇلۇغ كۈچتۇر» دەيدۇ ن. ك. كىروپىسكايا. نۇرغۇنلىغان ئالىملار كۆزىتىش ئادىتىنى يېتىلدۈرۈش بىر تالاي ئىلمىي بىلىمگە ئىگە بولۇشتىنمۇ مۇھىم دەپ ھېسابلايدۇ. بۇ قائىدە مۇخبىرلىققىمۇ مۇۋاپىق كېلىدۇ، جۇڭگو ۋە چەت ئەلدىكى نۇرغۇن مۇخبىرلارنىڭ تەجرىبىسى كۆزىتىشكە ماھىر بولۇشنىڭ زىيارەتتە مۇۋەپپەقىيەتكە ئېرىشىشنىڭ ئۈنۈملۈك يولى ئىكەنلىكىنى ئىسپاتلىدى.

بىرىنچى پاراگراف كۆزىتىشنىڭ رولى ۋە ئەھمىيىتى

بىزنىڭ مۇخبىرلىرىمىزدا قەلەم ۋە ئاپپارات ئارقىلىق مۇخبىرلىق قىلىشقا ئەھمىيەت بېرىپ، كۆز بىلەن مۇخبىرلىق

قىلىشقا سەل قارايدىغان ئەھۋال يەنىلا ئېغىر دەرىجىدە ساقلانماقتا، بىرمۇنچىلىغان خەۋەرلىرىمىزنىڭ قۇرغاق، ئاددىي، رەڭسىز بولۇپ قېلىشى، ئۇنىڭدا ئۇقۇملاشقان نەرسىلەرنىڭ كۆپ، ئەمەلىي كۆرۈنۈش، ئادەم ۋە پائالىيەتنىڭ كەمچىل بولۇشى دەل مۇخبىرلىرىمىزنىڭ كۆزىتىش ئىقتىدارىنىڭ ئاجىزلىقىنىڭ سەۋەبىدۇر. ئۇنداقتا كۆزىتىش قانداق ئەھمىيەتكە ئىگە؟

1. كۆزىتىش ئېلىپ بارغاندا مۇخبىرلىقتا ئەڭ ياخشى ئۈنۈمگە ئېرىشكىلى بولىدۇ.

بىر قېتىملىق مۇخبىرلىق ئۇچۇن ئېيتقاندا، قىسقا ۋاقىت ئىچىدە ھەقىقىي، توغرا، جانلىق بولغان ئاخبارات پاكىتلىرىغا ئىگە بولۇش ئانچە ئاسان ئىش ئەمەس، بۇنىڭدا مۇخبىر ئاغزى، قۇلىقى، قولىنى ئىشقا سېلىشتىن باشقا، كۆزدىن ئىبارەت بۇ ئەڭ ئۆتكۈر قورالنى ئىشقا سېلىشقا ماھىر بولغاندىلا، ئەڭ ياخشى زىيارەت ئۈنۈمىگە ئېرىشەلەيدۇ. تۆۋەندىكى ئىككى پارچە خەۋەرنى كۆرۈپ باقايلى:

«شاڭخەي شەھەرلىك سانائەت سىستېمىسى بويىچە ئەلا سۈپەتلىك مەھسۇلاتلارنىڭ يەرمەنكىسى تۈنۈگۈن شاڭخەي سانائەت كۆرگەزمىخانىسىدا رەسمىي يەرمەنكە قىلىندى. بۇ قېتىمقى يەرمەنكە سانائەت كارخانىلىرىنىڭ تېخىمۇ كۆپ سۈپەتلىك مەھسۇلاتلارنى ئىشلەپچىقىرىشنى جەزمەن ئىلگىرى سۈرۈپ، ئەلا سۈپەتلىك ئىشلەپچىقىرىش پائالىيىتىنىڭ چوڭقۇرلىشىشىغا تۈرتكە بولىدۇ.»

«نەنجىڭ يولىدىكى بىر چوڭ قورۇدا بىز نۇرغۇن كىشىلەرنىڭ يىڭنىچە بىر خىل ‹ئويۇن›نى كۆرۈۋاتقانلىقىنى كۆردۇق. رەختتىن تىكىلگەن بىر خىل يامغۇرلۇق چاپانغا تورۇبا ئارقىلىق خېلى ئۇزاققىچە سۇ چېچىلغان بولسىمۇ، چاپان ھۆل بولمىدى. چاپانغا چېچىلغان سۇ خۇددى نىلۇپەر يايپرىقىدىكى سۇ ئۇنچىلىرىدەك دومىلاپ چۈشۈپ كېتىۋاتاتتى. يەنە بىر يەردە مۇشۇ خىل

رەختتىن ياسالغان لېگەنگە سۇ ئېلىپ قويۇلغان بولۇپ، ئۇنىڭدىن ئازراقمۇ سۇ تامچىمايتتى. بۇ رەختتىن تىكىلگەن چاپان جۇڭگو ۋە چەت ئەللەردە داڭقى چىققان «بۈيۈك زېمىن» ماركىلىق يامغۇرلۇق چاپان بولۇپ، ئۇ باشقا بىر مىڭ يەتتە خىل ئەلا سۈپەتلىك مەھسۇلات بىلەن بىللە، بۈگۈن ئېچىلغان شاڭخەي شەھەرلىك ئەلا سۈپەتلىك مەھسۇلاتلار يەرمەنكىسىگە قويۇلدى.»①

ئوخشاش بىر ۋەقە توغرىسىدا يېزىلغان بۇ ئىككى پارچە خەۋەر مۇخبىرنىڭ كۆزىتىشكە ئەھمىيەت بېرىش دەرىجىسىنىڭ ئوخشىمىغانلىقى سەۋەبىدىن روشەن ئىككى خىل ئۈنۈمگە ئېرىشكەن. كېيىنكى خەۋەرنىڭ ئاپتورى كۆرگەزمە مەيدانى ۋە كۆرگەزمە قىلىنغان مەھسۇلاتلارنىڭ سۈپىتىنى ئەستايىدىل، ئىنچىكە كۆزىتىپ، خەۋەرنى جانلىق، ئىشەنچلىك، قىزىقارلىق قىلىپ يېزىپ چىققان. شۇنداق ئېيتىشقا بولىدۇكى، ئالدىنقى خەۋەرنىڭ مۇخبىرى كۆزىنى ئىشقا سالمىغانلىقتىن مەغلۇبىيەتكە ئۇچرىغان.

بەزى مۇخبىرلار، پەقەت زىيارەت ئوبيېكتى سۆزلەپ بەرگەن، مۇخبىر خاتىرىسىگە يېزىۋالغان نەرسىلەرلا ھەقىقىي ماتېرىيال بولىدۇ، مۇخبىرلىق دېگەنمۇ شۇنداق بولىدۇ، دەپ قارايدۇ. كۆزى كۆرۈپ تۇرغان نەرسىلەرنى بولسا ھېسابقا ئالمايدۇ. ئۇنى مۇخبىرلىق دەپ ھېسابلىمايدۇ، كۆزگە كۆرۈنۈپ تۇرغان ماتېرىياللارنى كېرەكسىز نەرسە دەپ ھېسابلايدۇ، نەتىجىدە زىيارەتتە ياخشى ئۈنۈمگە ئېرىشەلمەيدۇ.

2. كۆزىتىش ئېلىپ بارغاندا ھەقىقىي تۇردە ئامىمنىڭ ۋەكىلى بولغىلى بولىدۇ.

بىزگە مەلۇمكى، مۇخبىر ئاخبارات ئورگىنىغا ۋە ئوتتۇرىغا

---

① «ئاخبارات يېزىقچىلىقى ماھارىتى»، شىنجاڭ ياشلار - ئۆسمۈرلەر نەشرىياتى، 54 - بەت.

چىقىش ئىمكانىيىتى بولمىغان قوبۇل قىلغۇچىلارغا ۋاكالىتەن زىيارەت پائالىيىتى بىلەن شوغۇللىنىدۇ. بولۇپمۇ بەزى زور مۇھىم ۋەقەلەرنى، ئۇشتۇمتۇت يۈز بەرگەن ئىشلارنى، تارىخىي خاراكتېرلىك كۆرۈنۈشلەرنى قوبۇل قىلغۇچىلارنىڭ ھەممىسى بىۋاسىتە كۆرۈشكە مۇيەسسەر بولالمايدۇ. بۇنداق چاغدا ئۇلار ئۈمىدنى مۇخبىرلارغا باغلاپ، ئۇلارنىڭ كۆز بىلەن، سۈرەت ۋە سىنئالغۇ ئاپپاراتلىرى بىلەن كۆرۈپ، ئۆزلىرىگە جانلىق، ئىنچام قىلىپ دوكلات قىلىشىنى كۈتىدۇ. شۇنىڭ ئۈچۈنمۇ مۇخبىرنىڭ نەق مەيداندىن كۆزىتىش ئارقىلىق بەرگەن خەۋەرلىرى مۇشتەرىلەرنى ئالاھىدە جەلپ قىلىدۇ. شۇڭا، قوبۇل قىلغۇچىلار ۋە خەلق ئاممىسىنىڭ چوڭقۇر ئۈمىدلىرى يۈكلەنگەن كۆزنى مۇخبىرلار ھەقىقىي ئىشقا سېلىشنى بىلىشى لازىم.

3. كۆزىتىش مۇخبىرنىڭ ئۆز ئىلكىدىكى مۇخبىرلىق ۋاستىسىدۇر.

بۇنداق دېيىشىمىزدىكى سەۋەب، مۇخبىرلار زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ رۇخسىتى ۋە ماسلىشىشىغا ئېرىشمەيمۇ زىيارەت قىلىش ئىمكانىيىتىگە ئىگە بولالايدۇ. مۇخبىرلىق قىلىش پائالىيىتى جەريانىدا خىلمۇخىل سەۋەبلەر تۈپەيلىدىن، مۇخبىرنىڭ سوئالىغا جاۋاب بېرىشنى رەت قىلىدۇ، لېكىن مۇخبىرنىڭ كۆزىنى ئېتىپ قويالمايدۇ. بەزى مۇخبىرلىق پائالىيەتلىرىدە زىيارەت ئوبيېكتىنى تېپىش قىيىن بولىدۇ، بۇ چاغدا مۇخبىر پۈتۈنلەي كۆز بىلەن كۆزىتىشكە تايىنىدۇ. بۇنىڭدىن باشقا، بەزى مۇھىم زور سىياسىي پائالىيەتلەرنى، دىپلوماتىيە پائالىيەتلىرىنى، ئۇشتۇمتۇت يۈز بەرگەن زور ئاپەتلەرنى، ۋەقەلەرنى، مۇھىم دېلو تۇغرىسىدىكى ئۇچۇق سوتلارنى كۆپىنچە بىۋاسىتە زىيارەت قىلىشقا مۇمكىن بولمايدۇ. شۇڭا، بۇلاردا مۇخبىر ئاساسلىقى كۆزىتىش ئارقىلىق ماتېرىيال ئىگىلەشكە تايىنىدۇ.

شۇنداق دېسەك ئارتۇق كەتمەيدۇكى، ئەڭ مۇنەۋۋەر ئاخبارات

ئەسىرى كۆپىنچە مۇخبىرلارنىڭ بىۋاسىتە كۆزىتىشىدىن ھاسىل بولىدۇ، ئەڭ مۇنەۋۋەر مۇخبىرمۇ ھامان نەزىرى ئەڭ ئۆتكۈر كۆزەتكۈچىدۇر. ئامېرىكىلىق داڭلىق مۇخبىر جون. رىد يازغان «دۇنيانى زىلزىلىگە كەلتۈرگەن ئون كۈن» ناملىق كىتابىمۇ ئۇنىڭ ئۆكتەبىر ئىنقىلابىنى بىۋاسىتە كۆزىتىش ۋە ئۇنىڭغا قاتنىشىش ئاساسىدا يېزىپ چىقىلغان. شۇڭا، جون. رىد: «بۇ كىتاب مەن ئۆز كۆزۈم بىلەن كۆرگەن ئۆزگەرگەن بىر تارىخنىڭ خاتىرىسى» دەيدۇ.

نۇرغۇن مۇخبىرلارنىڭ ئەمەلىيىتىدىن قارىغاندا، بىۋاسىتە كۆزىتىشنىڭ رولى تۆۋەندىكى بىرقانچە تەرەپلەردە ئىپادىلىنىدۇ:

1. بىۋاسىتە كۆزىتىش ئارقىلىق بىرىنچى قول ماتېرىيالنى قولغا كەلتۈرۈپ، ۋاسىتىلىك ماتېرىياللارنى تەكشۈرگىلى بولىدۇ.

زىيارەت قىلىش، دوكلات ئاڭلاش ۋە ماتېرىيال كۆرۈش قاتارلىق ۋاسىتىلەر ئارقىلىق ئىگە بولغان ماتېرىيال ئادەتتە ۋاسىتىلىك ماتېرىيال ھېسابلىنىدۇ. زىيارەت قىلىنغۇچى ۋەقەگە بىۋاسىتە مۇناسىۋەتلىك شەخس بولغان تەقدىردىمۇ پاكىت ئۇنىڭ ئاغزى ئارقىلىق بايان قىلىنىدىغان بولغاچقا، مۇئەييەن دەرىجىدە ئۆزگىرىپ كېتىدىغان ئەھۋاللار بولماي قالمايدۇ. ۋاھالەنكى، كۆزىتىش بۇنداق ئوتتۇرىدىكى ۋاسىتىلەردىن خالىي بولۇپ، ئاخبارات مەنبەسىدىن بىۋاسىتە ئېلىنىدىغان بولغاچقا، بۇنداق بىرىنچى قول ماتېرىيال بىرقەدەر ئوبيېكتىپلىققا ۋە بەلگىلىك نوپۇزغا ئىگە بولىدۇ (ئەلۋەتتە بۇ يەردە مۇخبىرنىڭ كۆزىتىشى خاتاسىز بولۇشى كېرەك). شۇنىڭ بىلەن بىللە بىرىنچى قول ماتېرىيال ئارقىلىق ۋاسىتىلىك ماتېرىيالنىڭ چىن ياكى ساختىلىقىنى تەكشۈرۈپ ئىسپاتلاشقا بولىدۇ.

1982 ـ يىلى بىر ئاقسۇ شەھىرىدىكى بىر ئاھالە كومىتېتىنىڭ ئىلغار ئىشلىرىنى زىيارەت قىلغىنىمىزدا، ئۇلار بىزگە دائىرىسىدىكى ئازغان ۋە ئوقۇشسىز قالغان ياشلار ـ

ئۆسمۈرلەرنى يىغىپ تەربىيەلىگەنلىكى، كەچلىك كۇرس ئېچىپ ئۈلارنىڭ ساۋاتىنى چىقارغانلىقى، بۇ ئىشنى نەچچە يىلدىن بېرى ئىزچىل داۋاملاشتۇرۇپ كېلىۋاتقانلىقى، ھازىرمۇ نەچچە ئون بالىنىڭ كەچلىك كۇرستا ئوقۇۋاتقانلىقى توغرىسىدا نۇرغۇن تەسىرلىك ماتېرىياللارنى سۆزلەپ بەردى. بىز ياتاققا قايتىپ ماقالىنىڭ ئاساسىي قۇرۇلمىسىنى پۈتكۈزۈپ بولغاندىن كېيىن، كەچتە ھېلىقى مەكتەپنى ئۆز كۆزىمىز بىلەن كۆرۈپ، بالىلار بىلەنمۇ سۆزلىشىش خىيالىغا كەلدۇق. «مەكتەپ»كە كەلگىنىمىزدە، توپا ـ چاڭ بېسىپ كەتكەن سىنىپنىڭ سۇنۇق دېرىزىلىرىدىن بىرنەچچە بالا كىرىپ ـ چىقىپ «مۆكمۆكىلەڭ» ئويناۋاتاتتى. دەرس ئۆتۈلگەن ئىزنانى كۆرگىلى بولمايتتى. شۇ ئەسنادا قورۇغا قارايدىغان بوۋاي يېتىپ كەلدى. ئۇ بىزگە، بىرنەچچە يىل ئىلگىرى بىرقانچە بالىنىڭ بۇ سىنىپقا كىرىپ ـ چىقىپ يۈرگىنىنى كۆرگەنلىكىنى، يېقىندىن بېرى بۇ ھويلىنىڭ چۆلدەرەپ قالغانلىقىنى سۆزلەپ بەردى ... روشەنكى، ئاھالە كومىتېتىدىكىلەر ئۆزىنى كۆرسىتىش ئۈچۈن، بىزگە بىرمۇنچە ئەھۋاللارنى كۆپتۈرۈپ مەلۇم قىلغانىدى. بىز نەق مەيداندا كۆزىتىش ئارقىلىق ساختا ماتېرىياللارنى ماقالىمىزدىن چىقىرىپ تاشلىدۇق.

ئادەتتە پىشقان مۇخبىرلار ئىشەنچلىك ماتېرىيالغا ئىگە بولغاندىن كېيىنمۇ، نەق مەيدانغا بېرىپ ماتېرىيالنى تەكشۈرۈشتىن ئۆتكۈزۈشنى ئۇنتۇمايدۇ. 1982 ـ يىلى مەلۇم بىر گېزىتكە شەنشى ئۆلكىسىدىكى ئاتمىش يەتتە ياشلىق بىر موماي ئون بىر ياشلىق ۋە ئون ئىككى ياشلىق ئىككى نەۋرىسى بىلەن بىرلىشىپ بىر يىرتقۇچ يولۋاسنى ئۆلتۈرگەنلىك خەۋىرى بېسىلىدۇ. بۇ خەۋەرنى كۆرگەن ئامېرىكىنىڭ بىر مۇخبىرى قاتتىق ھەيران بولىدۇ ھەم ئامېرىكىدىن ئاتايىن كېلىپ ھېلىقى موماي بىلەن كۆرۈشىدۇ ھەم ۋەقە يۈز بەرگەن نەق مەيدانغا بېرىپ كۆرۈپ، مومايىنىڭ تەمكىنلىكى ۋە ئامىتىگە ئاپىرىن ئوقۇيدۇ.

ئەسلىي ۋەقە مۇنداق ئىدى:

«موماي ئىككى نەۋرىسى بىلەن تاغقا ئوتۇن كەسكىلى چىققاندا، ئۇشتۇمتۇت بىر يولۋاس ئېتىلىپ چىقىدۇ. موماي تۇرغان يەر يارنىڭ لېۋى بولغاچقا، ئامالسىز يولۋاسقا قارشى تەييار تۇرىدۇ. شىددەت بىلەن ئېتىلىپ كەلگەن يولۋاس ئۆزىنى توختىتالماي، موماي بىلەن بىللە يەتتە ـ سەككىز مېتىر ئېگىزلىكتىكى تىك ياردىن يىقىلىدۇ. نەتىجىدە چوڭ بىر قورام تاشنىڭ ئۈستىگە موماي ئۈستىدە، يولۋاس ئاستىدا بولۇپ قاتتىق چۈشىدۇ. موماي يولۋاسنىڭ ئۈستىگە مىنىپ قالىدۇ. شۇ ئەسنادا ئىككى نەۋرىسى كېلىپ نىمجان يولۋاسنى ئۇر توقماق قىلىپ ئۆلتۈرىدۇ ...»①

بۇ مىسالدىن بىز تەلەپچان مۇخبىرلارنىڭ پاكىتلارنى نەق مەيدان تەكشۈرۈشىدىن ئۆتكۈزۈشكە نەقەدەر ئەھمىيەت بېرىدىغانلىقىنى چۈشىنىۋالالايمىز.

2. بېۋاسىتە كۆزىتىش ئارقىلىق نەق مەيداندىن جانلىق، ئوبرازلىق تەپسىلات ماتېرىياللىرىغا ئىگە بولغىلى بولىدۇ.

شىنخۇا ئاگېنتلىقىنىڭ داڭلىق مۇخبىرى مۇچىڭ «كۆرۈش تۇيغۇسىغا ئىگە خەۋەرلەرنى يېزىشنى ئۆگىنىۋېلىش كېرەك» دەپ تەكىتلىگەنىدى. «كۆرۈش تۇيغۇسىغا ئىگە خەۋەر» دېگىنىمىز — نەق مەيدان كەيپىياتىغا، ئىستېرېئولۇق تۇيغۇغا، ئوبرازلىق كۆرۈنۈشلەرگە ۋە تىپىك تەپسىلاتلارغا ئىگە ئاخبارات پاكىتلىرى توغرىسىدىكى خەۋەرنى كۆرسىتىدۇ. تېلېۋىزور تېز ئومۇملىشىۋاتقان بۈگۈنكى كۈندە «كۆرۈش تۇيغۇسىغا ئىگە خەۋەرلەر»نى يېزىش، گېزىت مۇخبىرلىرىنىڭ تېلېۋىزىيەدىن قوبۇل قىلغۇچىلارنى تالىشىدىغان مۇھىم بىر ۋاستىسى بولۇپ قالدى.

---

① «ئاخبارات مۇخبىرلىقى ۋە يېزىقچىلىقى»، فۇدەن ئۇنىۋېرسىتېتى نەشرىياتى.

دەرۋەقە، زىيارەت قىلىش ئارقىلىقمۇ بىر قىسىم جانلىق تەپسىلاتلارغا ئىگە بولغىلى بولىدۇ. لېكىن، كۆزىتىش ئارقىلىق ئېرىشكەن تەپسىلات تېخىمۇ تەسىرلىك، چىن، جانلىق بولىدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە بەزى يېڭى، جانلىق تەپسىلاتلارنى زىيارەت قىلىش يولى بىلەن ھېس قىلغىلى بولمايدۇ. چۈنكى، تەپسىلاتلارغا كۆپىنچە كىشىلەر دىققەت قىلمايدۇ، زىيارەت ئوبيېكتىمۇ ئادەتتە ھېس قىلالمايدۇ. بەزى تەپسىلاتلار ئوبيېكتنىڭ ئېسىدىن كۆتۈرۈلۈپ كەتكەن بولىدۇ. شۇڭا، بىۋاسىتە كۆزىتىش جانلىق تەپسىلاتقا ئىگە بولۇشنىڭ ئەڭ ئۈنۈملۈك يولى ھېسابلىنىدۇ.

«كۆرۈنۈش خەۋىرى» يېزىش بىلەن داڭ چىقارغان ھەربىي مۇخبىر يەن ۋۇنىڭ «ئۇرۇشتىن كېيىنكى لياڭشەن» دېگەن خەۋىرىنىڭ تۆۋەندىكى پارچىسىنى كۆرۈپ باقايلى:

«... بىز سىم ـ سىم يامغۇر ۋە تۇمان ئىچىدە لياڭشەننىڭ شىمالىدىكى بىر ئېگىزلىك يېنىغا كېلىپ، ئۇ يەردە توختىتىپ قويۇلغان دۈشمەننىڭ بىر قوماندانلىق ئاپتوموبىلىنى كۆردۇق. بۇ قوماندانلىق ئاپتوموبىلىنى يالاپ ئەكەلگەن جەڭچىلەر بىزگە، ياشانغان، چوققىسى تاقىر بولۇپ كەتكەن بىر دۈشمەن ئوفىتسېرىنىڭ مۇشۇ ئاپتوموبىلدا ئېتىپ ئۆلتۈرۈلگەنلىكىنى سۆزلەپ بەردى.

بىز لياڭشەندىكى دۈشمەنلەرنىڭ بەزى ئىستىھكاملىرىدا كالېندارلارنىڭ تېخى 28 ـ فېۋرالغا ئۆرۈلمىگەنلىكىنى، بەزىلىرىنىڭ پەقەت 27 ـ فېۋرالغا ئۆرۈلگەنلىكىنى كۆردۇق. تەسەۋۋۇر قىلىشقا بولىدۇكى، ئۇلار كالېندارنى 26 ـ فېۋرالغا ئۆرۈشى بىلەنلا ئارمىيەمىزنىڭ قاتتىق زەربىسىدىن ئەس ـ ھوشىنى يوقىتىپ، ئىككىنچى كۈنگە ئۆرۈشكىمۇ ئۈلگۈرەلمىگەن. بىر ۋيېتنام ئەسكىرىنىڭ ئائىلىسىگە يېزىپ، ئەۋەتىشكە ئۈلگۈرەلمىگەن خېتىدە مۇنداق دېيىلگەنىدى: «بىزنىڭ

بۇ يەردە ۋەزىيەت ئىنتايىن جىددىيلىشىپ كەتتى. ھەر كۈنى دېگۈدەك ئادەم ئۆلۈپ تۇرىدۇ، قايسى كۈنى مېنىڭ بېشىمغا كېلىدىغانلىقىنى بىلمەيمەن»...①

يەن ۋۇنىڭ ھاياتىنىڭ خەۋپكە ئۇچرىشىغا قارىماي، ئوقلار يامغۇردەك يېغىپ تۇرغان ئالدىنقى سەپكە بېرىپ، بىۋاستە كۆزىتىش ئارقىلىق قولغا كەلتۈرگەن بۇ جانلىق، چوڭقۇر ئەھمىيەتلىك تەپسىلاتلىرىنىڭ ئورنىنى سۆزلىشىش ئارقىلىق قولغا كەلتۈرگەن ھەرقانداق ماتېرىيالمۇ باسالمايدۇ.

3. بىۋاستە كۆزىتىش ئېلىپ بارغاندا، مۇخبىرلاردا ھەقىقىي تەسىرات تۇغۇلۇپ، شەيئىلەرنى تېخىمۇ چوڭقۇر تونۇيدۇ ۋە چۈشىنەلەيدۇ.

نۇرغۇن تەجرىبىلىك مۇخبىرلار نەق مەيدانغا بارغان بىلەن بارمىغاننىڭ ناھايىتى زور پەرقى بولىدۇ، مۇخبىر نەق مەيدانىنى ئۆز كۆزى بىلەن كۆرسە ھەم ۋەقەگە ئارىلاشسا، ھەقىقىي ھېسسىياتى ئۇرغۇتۇلۇپلا قالماستىن، ئۆزىگە خاس مۇستەقىل پىكرىمۇ شەكىللىنىدۇ، دەپ قارايدۇ. دېمەك، مۇخبىرلار نەق مەيداندا كۆزىتىش ئارقىلىق، ئاخباراتلىق شەخسلەرنىڭ ئاشۇ پەيتتىكى ھېسسىياتىنى، نېمە ئۈچۈن ئاشۇ خىل ھەرىكەتتە بولىدىغانلىقىنىڭ سەۋەبىنى، ئاخباراتلىق ۋەقەنىڭ بەلگىلىك مۇھىت ئىچىدىكى كونكرېت ئەھمىيىتىنى توغرا ھېس قىلالايدۇ ھەمدە نەق مەيداندىكى كەيپىياتتىن تەسىرلىنىپ پىكىرلىرى قانائەتلىنىدۇ. بولۇپمۇ قاتنىشىش خاراكتېرلىك كۆزىتىشتە، ۋەقەگە قاتناشقۇچىلار بىلەن ھەمنەپەس، تەقدىرداش بولۇپلا قالماستىن، بىۋاستە تەسىرات ھاسىل قىلىش ئارقىلىق شەيئىلەرنى تېخىمۇ چىن، تېخىمۇ چوڭقۇر تونۇيدۇ.

فىرانسىيە ئاخبارات ئاگېنتلىقىنىڭ مۇخبىرى پېئاننىڭ

① «مۇنەۋۋەر ئاخبارات ئەسەرلىرىدىن تاللانما»، شىنجاڭ ئۇنىۋېرسىتېتى ماتېرىيال بۆلۈمى باسمىسى، 33 ــ بەت.

1976 ـ يىلى 18 ـ سېنتەبىردە يازغان «جۇڭگونىڭ ماۋ زېدۇڭ بىلەن ۋىدالىشىش مۇراسىمى ئىنتايىن تەسىرلىك بولدى» دېگەن خەۋەر بۇ نۇقتىنى تولۇق ئىسپاتلاپ بېرىدۇ:

«...

بېيجىڭ ۋوگزالىدىكى چوڭ سائەت ئۇچكە داڭ ئۇرغاندا، مەن ۋوگزال مەيدانىدا تۇرغان نەچچە ئونمىڭلىغان جۇڭگولۇق ئامما ئىچىدىكى بىردىنبىر چەت ئەللىك ئىدىم.

...

سائەت ئۇچىنچى قېتىم داڭ ئۇرغاندا، پاراۋۇزنىڭ ئېچىنىشلىق گۇدۇكى جىمجىتلىقنى بۇزدى.

ۋوگزال مەيدانىدىكى كانايلاردىن جۇڭگو ماتەم مۇزىكىسىنىڭ قايغۇلۇق ساداسى ئاڭلىنىشقا باشلىدى.

...

ھېسسىيات ئەۋجىگە كۆتۈرۈلگەندە، مەن ئۆزۈمنى يات ئادەم دەپ ھېس قىلالمايتتىم. مەن كىشىلەر بىلەن ئوخشاش قايغۇغا چۆمۈپ، كۆز ياشلىرىمنى زادىلا توختىتالماي قالدىم.

بەزىلەر كۆز ياشلىرىنى ئېرتىشتى، بەزىلىرى خۇددى بىرەر نەرسىسىنى يوقىتىپ قويغاندەك، ئۇلارنىڭ «ئۇلۇغ ئۇستازى» نىڭ سۈرىتىگە تىكىلىپ تۇرۇشاتتى.

...

ئاھ، ماۋ زېدۇڭ ئالەمدىن ئۆتتى !»①

4. بۇۋاستە كۆزىتىش ئېلىپ بارغاندا، ۋاقىت جەھەتتىن ئۇتۇپ، خەۋەرنىڭ قىممىتىنى ئاشۇرغىلى بولىدۇ.

نەق مەيداندا بىۋاستە كۆزىتىش خەۋەرلىك ماتېرىياللارنى تېزدىن قولغا كەلتۈرۈپ، خەۋەرنىڭ ۋاقىتچانلىقىغا كاپالەتلىك قىلىش، خەۋەرلىك قىممىتىنى ئاشۇرۇشتىكى ياخشى چارە.

---

① «غەرب ئاخبارات ئەسەرلىرىدىن تاللانما»، جۇڭگو رادىيو ـ تېلېۋىزىيە نەشرىياتى، 80 ـ بەت.

بەزى كىشىلەر نەق مەيدانغا بارغاندا ۋاقىت ئىسراپ بولىدۇ، دەپ قارايدۇ. ئەمەلىيەتتە، مۇخبىر ئىشنى بىر يولى پۈتكۈزۈپ، ئاخباراتلىق ۋەقە يۈز بەرگەن نەق مەيدانغا بىۋاستە بارغاندا، خەۋەرلىك ماتېرىياللارنى تېز ھەم توغرا ئىگىلىيەلەيدۇ. ۋاقىت جەھەتتىنمۇ ئۇتىدۇ. شۇڭا، شارائىت يار بەرگەن ئەھۋالدا، مۇخبىر نەق مەيداننىڭ ئۆزىگە بېرىپ مۇخبىرلىق قىلىشى، باشقىلارنىڭ ۋاستىلىك ماتېرىيال بېرىشىنى كۈتۈپ ئولتۇرماسلىقى لازىم.

ئىككىنچى پاراگراف كۆزىتىشتىكى شەكىل ۋە ئۇسۇل

نەق مەيداندا كۆزىتىش كونكرېت مۇخبىرلىق مەزمۇنى ۋە شارائىتنىڭ ئوخشىماسلىقىغا قاراپ تۇرۇپ، تۆۋەندىكى تۆت خىل شەكىلدە ئېلىپ بېرىلىدۇ:

1. يان تەرەپتىن ئاشكارا كۆزىتىش.

بۇ خىل شەكىلدە كۆزىتىش ئېلىپ بارغاندا، مۇخبىر سالاھىيىتىنى ئېنىق ئاشكارىلاپ، نەق مەيداندا بىۋاستە كۆزىتىش ئېلىپ بارىدۇ. بۇ بىرقەدەر كۆپ قوللىنىلىدىغان شەكىل بولۇپ، ئۇنىڭدا مۇخبىر نەق مەيداندىكى پائالىيەتكە قاتناشمايدۇ، پەقەت سىرتتا تۇرۇپ كۆزەتكۈچىلا بولىدۇ. بۇ شەكىلنى قوللانغاندا، زىيارەت ئوبيېكتى مۇخبىرنىڭ نەق مەيداندا بارلىقىنى بىلىدىغان بولغاچقا، ئاسانلا سۈنئىيلىك قىلىدىغان نورمالسىز ئەھۋاللار كېلىپ چىقىدۇ. شۇڭا، مۇخبىر زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ پائالىيىتى ۋە كەيپىياتىغا تەسىر يەتكۈزمەستىن، ھەقىقىي ئەھۋالنى ئىگىلەشكە تىرىشىشى لازىم.

2. قاتنىشىش خاراكتېرلىك ئاشكارا كۆزىتىش.

بۇنىڭدا مۇخبىر ئۆزىنىڭ سالاھىيىتىنى ئاشكارىلاپ، زىيارەت ئوبيېكت پائالىيىتىگە قاتنىشىدۇ، ئوبيېكتىپ بىلەن تۇرمۇش،

ئۆگىنىش، ئەمگەك قاتارلىق ئىشلاردا بىللە بولۇپ، بىۋاستە تەسىرات ھاسىل قىلىدۇ ھەم كۆزىتىپ مۇخبىرلىق قىلىدۇ. مەسىلەن، تاغقا چىقىش تەنھەرىكەتچىلىرىنى ۋە شىمالىي قۇتۇپنى تەكشۈرۈش ئەترىتىنى زىيارەت قىلىشتا مۇخبىرلار مۇشۇ خىل كۆزىتىش شەكلىنى قوللانغان.

3. قاتنىشىش خاراكتېرلىك يوشۇرۇن كۆزىتىش.

مۇخبىر سالاھىيىتىنى ئاشكارىلىماستىن، نەق مەيداندىكى ئاددىي بىر شەخس سۈپىتىدە ئەھۋاللارنى كۆزىتىپ، ئەھۋالغا قاراپ ئىش تۇتىدۇ. مەسىلەن، 1996 ـ يىلىنىڭ بېشىدىكى ئۈرۈمچى شەھىرىدە ئېلىپ بېرىلغان كۆڭۈل ئېچىش سورۇنلىرى، كېچىلىك بەزمىخانىلاردىكى ناتوغرا كەيپىيات ھەم سېرىق مەزمۇندىكى نەرسىلەرنى تازىلاش خىزمىتىدە، مۇخبىرلار تەكشۈرگۈچى خادىملار بىلەن بىللە ئادەتتىكى خېرىدار قىياپىتىدە ياسىنىپ كىرىپ، بىر مەزگىل كۆزەتكەندىن كېيىن، سالاھىيىتىنى ئاشكارىلاپ، ئەسلىي مەقسىتىنى ئۇقتۇرغان.

4. يوشۇرۇن كۆزىتىش.

بۇنداق كۆزىتىش شەكلىنى قوللانغاندا، مۇخبىر سالاھىيىتىنى ئاشكارىلىمايدۇ ھەم زىيارەت ئوبيېكتىغا تونۇدۇرمايدۇ. پەقەت ئاستىرتىن كۆزىتىپ ئەھۋال ئىگىلەيدۇ. غەرب مۇخبىرلىرى بۇنى «چاشقاندەك تىمىسقىلاپ» مۇخبىرلىق قىلىش دەپ ئاتايدۇ. بىز بىر قىسىم ئېغىر مەسىلىلەرنى تەكشۈرۈشتە ياكى تەنقىدىي خەۋەرلەرنى يېزىشتا مۇشۇ خىل شەكىلنى قوللانساق بولىدۇ.

ئەمەلىي مۇخبىرلىق پائالىيىتىدە مەيلى قايسى خىل شەكىل قوللىنىلسۇن، تۆۋەندىكىدەك كۆزىتىش ئۇسۇلىدىن ئۈنۈملۈك پايدىلىنىشقا توغرا كېلىدۇ.

1. ئومۇمىيۈزلۈك كۆز يۈگۈرتۈش ئۇسۇلى.

ئالدى بىلەن بىز تۆۋەندىكى خەۋەرنىڭ بىر پارچىسىنى كۆرۈپ باقايلى:

«مۇخبىر 5 - چېسلا چۈشتىن كېيىن جىددىي ئۇرۇشتىن كېيىنكى ۋيېتنام لياڭشەن ئۆلكىسىنىڭ مەركىزى — لياڭشەن شەھىرىنى زىيارەت قىلدى. چىچۈن دەرياسىنىڭ جەنۇبىدىكى رايونلار ۋە لياڭشەن شەھىرىنىڭ غەربىي جەنۇبىنى ساقلاۋاتقان 413 - ئېگىزلىكتىكى دۈشمەنلەرنىڭ ھالاك قىلىنىشىغا ئەگىشىپ، مىلتىق ۋە توپ ئاۋازلىرى ئاستا - ئاستا بېسىقتى. چېگرا مۇداپىئە قىسىملىرىمىزدىكى كوماندىر - جەڭچىلەر ھەرقايسى جېندىلەردىن ئولجا ئالغان تانكا، بىرونېۋىك، باشقۇرۇلىدىغان بومبا، گىرانات، زەمبىرەك ۋە خىلمۇخىل قورال - ياراغلارنى بىر يەرگە توپلاۋاتاتتى. سەپ - سەپ بولۇپ كېتىۋاتقان چېگرا مۇداپىئە جەڭچىلىرى چىچۈن دەرياسى كۆۋرۈكىدىن روھلۇق ھالدا ئۆتۈپ، قايتۇرما ھۇجۇمغا ئۆتىدىغان دۈشمەنگە زەربە بېرىش ئۈچۈن، لياڭشەنىنىڭ جەنۇبىدىكى ھەرقايسى ئىستىھكاملارغا ئورۇنلاشماقتا ئىدى...»①

مۇخبىر نەق مەيدانغا بارغاندىن كېيىن، كۆزىتىشكە تېگىشلىك نەرسىلەر ناھايىتى كۆپ بولىدۇ. لېكىن، ئۇنىڭ ئاساسلىق ۋەزىپىسى ئالدى بىلەن نەق مەيدانغا كەڭ دائىرىلىك نەزەر تاشلاپ، نەق مەيداندىكى مۇھىت، كەيپىيات ۋە ئاساسىي ئەھۋالنى تېزلىك بىلەن ئېنىقلاپ بولۇشى كېرەك. بۇ چاغدا مۇخبىر خۇددى كىنوغا ئېلىش ئاپپاراتىغا ئوخشاش ئومۇمىي مەنزىرىنى يىراقتىن تۇرۇپ بىر قۇر «سۈرەتكە تارتىپ» چىقىدۇ. يۇقىرىدىكى مىسالدىن شۇنى كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇكى، مۇخبىر نەق مەيدانغا بارغاندىن كېيىن، مۇۋاپىق ئورۇننى تاللاپ، «ئېگىزدە تۇرۇپ يىراقنى كۆرۈش» ئۇسۇلى بويىچە، زور قوشۇننىڭ غەلىبىلىك جەڭدىن كېيىنكى ئىستراتېگىيەلىك

---

① يەن ۋۇ: «ئۇرۇشتىن كېيىنكى لياڭشەن» «مۇنەۋۋەر ئاخبارات ئەسەرلىرىدىن تاللانما».

يۆتكىلىشىنىڭ ئومۇمىي مەنزىرىسىنى كۆز ئېكرانىغا تولۇق چۈشۈرگەن ھەم بۇ زور كۆلەملىك كۆرۈنۈشنىڭ ئالاھىدىلىكىنى ئېنىق، قاتلاملىق ھالدا ئەكس ئەتكۈزۈپ بەرگەن.

2. سىنچىلاپ كۆزىتىش ئۇسۇلى.

نەق مەيداندا كۆزەتكەندە، مۇخبىر ئومۇمىي كۆرۈنۈشكە كۆز يۈگۈرتۈپ چىقىپ، پۈتۈن ئەھۋالنى ئىگىلەش ئاساسىدا، ئالاھىدە كۆرۈنۈشلەرنى نۇقتىلىق كۆزىتىشكە ئەھمىيەت بېرىشى لازىم. يەنى، پۈتۈن دىققىتىنى مەركەزلەشتۈرۈپ، ئىنتايىن سەزگۈرلۈك بىلەن نەق مەيداندىكى مەلۇم بىر دائىرە، مەلۇم بىر نۇقتا، بولۇپمۇ شۇ ۋەقەنىڭ ماھىيەتلىك ئالاھىدىلىكىنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىدىغان پەۋقۇلئاددە تەپسىلاتلارنى ئىنچىكىلىك بىلەن ئىگىلەشكە ماھىر بولۇشى كېرەك.

قانداق قىلغاندا نەق مەيداندىكى تىپىك تەپسىلاتلارنى بايقىغىلى بولىدۇ؟ بۇنىڭدىكى ھالقىلىق مەسىلە — دىققەت - نەزىرىنى ئادەتتىكىچە، ئەھمىيەتسىز بولغان نەرسىلەرگە ئىسراپ قىلماسلىق، كۆزىتىۋاتقان شەيئى ۋە ۋەقەنىڭ باشقىلارغا ئوخشىمايدىغان تەرىپىنى دىققەت مەركىزىگە ئايلاندۇرۇشنى بىلىش. «ھەربىر مەيدان توپ مۇسابىقىسى يەنە بىر مەيدان توپ مۇسابىقىسىگە ئوخشىمايدۇ، پەقەت مۇخبىردا ئۇلارنى پەرقلەندۈرىدىغان بىلىم ۋە ئىقتىدار بولسىلا» دەيدۇ ئامېرىكىلىق داڭلىق تەنتەربىيە مۇخبىرى رېد سمېس.

ئامېرىكا قوشما ئىشتات ئاگېنتلىقىنىڭ مۇخبىرى داۋىد تايلىر يازغان «خۇشال گىگانت ئادەم»① ناملىق ئاخبارات ئوچېرىكىنىڭ تۆۋەندىكى پارچىسىنى كەڭ دائىرىلىك كۆزىتىش ئاساسىدىكى سىنچىلاپ كۆزىتىشنىڭ نامايەندىسى دېيىشكە بولىدۇ:

«بوينىنىڭ ئېگىزلىكى ئىككى مېتىر يىگىرمە سانتىمېتىر كېلىدىغان جۇڭگو تەنھەرىكەتچىسى مۇتيېجۇ چوڭ قەدەم تاشلاپ

تەنتەربىيە سارىيىغا كىرىپ كەلگەندە، تاماشىبىنلار سەھنىسىدىن ‹ۋاي ـ ۋوي !› دېگەن ھەيرانلىق ئاۋازى ئاڭلاندى.

مۇسابىقىدىن ئىلگىرىكى مەشىق باشلاندى. مۇتىيېجو قولىنى گارغا بىر ئۇزارتىپلا توپنى كىرگۈزۈۋەتتى. تاماشىبىنلار سەھنىسىدىن يەنە ‹پاھ !› دېگەن ماختاش ئاۋازلىرى ياڭرىدى.

لېكىن، رەسمىي مۇسابىقە باشلانغاندىن كېيىن، 8 ـ نۆۋەتلىك ئاسىيا تەنھەرىكەت يىغىنى بويىچە بويى ئەڭ ئېگىز بۇ تەنھەرىكەتچىنىڭ بىرىنچى توپى گارغا چۈشمىگەندە، تاماشىبىنلار سەھنىسىدىن ‹ھەي ي ! ...› دېگەن مەسخىرە ئاۋازى كۆتۈرۈلدى.

بۇ سىپايە گىگانت ئادەمنىڭ يۈزى ۋىللىدە قىزىرىپ كەتتى، ئۇ ئوڭايسىزلانغاندەك مۇشتۇملىرىنى چىڭ تۈگدى»①.

نەق مەيداندىكى بۇ خىل كۆرۈنۈش ۋە ئاۋازنى ئىگىلەش ھەقىقەتەن ئاسان ئەمەس، بولۇپمۇ مۇشۇنىڭغا ئوخشاش نەچچە مىڭ ئادەم مىغىلداپ تۇرغان جىددىي مۇسابىقىلەردە مۇخبىر سەللا بىخەستەلىك قىلىدىكەن، مۇھىم ئۇچۇر كۆز ئالدىدىن «يالت» قىلىپلا ئۆتۈپ كېتىدۇ ۋە ئىككىنچى قېتىم تەكرارلانمايدۇ.

3. ئارىلاپ يۈرۈپ كۆزىتىش ئۇسۇلى.

بۇ، تەپسىلىي كۆزىتىش بىلەن كۆز يۈگۈرتۈپ تەكشۈرۈش بىرلەشتۈرۈلگەن كۆزىتىش ئۇسۇلىدۇر. كىنو ۋە تېلېۋىزىيە تىياتىرلىرىنى سۈرەتكە ئېلىشتا ئاپپاراتنى مۇقىم ئورۇندا تۇرغۇزۇپ، شەيئىلەرنىڭ ھەرىكەت ھالىتىنى سۈرەتكە تارتىش بىلەن ئاپپاراتنى يۆتكەپ ماڭدۇرۇپ تۇرۇپ، ئوبيېكتنىڭ ھەرىكىتىنى سۈرەتكە تارتىش ئۇسۇلى بىرلەشتۈرۈلىدۇ. بۇنداق ئۇسۇلنى نەق مەيدان كۆزىتىشىدە قوللانغاندا، مۇخبىر بىر نەق مەيداننىڭ ئۆزىدە كۆپ تەرەپتىن، كۆپ نۇقتىدىن كۆزىتىش

① «غەرب ئاخبارات ئەسەرلىرىدىن تاللانما».

ئېلىپ بارالايدۇ ھەممە بىر ياقتىن ئارىلاپ يۈرۈپ، بىر ياقتىن كۆزىتەلەيدۇ ياكى ھەرىكەت قىلىۋاتقان شەيئىگە يا كۆزىنى يۇگۇرتۇپ تۇرىدۇ، يا ئۆزى ئەگىشىپ تۇرۇپ كۆزىتەلەيدۇ.

ئارىلاپ يۈرۈپ كۆزىتىش ئۇسۇلى ئادەتتە زىيارەت خاتىرىسى ۋە ساياھەت خاتىرىسىنىڭ مۇخبىرلىقىدا ياكى زور كۆلەمدىكى ئاممۇۋى پائالىيەتلەرنى خەۋەر قىلىشتا قوللىنىلىدىغان بىرقەدەر ئەركىن ھەم جانلىق بولغان كۆزىتىش ئۇسۇلىدۇر.

ئۈچىنچى پاراگراف كۆزىتىلىدىغان مەزمۇن ۋە ئۇنىڭغا قويۇلىدىغان تەلەپ

خەۋەر قىلىشقا تېگىشلىك بولغان نۇرغۇن ئاخباراتلىق ۋەقەلەر بەلگىلىك ئورۇندا يۈز بېرىدۇ، كۆزىتىش ئىمكانىيىتى بولغان بۇنداق ۋەقەلەرنى مۇخبىرلار چوقۇم نەق مەيدانغا بېرىپ كۆزىتىش ئارقىلىق خەۋەر قىلىشى لازىم. بۇنداق ۋەقەلەرنىڭ مەزمۇن دائىرىسى ئادەتتە تۆۋەندىكىدەك بولىدۇ:

1. تۇيۇقسىز يۈز بەرگەن ۋەقەلەر.

ئوت ئاپىتى، سۇ ئاپىتى، قاتناش ھادىسىسى قاتارلىق تۇيۇقسىز يۈز بەرگەن كۆتۈلمىگەن ۋەقەلەرنىڭ ھەممىسىنى مۇخبىرلار نەق مەيدانغا بېرىپ ئۆز كۆزى بىلەن كۆرۈش ئارقىلىق خەۋەر قىلسا بولىدۇ. تۇيۇقسىز يۈز بەرگەن بۇنداق ۋەقەلەر ئىككى خىل ئالاھىدىلىككە ئىگە بولىدۇ. بىرى، تۇيۇقسىز يۈز بېرىدۇ. ۋەقەنىڭ داۋاملىشىشى قىسقا بولىدۇ. مەسىلەن، قاتناش ھادىسىسى شۇنداق بولىدۇ. بۇنداق ۋەقەلەر كۆپىنچە مۇخبىرنىڭ كۆرۈۋېلىشىنى كۈتۈپ تۇرمايدۇ. شۇنداق بولسىمۇ، مۇخبىرلار ئەڭ ياخشىسى ۋەقە يۈز بەرگەن مەيدانغا كېلىپ، ۋەقە كەلتۈرۈپ چىقارغان ئاقىۋەتنى كۆرۈپ چىقىشى

لازىم. يەنە بىرى، تۇيۇقسىز يۈز بەرسىمۇ داۋاملىشىش ۋاقتى بىرقەدەر ئۇزاق بولىدۇ. مەسىلەن، زور كۆلەملىك ئوت ئاپىتى، سۇ ئاپىتى قاتارلىقلار. بۇنىڭدا مۇخبىرلار بىرقەدەر تولۇق كۆزىتىش ئىمكانىيىتىگە ئىگە بولىدۇ.

2. ئالدىن خەۋەرلەندۈرۈلگەن يىغىنلار.

پارتىيە، ھۆكۈمەت ئورگانلىرى، كارخانىلار ۋە ئاممىۋى تەشكىلاتلار دائىم ھەر خىل يىغىنلارنى ئاچىدۇ. ئالاھىدە جىددىي چاقىرىلىدىغان يىغىنلاردىن باشقا مۇتلەق كۆپ سانلىق يىغىنلار ئالدىن ئورۇنلاشتۇرۇلىدۇ ھەم مۇخبىرلار خەۋەردار قىلىنىدۇ. بۇنداق يىغىنلارنىڭ مۇھىملىرىغا مۇخبىرلار چوقۇم نەق مەيدانغا بېرىپ، بىۋاسىتە كۆزىتىش ئارقىلىق زىيارەت قىلىشى لازىم.

3. تەنتەربىيە مۇسابىقىلىرى.

تەنتەربىيە مۇسابىقىلىرى رىقابەت تۈسى بىرقەدەر كەسكىن، كىشىنى ھاياجانغا سالىدىغان نادىر كۆرۈنۈشلەر بىرقەدەر كۆپ بولىدىغان پائالىيەت تۈرى. مۇخبىرلار مۇسابىقە مەيدانلىرىغا چوڭقۇر چۆكۈپ، ئىنچىكىلىك بىلەن كۆزىتىپ، ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە نادىر كۆرۈنۈشلەرنى قوشۇپ خەۋەر بېرەلىسە، كىشىلەرنىڭ روھىنى ئۇرغۇتىدىغان ھەم ئۇلارغا يېڭى ئۇچۇر بېرەلەيدىغان ئالاھىدە ئۈنۈمگە ئېرىشەلەيدۇ. شۇڭا، خەلقئارالىق، مەملىكەتلىك ۋە يەرلىك تەنتەربىيە مۇسابىقىلىرىنى نەق مەيدانغا بېرىپ كۆزىتىشكە تولۇق ئەھمىيەت بېرىش لازىم.

4. خاتىرىلەش پائالىيەتلىرى ۋە مۇراسىملار.

مۇھىم خاتىرە كۈنلىرىدە ئېلىپ بېرىلىدىغان پائالىيەتلەر، بايراملار ۋە خاتىرىلەش پائالىيەتلىرى بەلگىلىك ئورۇندا بەلگىلىك شەكىل بىلەن ئېلىپ بېرىلىدۇ ھەم ئۇنىڭ ئاساسلىق ئالاھىدىلىكى كەيپىيات بىلەن گەۋدىلىنىدۇ. بۇنداق ۋەقەلەرنى مۇخبىرلار چوقۇم نەق مەيدانغا بېرىپ كۆزىتىشى لازىم.

5. ئويۇن ۋە سەنئەت كۆرەكلىرى.

ھەر خىل مەزمۇندىكى ئويۇن قويۇش پائالىيەتلىرى، سەنئەت

كۆرەكلىرى ۋە سەنئەت پائالىيەتلىرى پەقەت مۇخبىرلار نەق مەيدانغا كېلىپ ئۆز كۆزى بىلەن كۆرگەندىن كېيىنلا، كىشىلەرنى جەلپ قىلالايدىغان ھەم ئېستېتىك قىممەتكە، ھەم ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە خەۋەرگە ئايلىنالايدۇ.

6. ھەربىي ئىشلار خەۋىرى.

ھەر خىل شەكىلدىكى ھەربىي مانېۋىرلار ۋە رەسمىي ئۇرۇشلارنى پەقەت نەق مەيداندا كۆزىتىش ئارقىلىق زىيارەت قىلغاندىلا، خەۋەرنى جانلىق، چىن ۋە ئوبرازلىق يازغىلى بولىدۇ.

7. نۇقتىلىق، مۇھىم قۇرۇلۇشلار.

چوڭ تىپتىكى يول، كۆۋرۈك قۇرۇلۇشىنى، مۇھىم ئەھمىيەتكە ئىگە زاۋۇت ۋە بىنالارنىڭ قۇرۇلۇشىنى نەق مەيدانغا بېرىپ كۆزەتكەندىلا، ئەمەلىي قىممەتكە ئىگە تونۇشتۇرۇش خاراكتېرلىك خەۋەرلەرنى يازغىلى بولىدۇ.

8. تەبىئىي قىياپەت ۋە مەنزىرىلەر.

مەلۇم بىر جاينىڭ يېڭى قىياپىتى، ئۆرپ ـ ئادىتى، تەبىئىي مەنزىرىسى، تارىخىي ئاسارئەتىقىلەر، ساقلىنىۋاتقان، قوغدىلىۋاتقان يادىكارلىقلار توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى ۋە ساياھەت خاتىرىسىنى يېزىشتا مۇخبىرلار چوقۇم نەق مەيداندىن كۆزىتىشى كېرەك.

9. بازار ئەھۋالى.

خەلقنىڭ ئىقتىسادىي تۇرمۇش سەۋىيەسى ۋە ئۇنىڭدىكى ئۆزگىرىشلەرنى ئەكس ئەتكۈزۈشتە، ماگىزىن، كەچلىك بازار ۋە كۆكتات، گۆش، يېمەك ـ ئىچمەك بازىرى ئەڭ مۇۋاپىق كۆزىتىش ئورنى بولالايدۇ.

مەيلى قايسى خىل مەزمۇندىكى كۆزىتىش ئۇسۇلى بولسۇن، مۇخبىرلار تۆۋەندىكى تەلەپلەرگە ئەمەل قىلىشى زۆرۈر:

1. كۆزەتكەندە ئەڭ روشەن ئالاھىدىلىككە ئىگە تىپىك مىساللارنى تۇتۇش كېرەك.

بەزى ۋەقە ۋە پائالىيەت بولۇۋاتقان نەق مەيداننىڭ دائىرىسى

ناھايىتى كەڭ، ئۇنىڭغا قاتناشقان ئادەم سانى كۆپ، مەزمۇنى مول ۋە رەڭگارەڭ بولىدۇ. مۇخبىر بۇنىڭدا كۆڭۈلدىكىدەك ئۇنۇمگە ئېرىشمەن دەيدىكەن، ئاساسىي دىققەت ـ ئېتىبارىنى تىپىك ئالاھىدىلىككە ئىگە مىساللارنى تۇتۇشقا قارىتىشى لازىم. مەسىلەن، «پوچتا ئىدارىسىدىكى ئۆزگىرىشكە بىر نەزەر»① دېگەن خەۋەردىكى تۆۋەندىكى پارچىنى كۆرۈپ باقايلى:

«چاغان يېتىپ كېلىش ئالدىدا مۇخبىر شىنجاڭ ئۇيغۇر ئاپتونوم رايونلۇق پوچتا ئىدارىسىدە ئىلگىرىكى يىللارغا ئوخشىمايدىغان مۇنداق بىر ئەھۋالنى كۆردى: ئىلگىرى ئىچكىرى ئۆلكىلەردىن ئەۋەتىلگەن قوشۇمچە يېمەكلىك پوسۇلكىلىرىنى ئايرىش بىلەن ئالدىرايدىغانلار ئەمدىلىكتە زور مىقداردىكى گېزىت ـ ژۇرناللارغا مۇشتەرى بولغۇچىلارنى تىزىملاش بىلەن پايپېتەك ئىدى. شىنجاڭ ئۇيغۇر ئاپتونوم رايونلۇق پوچتا ئىدارىسىنىڭ باشلىقى جاڭ يۇڭ ئۆز ئىشخانىسىدا مۇخبىرغا مۇنداق دېدى: ‹ئىلگىرىكى يىللىرى مۇشۇنداق چاغدا سىز مېنى ئىشخانىدىن تاپالمىغان بولاتتىڭىز، ئورگاندىكى پۈتۈن كادىرلار پوسۇلكا ئايرىشقا ياردەملىشىشكە چىقىپ كېتەتتى›».

11 ـ نۆۋەتلىك 3 ـ ئومۇمىي يىغىنىدىن كېيىن شىنجاڭ بازارلىرىدىكى خۇشاللىنارلىق ئۆزگىرىش ۋە خەلق تۇرمۇشىدىكى يۈكسىلىش جانلىق ئەكس ئەتكۈزۈلگەن بۇ بىر خەۋەردە، مۇخبىر پوچتا ئىدارىسى ئالدىدىكى ئىلگىرىكى يىللارغا ئوخشىمايدىغان ئەھۋالنى بايقاپ، بۇ تىپىك مىسال ئارقىلىق شىنجاڭ خەلقىنىڭ ماددىي ئېھتىياجىنىڭ بەلگىلىك قاندۇرۇلۇشى بىلەن مەنىۋى ئېنتىلىشكە يۈزلەنگەنلىكىدىن ئىبارەت ماھىيەتلىك ئۆزگىرىشنى ناھايىتى ياخشى گەۋدىلەندۇرۇپ بېرىش مەقسىتىگە يەتكەن.

2. كۆزەتكەنده ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە جانلىق

① «مۇنەۋۋەر ئاخبارات ئەسەرلىرىدىن تاللانما»، 1 ـ بەت.

تەپسىلاتلارنى تۇتۇش كېرەك.

ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە جانلىق تەپسىلاتلارنى تۇتۇش ياكى تۇتالماسلىق مۇخبىرنىڭ كۆزىتىش ئىقتىدارىنىڭ ئۆتكۈر ياكى ئۆتكۈر ئەمەسلىكىنى سىنايدىغان سىناق. تەجرىبىسى كەم مۇخبىرلار دائىم ئاسانلا ھادىسىگىلا ئەھمىيەت بېرىپ، تەپسىلاتلارغا سەل قارايدۇ. ئامېرىكىلىق ئاخباراتشۇناس دېنىل گرىف «ئېلېكترونلۇق ئاخبارات يېزىقچىلىقى» دېگەن كىتابىدا مۇنداق دەيدۇ: «كۆزگە كۆرۈنگەن ئىقتىدارلىق بىر كۆزەتكۈچى ئۆزىنىڭ پۈتۈن دىققەت - ئېتىبارىنى بىرلا ۋەقەگە بېرىۋەتمەيدۇ. بۇنىڭ ئەكسىچە، كۆزى ئارقىلىق قاراپ چىقىدۇ، قۇلىقى ئارقىلىق ئاڭلايدۇ، توختىتۋېلىپ، دىققىتىنى مەركەزلەشتۈرۈپ بەزى ئايرىم ھادىسىلەرنى كۆزىتىدۇ، ئاندىن كېيىن يەنە بۇرۇلۇپ باشقا بىر ئايرىم ھادىسىنى كۆزىتىدۇ. بۇنداق ئايرىم ھادىسىلەرنى مۇخبىرلار ئىش ئۆتكەندىن كېيىن قايتا كۆزىتەلمەيدۇ. شۇڭا، چوقۇم بىر قېتىمدىلا مۇۋەپپەقىيەت قازىنىش كېرەك، ئايرىم ھادىسىلەرنى تۇتالمىغاندا ئىنچىكە كۆزەتكۈچىگە ئايلىنالمايدۇ.» بۇ سۆزدىن بىز تەپسىلىي كۆزىتىشنىڭ مۇھىملىقىنى چۈشىنىۋالالايمىز.

رېيتېر ئاگېنتلىقىنىڭ مۇخبىرى 1983 - يىلى يازغان «يىپەك يولىدىكى سودا بوستانلىقى — قەشقەر»① دېگەن خەۋەردىكى تۆۋەندىكى ئابزاسلارنى كۆرۈپ باقايلى:

«ھېيتگاھ جامەسىنىڭ ئەتراپىدا نۇرغۇنلىغان يايمىچىلار بولۇپ، ئۇلارنىڭ ئىچىدە تىككۈچىلەر، دوپپىچىلار ۋە بىر چىشچى ئۇستاممۇ بار ئىدى. بۇ چىشچى ئۇستام ئامبۇر ۋە پۈتىدا دەسسەپ پىرقىرىتىدىغان ئۇشكە ئارقىلىق چىش ئاغرىقىنى داۋالايتتى. ئۇ، تارتىۋەتكەن چىشلارنى كېيىن يەنە سۇنئىي چىش

---

① «غەرب ئاخبارات ئەسەرلىرىدىن تاللانما»، 70 - بەت.

ياساش ئۈچۈن كوزىغا سېلىپ قوياتتى.

چىشچى ئۇستامنىڭ يېنىدا بىر ساتىراش بولۇپ، ئۇ ئۆتكۈر ئۇستىرا ئارقىلىق قاملاشقان ئۇيغۇر ئەرلىرىنىڭ ساقاللىرىنى ئېلىپ قوياتتى. ئۇ شۇ قەدەر ماھىر بولۇپ، ئۇستىرىنىڭ تىغى ساقال ئالدۇرغۇچىنىڭ بۇرۇتىغا ھەرگىز تېگىپ كەتمەيتتى.

يېشى سەل توختالغان نۇرغۇنلىغان ئاياللار پور رەڭ يۇڭ ياغلىق بىلەن يۈزلىرىنى يۆگىۋېلىشقانىدى. ئۇستىبېشى مەينەتلىشىپ كەتكەن چوڭ كۆزلۈك شوخ باللار چەمبەرلىرىنى ئىتتىرىشىپ، سانجاق ـ سانجاق پاچاقلار ئارىسىدا يۈگۈرۈشۈپ يۈرەتتى. چۈمبەل تارتىۋالغان بەزى ئاياللار چەت ئەلدىن كەلگەن بۇ ناتونۇش مېھمانلارنى ئېنىقراق كۆرۈۋېلىش ئۈچۈن، ياغلىقىنى سەل قايرىپ كۈلۈمسىرەپ قاراپ قوياتتى ...»

بۇ تەپسىلاتلار بىزگە ئادەتتىكى نەرسە بولۇپ تۇيۇلغىنى بىلەن، ئۇيغۇرلارنىڭ تۇرمۇش، ئۆرپ ـ ئادەت ۋە ھۈنەر ـ سەنئەت جەھەتتىكى ئالاھىدىلىكىنى چۈشىنىشتە چەت ئەللىكلەر ئۈچۈن ناھايىتى زور ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە قىزىقارلىق پاكىت ھېسابلىنىدۇ. شۇڭا، مۇخبىر بۇ كۆرۈنۈشلەرگە ئالاھىدە ئىنچىكە نەزەر ئاغدۇرغان.

3. شەخسلەرنىڭ پائالىيىتى ۋە ئالاھىدىلىكلىرىنى كۆزىتىشكە ئەھمىيەت بېرىش لازىم.

نەق مەيداندىكى كۆزىتىش مەنزىرە، مۇھىت كۆرۈنۈشىنى كۆزىتىشتىن باشقا، ئادەم ۋە ئۇنىڭ پائالىيىتىنى كۆزىتىشنىمۇ ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. ھالبۇكى، ھەرقانداق كەيپىيات ۋە پائالىيەت ئادەمدىن ئايرىلالمايدىغان ۋە پەقەت ئادەم ئارقىلىق بارلىققا كېلىدىغان بولغاچقا، نەق مەيدان كۆزىتىشىدە چوقۇم ئادەم ۋە ئۇلارنىڭ پائالىيىتىنى كۆزىتىشنى يادرو قىلىش لازىم. چۈنكى، ئادەمنىڭ پائالىيىتىلا مۇشتەرىلەردە چوڭقۇر ۋە ئۇنتۇلماس تەسىرات قالدۇرىدۇ.

شەخسلەرنى كۆزەتكەندە ئۇلارنىڭ تاشقى قىياپىتىنى، تىلىنى، ھەرىكىتىنى ۋە روھىي ھالىتىنى بىردەك كۆزىتىپ، ئۇلارنىڭ ئەڭ خاس ئالاھىدىلىكىنى ھەم روھىي دۇنياسىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشكە ئەھمىيەت بېرىش كېرەك. مەسىلەن: «لېنىن سۆزلەۋېتىپ ئورۇندۇقنى مەن تەرەپكە تارتتى، ئىككىمىزنىڭ تىزى تېگىشىپ قالاي دېدى. ئۇنىڭ بارمىقى بۇرنۇمنىڭ ئۇچىدىلا پۇلاڭلايتتى. ئۇنىڭ پەزىلىتى ماڭا چوڭقۇر تەسىر قىلدى. بۇ پەزىلەت خۇددى مەلۇم بىر شەكىللىك نەرسىنىڭ ئۆي ئىچىگە لىق تولۇپ كەتكىنىگە ئوخشايتتى».①

بۇ مىسالدىن شۇنى كۆرۈۋالغىلى بولىدۇكى، مۇخبىر زىيارەت جەريانىدا لېنىننىڭ ھەرىكىتىنى كۆرۈشكە تولۇق ئەھمىيەت بېرىپ، بۇ كىچىككىنە ھەرىكەت تەسۋىرى ئارقىلىق لېنىننىڭ ئاددىي ـ ساددا پەزىلىتىنى ناھايىتى جانلىق گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىش مەقسىتىگە يەتكەن.

① «لېنىننى زىيارەت»، ئامېرىكا مۇخبىرى م. روبېرت — «چەت ئەل ئاخبارات ئەسەرلىرىدىن تاللانما»، 1919 ـ يىلى، 153 ـ بەت.

يەتتىنچى باب سۆھبەت يىغىنى ئېچىش

مۇخبىرلىق ئۇسۇلى (3)

سۆھبەت يىغىنى ئېچىش — تەكشۈرۈش يىغىنى ئېچىش دەپمۇ ئاتىلىدۇ. بۇ ئۇچتىن ئارتۇق ياكى ئۇنىڭدىنمۇ كۆپ بولغان زىيارەت ئوبيېكتى قاتنىشىدىغان بىر خىل مۇخبىرلىق ئۇسۇلى، بۇنىڭدا يۈز بەرگەن ئاخباراتلىق ۋەقەنىڭ بىۋاستە مۇناسىۋەتلىك كىشىلىرى، كۆز بىلەن كۆرگۈچىلەر، ئەھۋالنى چۈشىنىدىغانلار بىرلا ۋاقىت، بىرلا ئورۇندا ئوخشاش بىر مەسىلە توغرىسىدا مۇخبىرغا ھەقىقىي ئەھۋالنى ۋە ئۆزىنىڭ كۆزقاراشلىرىنى بايان قىلىدۇ.

سۆھبەت يىغىنى ئارقىلىق ئېلىپ بېرىلىدىغان مۇخبىرلىق ئادەتتە ئىككى خىل بولىدۇ. بىرى، مۇخبىر ئاما كۆڭۈل بۆلىدىغان مۇھىم مەسىلە توغرىسىدا ۋەكىل خاراكتېرىگە ئىگە ئادەملەرنى تەكلىپ قىلىپ سۆھبەت ئۆتكۈزىدۇ ھەمدە سۆھبەت يىغىنى شەكلىدە خەۋەر بېرىدۇ؛ يەنە بىرى، مۇخبىر مەلۇم بىر مۇخبىرلىق ۋەزىپىسىنى ئورۇنلاش ئۈچۈن، ئالاقىدار ئادەملەرنى يىغىپ پىكىر ئاڭلايدۇ، ماتېرىيال توپلايدۇ.

بىرىنچى پاراگراف سۆھبەت يىغىنى ئېچىشنىڭ رولى

سۆھبەت يىغىنى ئېچىش ئارقىلىق ئېلىپ بېرىلىدىغان

مۇخبىرلىق مۇۋاپىق تەشكىللەنسە، ئەۋزەللىكىنى تولۇق نامايان قىلالايدۇ.

1. بىرقەدەر قىسقا ۋاقىت ئىچىدە زور مىقداردىكى ئاخبارات ماتېرىياللىرى توپلىنىپ، زىيارەتنىڭ ئۈنۈمى زور دەرىجىدە يۇقىرى كۆتۈرۈلىدۇ. سۆھبەت يىغىنىغا ئاخبارات پاكىتى بىلەن بىۋاستە مۇناسىۋەتلىك كىشىلەر، ئەھۋالدىن خەۋەردار كىشىلەر جەم بولىدۇ، ئۇلار مۇخبىرنى بىۋاستە ماتېرىيال بىلەن تەمىنلەيدۇ، مۇخبىرغا ئەقىل ۋە يول كۆرسىتىدۇ. مۇخبىر ئۇياق ـ بۇياققا چېپىپ ئولتۇرمايلا، ھەر تەرەپلىمە ماتېرىيالغا ئىگە بولالايدۇ.

2. مۇخبىر بىرلا ۋاقىتتا ھەر خىل پىكىر ۋە كۆزقاراشلارنى ئاڭلاپ، پەرقلەندۈرۈپ تەھلىل قىلىش ئاساسىدا، چىگىچ ئەھۋالنى ئاسان ئايدىڭلاشتۇرۇۋالىدۇ. مۇخبىر بەزى سۆھبەت يىغىنلىرىنى مۇرەككەپ ۋەقە ۋە مەسىلىلەرنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىش ئۈچۈن ئۇيۇشتۇرىدۇ، ئايرىم سۆزلىشىشتە، ئېنىقلاش تەس بولغان بۇنداق مەسىلىلەر سۆھبەتكە قاتناشقۇچىلارنىڭ ئۆزئارا ئىلھام بېرىپ بىر ـ بىرىنى تولۇقلىشى، ساختىلىرىنى رەت قىلىپ، ھەقىقىيلىرىنى مۇئەييەنلەشتۈرۈشى نەتىجىسىدە، كۆپنىڭ ئەقىل ـ پاراستى ۋە مۇخبىرنىڭ سەزگۈرلۈك بىلەن ھۆكۈم قىلىشى ئارقىلىق چوڭقۇر ھەم تولۇق ئايدىڭلىشىدۇ.

3. سۆھبەت يىغىنىدا ھەرقايسى تەرەپنىڭ نوپۇزلۇق پىكىرلىرى ئوتتۇرىغا چۈشىدىغان بولغاچقا، مۇخبىر بەزى ماتېرىياللارنى يۈز تۇرا نەقلەشتۈرۈۋالغاندىن باشقا، يەنە يېڭى ئاخبارات يىپ ئۇچلىرىغىمۇ ئىگە بولالايدۇ.

سۆھبەت يىغىنى ئۆز نۆۋىتىدە يەنە ھەر خىل چەكلىمىلەرگە ئىگە. ھەربىر كىشىنىڭ سۆزلەيدىغان ۋاقتى قىسقا بولغاچقا، بەزى مەسىلىلەرنى تەپسىلىي بايان قىلىپ كېتەلمەيدۇ. شۇڭا، تەپسىلاتلارغا قارىغاندا ئومۇملاشتۇرۇلغان ماتېرىيال كۆپرەك

بولۇپ قالىدۇ. بەزى كىشىلەر يىغىندا ئېھتىيات تۇپەيلىدىن كۆڭلىدىكى گېپىنى دېيەلمەي قالىدۇ. تەشكىللەش ياخشى بولمىسا، «سەن سالا، مەن سالا، ئاتقا بوغۇزنى كىم سالا» دېگەندەك، بىر - بىرىنىڭ كۆزىگە قارىشىپ، سۇكۇتتە ئولتۇرۇپ كېتىدىغان ياكى بىرلا ئادەم سۆزلىسە قالغانلىرى ئاغزىغا قاراپ ئولتۇرۇپ، بىر باشتىن ئىپادە بىلدۈرۈپ دوكلات قىلىدىغان ئىش يۈز بېرىدۇ، شۇڭا سۆھبەت يىغىنى ئارقىلىق ئېلىپ بېرىلىدىغان مۇخبىرلىقنى ئېھتىياتچانلىق بىلەن ئويلىشىش، ھە دېگەندە خەقنى كولدۇرلىتىپ يىغىۋالماسلىق، ئاچسىمۇ، ئاچمىسىمۇ بولىدىغان يىغىننى ئىمكانقەدەر ئاچماسلىق كېرەك.

ئادەتتە تۆۋەندىكىدەك ئەھۋال ئاستىدا سۆھبەت يىغىنى ئېچىش ئارقىلىق مۇخبىرلىق قىلىشقا بولىدۇ: (1) پەقەت مۇناسىۋەتلىك ئادەملەرنى بىر يەرگە جەم قىلغاندىلا ئېنىقلاشقا بولىدىغان ۋەقە ۋە پاكىتلاردا؛ (2) مۇخبىر بىر مەزگىل زىيارەت قىلىپ ماتېرىيال ئىگىلىگەن، لېكىن مەسىلىگە قارىتا ئېنىق تونۇشقا كېلەلمەي بىر قىسىم نوپۇز ئىگىلىرىنىڭ غۇلغۇلا قىلىشى زۆرۈر بولغاندا؛ (3) دائىرىسى بىرقەدەر كەڭ بولغان تىپىك خەۋەرلەر، خىزمەت خۇلاسىسى، خىزمەت تەتقىقاتى توغرىسىدىكى خەۋەرلەردە پىكىر ھەم ئىنكاسلارنى ئاڭلاش زۆرۈر بولغاندا.

ئىككىنچى پاراگراف قانداق قىلغاندا سۆھبەت يىغىنىنى ياخشى ئاچقىلى بولىدۇ؟

سوئال سوراش شەكلى، ئۇسۇلى ۋە ماھارىتى جەھەتتە سۆھبەت يىغىنى ئايرىم زىيارەت قىلىش ئۇسۇلى بىلەن كۆپ پەرقلىنىپ كەتمەيدۇ. لېكىن، بۇ كوللېكتىپچانلىققا ئىگە بولغان بىر خىل زىيارەت ئۇسۇلى بولغاچقا، ئۇنىڭمۇ پەۋقۇلئاددە

تەلەپلىرى بولىدۇ.

1. سۆھبەت يىغىنىغا چاقىرىلىدىغان كىشىلەرنى مۇۋاپىق تاللاش كېرەك. سۆھبەتكە قاتنىشىدىغان كىشىلەر چوقۇم مۇستەقىل پىكىر قىلالايدىغان بولۇشى، ۋەكىل خاراكتېرىگە ئىگە بولۇشى، يەنى ھەرقايسى تەرەپلەردىن ئەھۋال يەتكۈزۈپ بېرەلەيدىغان، ئوخشاش بولمىغان قاتلامنىڭ ساداسىنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرەلەيدىغان بولۇشى لازىم. شۇنىڭ بىلەن بىللە سۆھبەتكە قاتنىشىدىغانلار بىر ـ بىرى بىلەن چىقىشالمايدىغان، پىكىر جەھەتتە تامامەن قارىمۇقارشى كىشىلەر بولۇپ قالماسلىقى كېرەك. ئۇنداق بولمايدىكەن، مەسىلىنى ئېنىقلاش ئۇياقتا تۇرسۇن، ئەكسىچە، تېخىمۇ مۇرەككەپلەشتۈرۈپ قويىدۇ. ئادەم سانىغا كەلسەك، سۆھبەتكە چاقىرىلىدىغان ئادەم ئادەتتە ئۈچتىن ئونغىچە بولسا بولىدۇ. ئەگەر ئادەم بەك كۆپ بولۇپ كەتسە، ئىككى ـ ئۈچ قېتىمغا بۆلۈپ ئاچسىمۇ بولىدۇ.

2. يىغىندىن ئىلگىرىكى تەييارلىقنى ياخشى ئىشلەش كېرەك.

بىز يۇقىرىدا بايان قىلىپ ئۆتكىنىمىزدەك، سۆھبەت يىغىنىنى ھە دېگەندىلا ئېچىۋېرىشكە بولمايدۇ، ئېنىق مەقسەت ۋە تەييارلىق بولماي تۇرۇپ كىشىلەرنى چاقىرىپ قويغاندا، دېيىشىدىغان گەپنىڭ تۇتامى بولماي، خەقنىڭ ۋاقتىنى ئېلىپ بىزار قىلىدىغان ئىش يۈز بېرىدۇ. شۇڭلاشقا، مۇخبىر ئالدى بىلەن ياخشى تەييارلىق قىلىپ، سۆھبەتنىڭ دائىرىسى، مەركىزىي تېمىسى، ئالدى بىلەن ئوتتۇرىغا قويۇپ مۇھاكىمە قىلىدىغان مەسىلە، نۇقتىلىق چوڭقۇرلاشتۇرىدىغان مەسىلە ۋە چېتىلىدىغان باشقا ئاساسلىق مەسىلىلەر توغرىسىدا بىرەر لايىھە تۈزۈۋېلىشى كېرەك.

يەنە بىر تەرەپتىن، سۆھبەتنىڭ ئاساسىي تېمىسى، يەتمەكچى بولغان مەقسەت، تەلەپ قاتارلىقلارنى چاقىرىلىدىغان سۆھبەت ئەھلىلىرىگە ئالدىن ئۇقتۇرۇپ، ئۇلارنىڭمۇ نېمىلەرنى

سۆزلەيدىغانلىقى توغرىسىدا ئىدىيەۋى تەييارلىق بىلەن كېلىشىنى ئېيتىش لازىم. ھەر ئىككى تەرەپ تەييارلىق بىلەن «مەيدانغا» كىرگەندە، نىشانلىق ۋە تەرتىپلىك ھالدا پاراڭلىشىپ، كۆزلىگەن مەقسەتكە يەتكىلى بولىدۇ.

3. سۆھبەت يىغىنىنىڭ كەيپىياتى پاراڭلىشىش، مۇزاكىرىلىشىش شەكلىدە بولۇشى كېرەك.

سۆھبەت يىغىنىدا ھېچكىم تارتىنىپ قالمايدىغان، ئۆز كۆڭلىدىكىنى خۇشال ھالدا تولۇق دېيەلەيدىغان كەيپىياتنى شەكىللەندۈرۈش كېرەك. بۇنىڭ ئۈچۈن مۇخبىر ئىمكانقەدەر سۆھبەتكە ئۆزى رىياسەتچىلىك قىلىشى، ئاساسىي مەقسەتنى ئالدىن تەكىتلەپ قويغاندىن باشقا، ئۇزۇن يىغىن سۆزلىمەي بىر ئىككى ئېغىز سۆز بىلەن ئاچىدىغان، ئۇزۇن ئۆزۈكسىز يېڭى تېمىلارنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، مۇزاكىرىنى چوڭقۇرلۇقتا يېتەكلىشى لازىم. شۇنىڭ بىلەن بىر ۋاقىتتا مۇخبىر سۆزلەۋاتقانلارنىڭ گېپىنى بۆلۈۋەتمەسلىكى، ئەدەپلىك ھالدا تەستىقلاپ، ماقۇللاپ تۇرۇشى كېرەك.

4. سۆھبەت يىغىنىنى ئايرىم سۆزلىشىش بىلەن بىرلەشتۈرۈش كېرەك. ۋاقىت ۋە مۇھىتنىڭ چەكلىمىسى تۈپەيلىدىن ۋەقە ۋە مەسىلىگە ئائىت تەپسىلاتلارنى، دەماللىققا دۈچ كەلگەن ئېنىقلاش زۆرۈر بولغان ئايرىم مەسىلىلەرنى يىغىندا چوڭقۇر ۋە تەلتۆكۈس ھەل قىلغىلى بولمايدۇ. شۇڭا، زۆرۈر تېپىلغاندا، ماتېرىياللارنى رەتلەپ، ئايرىم سۆزلىشىشنى ۋە ئىز قوغلاپ زىيارەت قىلىشنىمۇ بىرلەشتۈرۈش كېرەك.

سەككىزىنچى باب ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ ئاساسىي تەلىپى ۋە مۇھىم ھالقىلار

بىرىنچى پاراگراف ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ ئاساسىي تەلىپى

ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ ئاساسىي تەلىپىنى ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ چىن بولۇشى، ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ ئىدىيەۋىلىكى ۋە يېتەكچىلىك خاراكتېرى، ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ ۋاقىتچانلىقى ۋە ئاخبارات خەۋەرلىرىدە پاكىت ئارقىلىق سۆزلەشتىن ئىبارەت تۆت نۇقتىغا يىغىنچاقلاشقا بولىدۇ.

1. ئاخبارات چىن بولۇشى كېرەك.

ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ چىن، ھەقىقىي بولۇشى ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنىڭ تۈپ پرىنسىپى، شۇنداقلا ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ ھاياتىي كۈچكە ئىگە بولۇشىنىڭ ئاساسى. بۇ ئاخباراتنىڭ ئالاھىدە خۇسۇسىيىتى تەرىپىدىن بەلگىلەنگەن. ئوبيېكتىپ مەۋجۇت بولۇپ تۇرغان پاكىت بىرلەمچى، ئاخبارات ئىككىلەمچى بولىدۇ. شۇڭلاشقا، ئاخبارات خەۋەرلىرىدە ئوبيېكتىپ پاكىتلار راستچىللىق بىلەن توغرا ئەكس ئەتتۈرۈلۈشى، بۇرمىلانماسلىقى، توقۇپ چىقىرىلماسلىقى لازىم. ئۇنداق بولمىغاندا، دىيالېكتىك ماتېرىيالىزمغا خىلاپلىق قىلىنىپ، ساغلام ئاخباراتچىلىقىمىزنىڭ ئىناۋىتى يەرگە ئۇرۇلىدۇ. بىز ھەقىقەتنى ئەمەلىيەتتىن ئىزدەش ئىلمىي پوزىتسىيەسىدە چىڭ تۇرۇپ، ئاخبارات خەۋەرلىرىمىزدە راست

گەپ قىلىشىمىز، يالغان گەپ قىلىشقا قارشى تۇرۇشىمىز لازىم. خەلق ئاممىسىمۇ بىزدىن ھەقىقىي، راست خەۋەرلەرنى تەلەپ قىلىدۇ، ساختا، ياسالما خەۋەرلەردىن بىزار بولىدۇ. چىنلىقنى يوقاتقان خەۋەر ئۆزىنىڭ مەۋجۇت بولۇپ تۇرۇش قىممىتىنى يوقىتىپلا قالماستىن، گېزىتنىڭ ئىناۋىتىگىمۇ، پارتىيە ۋە خەلق ئىشلىرىغىمۇ زىيان يەتكۈزىدۇ. پەقەت خەۋەرلەر راست يېزىلغاندىلا، خەلقنىڭ ئىشەنچىنى قولغا كەلتۈرگىلى بولىدۇ.

ئۇنداقتا ئاخباراتنىڭ چىنلىقى قايسى تەرەپلەرنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ؟ بىرىنچى، ئاخباراتنىڭ بەش ئامىلى چىن بولۇشى كېرەك؛ ئىككىنچى، خەۋەردە ئىشلىتىلگەن ماتېرىيال ۋە سان ـ سىپىرلار ئىشەنچلىك بولۇشى كېرەك؛ ئۈچىنچى، خەۋەردىكى پاكىتلارغا بېرىلگەن ئىزاھات ۋە چۈشەندۈرۈشلەر شەيئىلەرنىڭ ئەسلىي قىياپىتىگە ئۇيغۇن كېلىشى، بىر تەرەپلىمە بولۇپ قالماسلىقى، كۆپتۈرۈۋېتىلمەسلىكى لازىم.

ئۇزاق ۋاقىتتىن بېرى ئاخبارات يېزىقچىلىقىدا بەش ئامىلنىڭ، يەنى بەش «W» نىڭ بولۇشى تەكىتلىنىپ كەلمەكتە. بۇ بەش ئامىل ياكى بەش «W»: قاچان (W(when ، قەيەردە (W(where، كىم (W(who، نېمە ئىش (W(what، نېمە ئۈچۈن (W(why دېگەنلەردىن ئىبارەت بولۇپ، بۇلار پاكىتلارنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىشنىڭ ئالدىنقى شەرتى ۋە توغرىلىقىغا يېتىشنىڭ بىرىنچى قەدىمى. خەۋەر يېزىقچىلىقىدا مۇبادا بۇ بەش ئامىلغا دىققەت قىلىنمايدىكەن، كونكرېت ۋاقىت، ۋەقە يۈز بەرگەن ئورۇن تاپشۇرۇلمايدىكەن ۋە خەۋەردىكى ئادەمنىڭ كىم ئىكەنلىكى ئېنىق سۆزلەنمەيدىكەن، ئوقۇرمەنلەرگە ئېنىق، تولۇق چۈشەنچە بەرگىلى بولماي قالىدۇ.

بەش ئامىل چىن بولۇشى كېرەك دېگىنىمىزدە، ھەقىقەتەن مۇشۇنداق ۋەقە يۈز بەرگەن بولۇشى، ئۇنىڭدىكى ئادەم كونكرېت ئىسمى، جىسمى، ئادرېسى بولغان مەۋجۇت ئادەم بولۇشى، قىلچىلىك ساختىلىق ئارىلاشمىغان بولۇشى كۆزدە تۇتۇلىدۇ.

154

مەسىلەن، خەۋەر قىلىنغان پاكىت شۇ ۋاقىت، شۇ ئورۇندا يۈز بەرگەن بولسا، ئۇنى باشقا بىر ۋاقىت، باشقا بىر ئورۇندا يۈز بەرگەن دەپ يېزىشقا بولمايدۇ. ئىلغار شەخس بولمىغان مەلۇم كىشىنى قەستەن ئىلغار شەخس دەپ يېزىشقا بولمايدۇ. «ئەمەتنىڭ تۇمىقىنى سەمەتكە كىيدۈرۈپ قويۇش»قا تېخىمۇ بولمايدۇ. يىغىپ ئېيتقاندا، خەۋەرنىڭ پاكىتلىرى تامامەن چىن، ھەقىقىي بولۇشى، ئۇنىڭدىكى ھەربىر تەپسىلات، ھەتتا شەخسلەرنىڭ سۆزى ۋە خىيالىغىمۇ سۈنئىي ھالدا «دورا ـ دەرمەك» ئارىلىشىپ قالماسلىقى، «مۇۋاپىق تەسەۋۋۇر» قىلىنماسلىقى كېرەك.

ئاخباراتتا گەرچە پاكىت خەۋەر قىلىنسىمۇ، لېكىن ئۇ يەنىلا مۇخبىرنىڭ ئۆزى خەۋەر قىلىۋاتقان ئاخبارات پاكىتلىرىغا بولغان تونۇشى، باھاسى ۋە چۈشەندۈرۈشىنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. مۇخبىر شەيئىلەرنى كۆزەتكەندە، تەھلىل قىلغاندا، شەيئىلەرنىڭ ئومۇمىي قىياپىتىنى ئىگىلەشكە، ماھىيىتىنى تونۇشقا دىققەت قىلىشى، بىر تەرەپلىمىلىك خاھىشتىن ساقلىنىشى كېرەك. ئاخبارات پاكىتىغا بېرىلگەن باھا ۋە چۈشەندۈرۈش جەزمەن شەيئىلەرنىڭ ئەسلىي قىياپىتىگە ئۇيغۇن بولۇشى، قىسمەنلىكنى ئومۇملۇقنىڭ ئورنىغا دەسسەتمەسلىكى، بىر تەرەپتىكى نەتىجە ئارقىلىق يەنە بىر تەرەپتىكى ئاجىزلىقنى يوشۇرماسلىقى ياكى مەلۇم بىر خاتالىقنى دەپ پۈتۈن نەتىجىنى يوققا چىقارماسلىقى كېرەك. سۇبيېكتىپ ھېسسىياتقا تايىنىپ ئاشۇرۇۋېتىلگەن ھەرقانداق باھا خەۋەرنى ساختىلىققا چۆمكەپ قويىدۇ. بىزنىڭ سوتسىيالىستىك ئاخباراتچىلىقىمىز خەۋەرنىڭ چىن، ھەقىقىي بولۇشىنى تەلەپ قىلىدۇ، ھەرگىزمۇ نېمە بولسا شۇنى يېزىۋېرىشنى تەكىتلىمەيدۇ، بەلكى توغرا ئىدىيەۋى مەيداندا تۇرۇپ، شەيئىلەرنىڭ ئەسلىي قىياپىتىنى، ماھىيىتىنى ئەكس ئەتتۈرۈشنى تەلەپ قىلىدۇ.

بىز ئاخباراتنىڭ چىنلىق پرىنسىپىنى قوغداش ئۈچۈن، ساختىلىق خاھىشلىرىنى تۈگىتىشكە تىرىشىشىمىز لازىم.

ئادەتتە خەۋەرلەرنى ساختىلاشتۇرۇپ قويىدىغان سەۋەبلەر تۆۋەندىكىدەك بىرقانچە خىل بولىدۇ:

بىرىنچى، ئەستايىدىل مۇخبىرلىق قىلماسلىق. ئاخبارات مۇخبىرلىقى ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ ئالدىنقى شەرتى ۋە ئاساسى. مۇخبىرلىقنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك بولغان ـ بولمىغانلىقى ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ سۈپىتىگە بىۋاستە تەسىر كۆرسىتىدۇ. مۇخبىرلىق چوڭقۇر، ئىنچىكە ئېلىپ بېرىلماي، ئات ئۈستىدە گۈل سەيلىسى قىلغاندەك ماتېرىياللار ئۇ يەر ـ بۇ يەردىن تېرىپ ئېلىنسا، يېزىقچىلىققا ئۆتكەندە ماتېرىيال يېتىشمىسە، قۇرۇق گەپ ساتىدىغان ئىش كېلىپ چىقىدۇ. يەنە بىر تەرەپتىن، ئىككىنچى قول ماتېرىيالغا قانائەتلىنىپ قېلىپ، نەق مەيدانغا بارماي، ماتېرىياللارنى سېلىشتۇرماي ئالدىراپ ـ تېنەپ خەۋەر بەرگەندە، ئەھۋال ئۆز قولىقى بىلەن ئاڭلىغاندىكىدەك بولماي قالىدۇ ـ دە، چىنلىقتىن چەتنەپ كېتىدۇ.

156

سابىق سوۋېت ئىتتىپاقىنىڭ داڭلىق مۇخبىرى بورىس پولېيىف «مەڭگۈ ئۇنتۇلماس مۇخبىرلىق ھاياتىم» دېگەن ماقالىسىدە مۇنداق بىر ئىشنى ئەسلەيدۇ: بىر قېتىم ئۇ زاۋۇتقا مۇخبىرلىق قىلىشقا بېرىپ، بىر پېشقەدەم ئىشچىنى نۇقتىلىق شەخس قىلغان بىر پارچە خەۋەر يازىدۇ. خەۋەر گېزىتكە بېسىلغاندىن كېيىن، ھېلىقى ئىشچى ئاچچىقلانغان ھالدا تەھرىر بۆلۈمىگە مۇخبىرنى ئىزدەپ كېلىدۇ:

«— يولداش پولېيىف، سىز مەن توغرۇلۇق نېمىلەرنى دەپ كەتتىڭىز؟ — ئۇ ئەيىبلەش نەزىرى بىلەن ماڭا سوئال قويىدى.

— نېمە بوپتۇ؟

— قاراڭ، سىز بۇ يەردە مېنى نېمىلەرنى دەپ يازدىڭىز؟ — ئۇ ئورنىدىن ئەتىگەن تۇرۇپ، بايراملىق كىيىملىرىنى كىيىپ، ساقىلىنى ئالدى ـ دە، چېچىنى ئەستايىدىللىق بىلەن تارىدى.

— بۇنداق دېسەم نېمە بوپتۇ؟

— نېمە بولاتتى دەمسىز؟ ... — ئۇ جاۋاب بېرىش ئورنىغا بېشىدىكى شەپكىسىنى ئېلىۋەتتى. مەن ئۇنىڭ خۇددى بىليارت توپىقا ئوخشايدىغان بېشىدا بىر تالمۇ چاچ قالمىغانلىقىنى كۆردۈم».①

دېمەك، ئەتراپلىق مۇخبىرلىق قىلماستىن، خەۋەرنى تەسەۋۋۇرغىلا تايىنىپ يازسا، ئوسال ئەھۋالدا قالىدىغان ئاقىۋەت كېلىپ چىقىدۇ.

ھەر خىل سەۋەبلەر تۈپەيلى مۇخبىرلىقنى تولۇق ئېلىپ بارماسلىق ۋە قارشى تەرەپكە ئاسانلىقچە ئىشىنىپ كېتىشمۇ خەۋەرلەرنىڭ ساختا بولۇپ قېلىشىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدىغان ئاساسىي سەۋەبلەردۇر. 1984 ـ يىلى «شىنجاڭ گېزىتى»دىن مېنى ئۈرۈمچىدە ئۆتكۈزۈلگەن ئالىي مەكتەپ ئوقۇغۇچىلىرىنىڭ بىر قېتىملىق ناخشا ئېيتىش مۇسابىقىسىنى زىيارەت قىلىشقا ئەۋەتتى. يىغىن مەيدانىغا بارغاندىن كېيىن مەن باشقۇرغۇچى ئورۇن بىلەن كۆرۈشۈپ، ئورۇنلاشتۇرۇشلارنى بىر قۇر ئىگىلىدىم ـ دە، يىغىن ئاخىرلاشماستىنلا چىقىپ كېتىپ، خەۋەرنى يېزىپ بېرىۋەتتىم. نەتىجىدە يىغىننىڭ ئەسلىدىكى ئورۇنلاشتۇرۇشىدا نۇرغۇن ئۆزگىرىشلەر بولۇپ، مېنىڭ يازغىنىم ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇن كەلمەيدىغان قۇرۇق نەرسىگە ئايلاندى. بۇ ئىش مەن ئۇچۇن ئاچچىق بىر ساۋاق بولۇپ قالدى. يەنە بىر قىسىم مۇخبىرلار باشقىلارنىڭ دېگەن گەپلىرى ئۈستىدە ئەستايىدىل ئويلانمايدۇ، راست ـ يالغانلىقىنى تەكشۈرمەيدۇ، ھاۋا گۇلدۇرلەپ بولغۇچە يامغۇر ياغدۇرۇۋېتىدۇ. دۇنيادىكى ئىشلار مۇرەككەپ بولىدۇ. مۇخبىرلارنىڭ زىيارەت ئوبيېكتلىرىمۇ خىلمۇخىل بولىدۇ. ھەرقانداق بىر ئىشقا دۇچ

---

① «جۇڭگو ۋە چەت ئەل مۇخبىرلىرىنىڭ تەجرىبە ھەققىدە ئېيتقانلىرى»، خەنزۇچە، 529 ـ بەت.

كەلگەندە «نېمە ئۈچۈن» دېگەن سوئالنى كۆپرەك قويۇش، ئۇنىڭ ئىشەنچلىك ياكى ئىشەنچلىك ئەمەسلىكى ئۈستىدە كۆپرەك ئويلىنىپ بېقىش ھەرگىزمۇ ئارتۇقلۇق قىلمايدۇ. شۇڭا، ھەرقانداق ۋاقىتتا ئىنچىكە، تولۇق مۇخبىرلىق قىلىش ۋە ماتېرىياللارنى سېلىشتۇرۇشقا يېتەرلىك ئەھمىيەت بېرىش لازىم.

ئىككىنچى، ئاخبارات بىلەن ئەدەبىياتنىڭ چەك ـ چېگراسىنى ئايرىلاشتۇرۇۋېتىش، جانلىق، تەسىرلىك بولۇشنى قوغلىشىپ، پاكىتلارنى خالىغانچە كۆپتۈرۈش.

بەزى كىشىلەرنىڭ ئاخباراتتىن ئىبارەت بۇ ژانىر ھەققىدىكى بىلىمى ۋە ئۇنىڭ ئالاھىدىلىكى توغرىسىدىكى تونۇشى يېتەرلىك بولمىغاچقا، ئاخبارات يېزىقچىلىقى بىلەن ئەدەبىي ئىجادىيەتنى بىرنەرسە دەپ قارايدۇ، ئاخبارات يېزىقچىلىقىغا ئەدەبىي ئىجادىيەتتىكى ئۇسۇللار بويىچە مۇئامىلە قىلىدۇ. ھەتتا پاكىتلارنى توقۇپ چىقىرىدۇ. ئاخبارات يېزىقچىلىقى بىلەن ئەدەبىي ئىجادىيەت ئوخشىمايدۇ، ئەدەبىي ئىجادىيەتتە تۇرمۇش چىنلىقىغا سادىق بولغان ئاساستا، تەسەۋۋۇرغا تايىنىپ خالىغانچە توقۇلما قىلىشقا بولىدۇ، ئاخبارات يېزىقچىلىقىدا بولسا رېئاللىقتىكى ھەقىقىي ئادەم، ھەقىقىي ئىشلار قىلچە توقۇلما قىلىنماستىن ئەينەن ئەكس ئەتكۈزۈلىدۇ.

ئۈچىنچى، يېزىشۋاتقان ئوبيېكتنى چەكسىز يۈكسەكلىككە كۆتۈرۈش، باھانىڭ مۇۋاپىق بولماسلىقى. بەزى خەۋەرلەردە شۇنداق ئىللەتلەر دائىم كۆرۈلۈپ تۇرىدۇكى، ئۇنىڭدا يېزىلغان شەخسلەر ھە دېگەندىلا «لېي فېڭچە قەھرىمان»، «تۆمۈر ئادەم»، ئۇنداق مەشھۇر، بۇنداق ئاتاقلىق دەپ ماختاپ كۆككە كۆتۈرۈلىدۇ. بەزىدە مەلۇم سىياسىي ئېھتىياج ۋە ۋاقىتلىق تەشۋىقات تەلىپىگە ئاساسەن مەلۇم بىر ئورۇن ياكى شەخسنىڭ قولىغا كەلتۈرگەن نەتىجىسىگە ئەمەلىيەتكە ئۇيغۇن كەلمەيدىغان ھالدا بۇرمىلاپ باھا بېرىلىدۇ. مەسىلەن، بىر كارخانا مەھسۇلات

قۇرۇلمىسىنى تەڭشەش، ئىشچىلارنىڭ كەسپىي ساپاسىنى ئۆستۈرۈش، ئىشلەپچىقىرىش بىلەن سېتىشنى ماسلاشتۇرۇش قاتارلىق تەدبىرلەر ئارقىلىق ئىقتىسادىي ئۈنۈمنى ۋە كارخانىنىڭ ھاياتىي كۈچىنى ئاشۇرغان بولسا، مارتتا «ئاياللارنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرۇشقا ئەھمىيەت بەرگەنلىكتىن ئىقتىسادىي ئۈنۈم ئاشتى» دەپ يېزىلسا، مايدا «مىللەتلەر ئىتتىپاقلىقىنى كۈچەيتكەنلىكتىن ...» دەپ يېزىلىدۇ. بۇ خىل بۇرمىلانغان نامۇۋاپىق باھالارنىڭ ھەممىسى كىشىلەرنىڭ خەۋەرنىڭ چىنلىقىغا بولغان گۇمانىنى قوزغايدۇ.

تۆتىنچى، بىخەستەلىك قىلىش، ئەستايىدىل بولماسلىق. ئاخبارات خەۋەرچىلىكى سىياسىيۋىلىكى كۈچلۈك بولغان ئىنتايىن جىددىي خىزمەت. شۇڭا، ئۇنىڭدا پۇتكۈل جەمئىيەت ئالدىدا، يۈزمىڭلىغان مۇشتەرىلەر ئالدىدا مەسئۇل بولۇش، ھەربىر خەۋەرگە نىسبەتەن جىددىي، ئەستايىدىل مۇئامىلە قىلىش، پاكىتقا ئالاھىدە ھۆرمەت قىلىش كېرەك. بىر قىسىم مۇخبىرلارنىڭ بىخەستەلىك قىلغانلىقى، يېزىش ئىستىلى جەھەتتىكى مەسئۇلىيەتسىزلىكى تۈپەيلىدىن بەزى خەۋەرلەر چىن ئەكس ئەتكۈزۈلمەي قالىدۇ. بەزى مۇخبىرلار خەۋەرنى قولىنىڭ ئۇچىدىلا يازىدۇ، ئاتالغۇلارنى جايىدا ئىشلەتمەيدۇ ياكى ئالماشتۇرۇپ قويىدۇ، چېكىت، پەشلەرگە دىققەت قىلمايدۇ، بولۇپمۇ سان ـ سېپىرلاردا ئاسانلا قويۇۋېتىپ قالىدۇ، مانا بۇ — خەۋەرلەردە كۆپىنچە خاتالىق كەلتۈرۈپ چىقىرىدىغان بىر نۇقتا.

بەشىنچى، بىلىم جەھەتتىكى چولتىلىق. ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ تېماتىكىلىق دائىرىسى ناھايىتى كەڭ، چېتىلىدىغان ساھەلىرى كۆپ بولىدۇ. مەسىلەن، سىياسىي، ئىقتىساد، قانۇن، ھەربىي ئىشلار، مەدەنىيەت ـ مائارىپ، سەھىيە، تەنتەربىيە ۋە تەبىئىي پەن قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى ئاخباراتنىڭ خەۋەر قىلىش مەزمۇنى دائىرىسىگە كىرىدۇ. دەرۋەقە، مۇخبىردىن مۇشۇ تەرەپلەرنىڭ ھەممىسىدە مۇكەممەل

بىلىمگە ئىگە بولۇش تەلەپ قىلىنمايدۇ. مۇخبىر ھېچبولمىغاندا بىر قەدەر ئەتراپلىق بىلىمدىن خەۋەردار بولۇشى، بولۇپمۇ ئۆزى يېزىۋاتقان تېما بىلەن تونۇشلۇق بولۇشى كېرەك. ئۇنداق بولمىغاندا، مۇخبىرلار بىلمىگەن نەرسىنىمۇ بىلگەن قىياپەتكە كىرىۋالىدۇ ـ دە، مۇشتەرىلەر ئالدىدا كۈلكىگە قالىدۇ.

ئالتىنچى، باشقىلارنىڭ دېپىغا ئۇسسۇل ئويناپ، راست گەپ قىلىشقا جۈرئەت قىلالماسلىق. ئايرىم ئورۇنلارنىڭ رەھبەرلىرى ماختاشنى ياخشى كۆرۈپ، تەنقىدنى ياقتۇرمايدۇ. ئۈلگە تىكلەپ، ئۆزىنى كۆرسىتىش ئۈچۈن، باشلامچىلىق بىلەن يالغان گەپ قىلىدۇ، ھەتتا ئەۋزەل مۇئامىلىلەرنى دەسمايە قىلىپ تۇرۇپ، مۇخبىرلارنى يالغان گەپ قىلىشقا دەۋەت قىلىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا مۇخبىرلار ھەقىقەتتە ۋە پرىنسىپتا چىڭ تۇرۇشى، خاتا قىلمىشلارغا ماسلىشىپ بەرمەسلىكى، بولۇپمۇ شەخسىي نەپسى ئۈچۈن ئاخباراتنىڭ ئىناۋىتىنى ساتماسلىقى كېرەك.

ئاخباراتنىڭ چىن بولماي قېلىشى يۇقىرىقىلاردىن باشقا يەنە نۇرغۇن سەۋەبلەرگە باغلىق. ئومۇمەن، مۇخبىرنىڭ ئىدىيەۋى ئىستىل جەھەتتىكى تەربىيەلىنىشى، كەسپىي ئەخلاقى ۋە پۈتكۈل جەمئىيەتنىڭ كەيپىياتى بۇنىڭ ئاساسلىق سەۋەبى. شۇڭا، ئاخباراتنىڭ تامامەن چىن بولۇشىنى قولغا كەلتۈرۈش ئۇزاق مۇددەتلىك مۇشكۈل بىر ۋەزىپىدۇر.

2. ئاخباراتنىڭ ئىدىيەۋىلىكى ۋە يېتەكچىلىك خاراكتېرى

لېنىن مۇنداق دەپ كۆرسەتكەنىدى: «گېزىت كوللېكتىپنىڭ تەشۋىقاتچىسى، تەرغىباتچىسى بولۇپلا قالماستىن، ئۇ يەنە كوللېكتىپنىڭ تەشكىللىگۈچىسىدۇر.»[1] بىزنىڭ ئاخبارات خەۋەرچىلىكىمىز جامائەت پىكرىنىڭ يول باشلىغۇچىسى. ئۇ ئىدىيەۋىلىككە ئىگە بولغاندىلا، ئاندىن يېتەكچىلىك قىلىشتىن ئىبارەت مۇھىم رولىنى تولۇق جارى قىلدۇرالايدۇ.

① لېنىن: «ئىشنى قەيەردىن باشلاش كېرەك».

دۇنيادا ھەر كۈنلۈكى كۆرمىگىلىغان ئىشلار يۈز بېرىدۇ، ئاخباراتچىلىقتا بۇلارنىڭ بىرىنىمۇ چالا قويماي تولۇق ئەكس ئەتكۈزۈشى مۇمكىن ئەمەس. ھەرقانداق ئاخبارات ۋاستىسى مەقسەتلىك ۋە تاللاش ئاساسىدا خەۋەر قىلىدۇ. ئۆزىنى دۇنيادا ئەڭ ئوبيېكتىپ، ئەڭ ئەركىن دەپ ھېسابلايدىغان غەرب ئاخباراتچىلىقىنىڭمۇ ئۆزىگە خاس تەكىتلەيدىغان نۇقتىلىرى ۋە خاھىشچانلىقى بولىدۇ. بىزنىڭ ئاخباراتچىلىقىمىزنىڭ خاراكتېرى — پارتىيەنىڭ تەشۋىقات قورالى بولۇشتىن ئىبارەت. شۇڭا بىز، ئەھمىيەتلىك بولغان ئاخبارات پاكىتلىرىنى خەۋەر قىلىش ئارقىلىق، سىياسىي جەھەتتە مۇھىم بولغان، دەۋر روھىغا باي، پارتىيەنىڭ فاڭجېن ـ سىياسەتلىرىنى ئىجرا قىلىشقا ۋە خەلق ئاممىسىنى يېتەكلەشكە ئاكتىپ تەسىر كۆرسىتىدىغان، كىشىلەر ئومۇميۈزلۈك كۆڭۈل بۆلىدىغان ھەم تەربىيەۋى ئەھمىيەتكە ئىگە نەرسىلەرنى نۇقتىلىق ئەكس ئەتكۈزىمىز. دەرۋەقە، خەۋەر قىلىنىدىغان شەيئىلەر ئوتتۇرىسىدا زور پەرق بولىدىغان بولغاچقا، ھەربىر خەۋەر جەزمەن چوڭقۇر ئىدىيەۋى ئەھمىيەتكە، يېتەكچىلىك خاراكتېرگە ئىگە بولۇشى كېرەك، دەپ تەلەپ قىلالمايمىز. لېكىن، پارتىيە ئالدىدا، خەلق ئالدىدا، جەمئىيەت ئالدىدا مەسئۇل بولۇش پوزىتسىيەسى بويىچە قارىغاندا، بىز خەۋەرلىرىمىزنىڭ ئىدىيەۋىلىكىگە ۋە ئىجتىمائىي ئۈنۈمىگە جەزمەن ئەھمىيەت بېرىشىمىز كېرەك.

ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ ئىدىيەۋىلىكى قانداق ئىپادىلىنىدۇ؟

بىرىنچى، ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنى ماركسىزملىق مەيداندا تۇرۇپ ئەكس ئەتكۈزۈش ۋە ئۇلارنىڭ ئىدىيەۋى ئەھمىيىتىنى قېزىش كېرەك. ئاخبارات ـ تەشۋىقات ئاڭلىق ھالدا ماركسىزملىق نەزەرىيە ئاساسىغا قۇرۇلۇشى، خەۋەردىكى پاكىت، شەرھلىمەكچى بولغان نەرسە جەزمەن ماركسىزملىق مەيدان، كۆزقاراش ۋە ئۇسۇلغا ئۇيغۇن كېلىشى، يەنى شەيئىلەرنى ماركسىزملىق نۇقتىئىنەزەر بويىچە تونۇشى ۋە ئەكس ئەتكۈزۈشى

كىرەك.

ئاخباراتتىكى ئىدىيەۋىلىك خەۋەردىكى پاكىتلارنىڭ ئۆزىدە بولىدۇ. خەۋەرچىلىك ئەمەلىيىتىدە مۇنداق ئەھۋاللار بولىدۇ. ئوخشاشلا بىر مۇھىم ئەھمىيەتكە ئىگە پاكىت خەۋەر قىلىنغاندا، بەزى خەۋەرلەرنىڭ ئىدىيەۋىلىكى كۈچلۈك چىقىدۇ، بەزىلىرىنىڭ ئاجىز بولۇپ قالىدۇ. دېمەك، خەۋەرلەردىكى ئىدىيەۋىلىكنىڭ كۈچلۈك ياكى ئاجىز بولۇشى مۇخبىرلارنىڭ يۇكسەك سىياسىي مەيداندا تۇرۇپ، خەۋەر قىلىنىۋاتقان پاكىتنىڭ ئىدىيەۋى ئەھمىيىتىنى چوڭقۇر قازالىغان ياكى قازالمىغانلىقى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك. شۇڭا، بىز خەۋەر يازغان ۋاقتىمىزدا پاكىت ئەمەلىيىتىدىن چىقىشقا ماھىر بولۇپ، شەيئىلەرنىڭ ھادىسىدىن ئۆتۈپ ماھىيىتىنى كۆرۈشىمىز ھەمدە ئۇنى ئالاھىدە دەۋر ئارقا كۆرۈنۈشى ئاستىغا قويۇپ، ئۇنىڭ بىلەن باشقا شەيئىلەر ئوتتۇرىسىدىكى باغلىنىشتىن شەيئىنىڭ ئومۇمىيۈزلۈك ئەھمىيىتىنى كۆرسىتىپ بېرىشىمىز لازىم. شۇنداق بولغاندىلا خەۋەرلىرىمىز يۈزەكى، ئاددىي بولۇپ قېلىشتىن ساقلىنىپ، كىشىلەرنى مەلۇم ئويغا سالالايدۇ ۋە ئۇلارنىڭ ئىدىيەسىگە تەسىر كۆرسىتەلەيدۇ. ئاپتونوم رايونىمىز بويىچە مائارىپنى قوللاش ئۈلگىسى كېرەم ئىمىن توغرىسىدا يېزىلغان خەۋەرنىڭ كەڭ تەسىر قوزغىيالىشىدىكى سەۋەب، بېيىغان بىر دېھقاننىڭ مەردلىك بىلەن ساخاۋەتلىك ئىشلارنى قىلغانلىقىلا ئەمەس، بەلكى ئەڭ مۇھىمى خەۋەردە كېرەم ئىمىندەك بىر شەخسنىڭ بېيىغاندا دۆلەتنى، ئەۋلادلارنى ئۇنتۇپ قالماسلىقىدەك ئالىيجاناب روھىنىڭ ئالاھىدە تارىخىي شارائىت ئىچىگە قويۇپ يورۇتۇپ بېرىلگەنلىكىدە ئىپادىلەنگەن. ئېلىمىزدە تاۋار ئىگىلىكى تەرەققىي قىلىپ، ئالدىن بېيىش سىياستى قويۇۋېتىلگەندىن كېيىن، بىر قىسىم كىشىلەر ھەقىقەتەن بېيىدى، لېكىن ئايرىملىرىنىڭ ئارىسىدا پۇلپەرەسلىك باش كۆتۈردى، ئۇلار ئىنسانىنىڭ پۈتۈن قىممىتى، تەقدىرى ۋە بەختىنى پۇل ئارقىلىق

ئۆلچەيدىغان بولىدى. بۇنداق يۈزلىنىش ئالدىدا كېرەم ئىمىن تىوغرىسىدىكى خەۋەر ئالاھىدە ئىدىيەۋى ئەھمىيەتكە ئىگە ئەمەسمۇ؟

ئىككىنچى، پارتىيەنىڭ فاڭجېن - سىياسەتلىرىنى توغرا تەشۋىق قىلىش كېرەك. پارتىيەنىڭ فاڭجېن - سىياسەتلىرىنى توغرا تەشۋىق قىلىش ئاخباراتچىلىقىمىزنىڭ مۇھىم بىر ۋەزىپىسى.

ئاخبارات خەۋەرلىرى ئارقىلىق سىياسەتنى تەشۋىق قىلىشتا مۇخبىرلاردا تەۋرەنمەس ئىرادە بولۇشى كېرەك. يېڭى بىر سىياسەت يولغا قويۇلغاندىن كېيىن، كىشىلەرنىڭ ئۇنى چۈشىنىشى، قوبۇل قىلىشى ئوخشاش بولمايدۇ. بەزىدە خاتا ئىدىيەلەرنىڭ توسقۇنلۇق قىلىشىغىمۇ ئۇچرايدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا مۇخبىرلار ئەگىپ ئۆتۈپ كەتمەستىن، كۈچلۈك پاكىتلار ئارقىلىق قايىل قىلىشى كېرەك. «ئاساسىي ئېقىم بىلەن تارماق ئېقىمنى ئايرىپ، باشلىنىشنى ھەددىدىن ئاشۇرۇۋېتىش دەپ قارىماسلىق كېرەك» دېگەن خەۋەر 1979 - يىلى كۆتۈرۈلگەن، پارتىيە 11 - نۆۋەتلىك مەركىزىي كومىتېتى 3 - ئومۇمىي يىغىنىنىڭ روھىدىن گۇمانلىنىدىغان ۋە ئۇنى ئىنكار قىلىدىغان شامالغا قارىتا يېزىلغان. ئەينى ۋاقىتتا بىر قىسىم كىشىلەر يېزىلارغا قارىتىلغان ئىقتىسادىي سىياسەت ھەددىدىن زىيادە تەشۋىق قىلىندى، دېھقانلارنىڭ قوشۇمچە كەسىپ بىلەن شۇغۇللىنىشىغا يول قويۇلۇپ، كاپىتالىزم يامراپ كەتتى، ئىشلەپچىقىرىش ئەترەتلىرىنىڭ ئىگىدارچىلىق ھوقۇقى بەك چوڭ بولۇپ كەتتى، دەپ داۋراڭ كۆتۈرگەن. بۇ ئەھۋالغا ئاساسەن مۇخبىر ئەمەلىي تەكشۈرۈش ئېلىپ بېرىپ، جانلىق پاكىتلار ئاساسىدا يۇقىرىقى خەۋەرنى يازغان.

سىياسەتنى تەشۋىق قىلىشتا توغرىلىقتا، سىياسەتنىڭ دائىرىسىنى ئىگىلەشكە دىققەت قىلىش كېرەك. بۇ، مۇخبىرلاردىن تۇرلۇك سىياسەتلەرنى ئەستايىدىللىق بىلەن

ئۆگىنىپ، روھىي ماھىيىتىنى چوڭقۇر ئۆزلەشتۈرۈشنى تەلەپ قىلىدۇ. ئۆزىگە ئېنىق بولمىغان، يېرىم - يارتا بىلگەن نەرسىلەرنى قارىسىغىلا تەشۋىق قىلىشقا قەتئىي بولمايدۇ. مەسىلەن، «مەنىۋى بۇلغىنىشقا قارشى تۇرۇش» يېڭىدىن ئوتتۇرىغا قويۇلغاندا، بەزى مۇخبىرلار ئۇنىڭ مەقسىتى، ئەھمىيىتى ۋە دائىرىسىنى ئېنىق تونۇپ يەتمىگەنلىكتىن، «شەپكىسىنى ئەكەل دېسە، بېشىنى كېسىپ كەلگەن»گە ئوخشاش، چېچىنى بۇدۇر قىلىش، كانايسىمان پۇچقاقلىق ئىشتان كىيىش، تانسا ئويناش قاتارلىقلارنىمۇ قارشى تۇرىدىغان مەزمۇنلار قىلىۋالغان. ھەتتا بەزى خەۋەرلەردە پالانى كىشى چەت ئەل فىلىملىرىنى ياخشى كۆرگەنلىكى ئۈچۈن، جىنايەت ئۆتكۈزۈش يولىغا ماڭغان، دەپ يېزىلغان. مانا بۇلارنىڭ ھەممىسى سىياسەتنىڭ دائىرىسىنى توغرا ئىگىلىمەي، خاتا تەشۋىق قىلىشتىن كېلىپ چىققان ئەھۋاللار.

ئۈچىنچى، نىشانلىق «ئوق» ئېتىش، مەسىلىنى ئۇدۇل قويۇپ ھەل قىلىش كېرەك. ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ ئىدىيەۋىلىكى ۋە يېتەكچىلىك خاراكتېرى ئۇنىڭ روشەن قاراتمىلىقىدا ۋە مەقسەتچانلىقىدا ئىپادىلىنىدۇ. ئاخبارات خەۋەرلىرى ئەمەلىي خىزمەت بىلەن بىرلەشتۈرۈلۈشى، خەلقنىڭ تۇرمۇشى ۋە ھاياتى بىلەن ھەمنەپەس بولۇشى، مۇشتەرىلەرنىڭ قەلبىدە چوڭقۇر تەسىر قالدۇرالىشى، مۇخبىرلار دائىم تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىپ، ئەھۋاللارنى پۇختا ئىگىلىشى، كۆڭلىدە سان تۇرغۇزۇشى لازىم. ئۇ ھەرقانداق ۋاقىتتا نېگىزلىك مەسىلىلەرنى تۇتۇپ، نىشانلىق «ئوق» ئاتالىغاندىلا، خەۋەرلىرى ئارقىلىق كۈچلۈك تەسىر قوزغىيالايدۇ. ئومۇمەن، نىشانلىق «ئوق» ئېتىشتا خەۋەرلەرنى مۇنداق ئۈچ جەھەتتە قاراتمىلىققا ئىگە قىلىش كېرەك. يەنى، جەمئىيەتتىكى يۈزلىنىش ۋە ئىدىيەۋى ئېقىملارغا قارىتىلىشى؛ ئەمەلىي خىزمەتلەردىكى، شۇنداقلا كادىرلارنىڭ ۋە ئاممىنىڭ ئىدىيەسىدىكى جىددىي ھەل

قىلىشقا تېگىشلىك مەسىلىلەرگە قارىتىلىشى؛ پىتنە ـ پاساتلارغا ۋە ئىغۋا خاراكتېرلىك ھۇجۇملارغا قارىتىلىشى لازىم. مەسىلەن، «شىنجاڭدا يېقىن مەزگىل ئىچىدە قاتتىق يەر تەۋرىمەيدۇ»① دېگەن خەۋەردە مۇخبىر ھەر خىل ئىغۋالارغا قارىتا يەر تەۋرەشنى كۆزىتىش ئىدارىسىنىڭ باشلىقىنى زىيارەت قىلىش ئارقىلىق، خەلق ئاممىسى جىددىي كۆڭۈل بۆلۈۋاتقان مەسىلىگە جاۋاب بېرىدۇ ۋە ئۇلارنىڭ كۆڭلىنى خاتىرجەم قىلىدۇ.

خەۋەر يازغان ۋاقىتتا ھەقىقەتنى ئەمەلىيەتتىن ئىزدەشكە، ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنىڭ ئەسلىي قىياپىتىنى توغرا، راستچىللىق بىلەن ئەكس ئەتتۈرۈشكە دىققەت قىلىش كېرەك. ئىدىيەۋىلىكنى قوغلىشىپ خەۋەرنىڭ مۇقامىنى خالىغانچە يۇقىرى كۆتۈرۈشكە، بىر تەرەپلىمە ھالدا مۇتلەقلەشتۈرۈۋېتىشكە بولمايدۇ. سۇبيېكتىپ خىيالغا تايىنىپلا چوڭقۇر «مەركىزىي ئىدىيە»نى تاۋلاپ چىقىمەن دېيىلسە، بۇنىڭغا ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ قانۇنىيىتى يول قويمايدۇ. بۇنىڭ ئۈچۈن مۇخبىرلار ئۆتكۈر كۆزىتىش ئىقتىدارى ئارقىلىق مۇھىم پاكىتلارنى بايقاپ قولغا كەلتۈرۈشكە ماھىر بولۇشى، ئومۇمىي ۋەزىيەت يۇكسەكلىكىدە تۇرۇپ، ئوبيېكتىپ رېئاللىققا قارىتا يېتەكچىلىك ئەھمىيىتى بار نەرسىلەرنى قېزىپ چىقىرالىشى كېرەك.

3. ئاخبارات تېز ھەم دەل ۋاقتىدا بولۇشى كېرەك.

تېز ھەم دەل ۋاقتىدا بولۇش ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنىڭ مۇھىم بىر ئالاھىدىلىكى ۋە تەلىپى. ئەمەلىي خىزمەتلەرگە يېتەكچىلىك قىلىشنى، خەلق ئاممىسىنىڭ تۇرمۇشى ئۈچۈن خىزمەت قىلىشنى مەقسەت قىلىدىغان ئاخبارات خەۋەرچىلىكى ۋاقىتچانلىققا ئېتىبار بەرمەيدىكەن، ئاخبارات پاكىتلىرىنىڭ ۋاقتى ئۆتۈپ، ئەھمىيەتسىز نەرسىگە ئايلىنىدۇ ـ دە،

① «شىنجاڭ گېزىتى» نىڭ 1991 ـ يىلى 9 ـ ئىيۇل سانى.

خەۋەرلەرنىڭ ھېچقانداق قىممىتى قالمايدۇ.

دۇنيا ئاخباراتچىلىقى خەۋەرنىڭ ۋاقىتچانلىقىغا ناھايىتى قاتتىق ئەھمىيەت بېرىدۇ، ئۇلار خەۋەر قانچىكى تېز بېرىلسە، قىممىتى شۇنچە يۇقىرى بولىدۇ، دەپ ھېسابلايدۇ. بەزى گېزىتلەرنىڭ ھەتتا ئەتىگەنلىك، چۈشلۈك ۋە كەچلىك سانلىرى بولۇپ، ئوقۇرمەنلەردە ئەڭ يېڭى خەۋەرلەرنى ئۈزۈكسىز يەتكۈزۈپ تۇرىدۇ. 1980 ـ يىللىرىنىڭ باشلىرىدا پەن ـ تېخنىكا كەشپىياتلىرى ئاخبارات تارقىتىش ئىشلىرىنى يۇقىرى سۈرئەتلىك ئېلېكترونلۇق فوتو تېلېگراف ۋە سۈنئىي ھەمراھ بىلەن زىچ بىرلەشتۈردى. ئاخباراتنىڭ تارقىلىش سۈرئىتى مىسلىسىز دەرىجىدە تېزلىشىپ، دۇنيا بىر «يەر شارى كەنتى»گە ئايلاندى. بۇ جەرياندىكى رىقابەت ئېلىمىز ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنىڭ سۈرئىتىنىمۇ زور دەرىجىدە ئىلگىرى سۈردى. 1984 ـ يىلىدىكى مەملىكەت بويىچە ياخشى خەۋەر دەپ باھالانغان «ئېلىمىز تەنھەرىكەتچىلىرى ئولىمپىك تەنھەرىكەت يىغىنىنىڭ بىرىنچى ئالتۇن مېدالىغا ئېرىشتى» دېگەن خەۋەرنىڭ ئالاھىدە مۇكاپاتقا ئېرىشىشىدىمۇ ئۇنىڭ ۋاقىتچانلىق جەھەتتىكى مۇۋەپپەقىيىتى كۆزدە تۇتۇلغان. شۈي خەيفېڭ چېمپىيونلۇققا ئېرىشىپ، ئون مىنۇتتىن كېيىن تارقىتىلغان بۇ خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسى مۇنداق يېزىلغان:

«شىنخۇا ئاگېنتلىقى. لوس ـ ئانژېلېس 1984 ـ يىلى 29 ـ ئىيۇل خەۋىرى. جۇڭگونىڭ ئولىمپىك تەنھەرىكەت تارىخىدىكى نەتىجىسى نۆل بولۇپ كېلىشتەك ۋەزىيىتى بۈگۈن سائەت ئون بىردىن ئون مىنۇت ئۆتكەندە جۇڭگونىڭ قارىغا ئېتىش ماھىرى شۈي خەيفېڭ تەرىپىدىن بۇزۇپ تاشلاندى. شۈي خەيفېڭ بەش يۈز ئاتمىش ئالتە ھالقىلىق نەتىجە بىلەن ئەرلەرنىڭ ئۆزى تاللىغان تاپانچىدا قارىغا ئېتىش مۇسابىقىسىدە چېمپىيونلۇققا ئېرىشىپ، بۇ قېتىملىق ئولىمپىك تەنھەرىكەت يىغىنىدىكى تۇنجى ئالتۇن

مېدانىنى قولغا كەلتۈردى».

بۇ خەۋەر ساھىبخانا دۆلەت ئامېرىكا مۇخبىرلىرىنىڭ خەۋىرىدىن يىگىرمە مىنۇت ئىلگىرى تارقىتىلىپ، ئېلىمىز ئۈچۈن شان - شەرەپ كەلتۈردى. ئاخباراتنىڭ تېز بولۇشىنى تەكىتلىگەندە ئۇنىڭ چىنلىق پرىنسىپىدىن ۋاز كېچىشكە بولمايدۇ. چىنلىقتىن مەھرۇم بولغان ئاخبارات ھەرقانداق ئالاھىدىلىكىنى يوقىتىدۇ. چىنلىق ئاخباراتنىڭ جېنى، شۇڭا سىياسىي جەھەتتىكى پايدا - زىيان، چىنلىق ۋە توغرىلىق ئاساسىدا تېزلىكنى قوغلىشىش كېرەك.

ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ ۋاقىتچانلىقىنى نوقۇل ھالدا ئۇنىڭدىكى «بۈگۈن»، «تۈنۈگۈن» دېگەن سۆزلەر بىلەنلا ئۆلچىمەسلىك كېرەك. خەۋەر نۆۋەتتىكى ۋەزىيەت، ۋەزىپىگە ئۇيغۇنلىشىشى، كىشىلەر ئومۇميۈزلۈك كۆڭۈل بۆلۈۋاتقان مەسىلىلەرگە ۋاقتىدا جاۋاب بېرىشى، جەمئىيەتتىكى دىققەت قىلىشقا ئەرزىيدىغان خاھىشلارنى دەل كۆرسىتىپ بېرىشى كېرەك. يەنى، چاڭقىغاندا سۇ كەلتۈرۈپ، ئوقۇرمەنلەرنىڭ جىددىي ئېھتىياجىنى قاندۇرۇشى لازىم. بۇمۇ ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ تېز، دەل بولۇشىنىڭ مۇھىم بىر تەرىپى.

ئاخباراتنىڭ تېز بولۇشى بىلەن يېڭى بولۇشى بىر - بىرى بىلەن زىچ باغلىنىشلىق. يېڭى بولۇش ئۈچۈن، جەزمەن تېز ھەم دەل ۋاقتىدا خەۋەر قىلىنىشى كېرەك. لېكىن، يېڭىلىق نوقۇل ۋاقىت مەسىلىسىلا ئەمەس، ئۇ يەنە مەزمۇن جەھەتتىن يېڭى بولۇشى لازىم. مەزمۇنىنىڭ يېڭى بولۇشى ئاساسەن پاكىتلارنىڭ يېڭى بولۇشى ۋە خەۋەر قىلىش نۇقتىسىنىڭ يېڭى بولۇشىغا قارىتىلىدۇ. ئاخبارات تارىخ ئەمەس، ئۇنىڭدا يېڭىدىن يۈز بەرگەن ۋە يېڭىدىن بايقالغان پاكىتلار خەۋەر قىلىنىدۇ. پاكىتنىڭ يېڭى بولۇشى ئاخباراتنىڭ تۈپ ئالاھىدىلىكى، پاكىت يېڭى بولمىغاندا ھازىر يۈز بەرگەن ئىشنى ھازىر خەۋەر قىلىسىمۇ ئاخبارات

بولالماي قالىدۇ. دېھقان ـ چارۋىچىلارنىڭ قوشۇمچە كەسىپ بىلەن شۇغۇللىنىشىنى قۇۋۋەتلەپ، ئۇلارنى بېيىش يولىغا يېتەكلەش سىياسىتى ئىزچىللىشىشقا باشلىغاندىن كېيىن، شىنجاڭ گېزىتىنىڭ مۇخبىرلىرى قازاق خەلقىنىڭ كىگىز ئۆيىدىن چىقىپ، تارىختىكى تۇنجى ئاشخانىنى ئېچىپ، تىجارەت بىلەن شۇغۇللانغانلىقى توغرىسىدا خەۋەر بەردى. بۇ خەۋەر ۋاقىت جەھەتتىن تېز ھەم دەل بولۇپلا قالماستىن، مەزمۇن جەھەتتىن تامامەن يېڭى، «تارىختىكى تۇنجى» بولغان پاكىتنى كۆتۈرۈپ چىقالىغاچقا، يەرلىك ۋە مەركىزىي گېزىتلەرنىڭ كۆرۈنەرلىك يېرىدە بېسىلدى.

بىزنىڭ گېزىت ۋە رادىيولىرىمىزدا بىر خىل مەزمۇندىكى نەرسىلەرنى تەكرار خەۋەر قىلىدىغان ئەھۋال ناھايىتى كۆپ ئۇچرايدۇ. بىر قېلىپتا قۇيغان خىشقا ئوخشىشىپ كېتىدىغان بۇ خەۋەرلەر ئوقۇرمەنلەردە ھېچقانداق يېڭىلىق تۇيغۇسى ۋە قوزغىتىش پەيدا قىلالمايدۇ. ئەكسىچە، ئۇلارنى بىزار قىلىۋېتىدۇ. بۇ خىل ئەھۋالدىن ساقلىنىش ئۈچۈن، مۇخبىرلار باشقىلار مېڭىپ بولغان يولنى قايتىدىن دەسسەپ، باشقىلار چاينىغان شامىنى قايتا شوراپ ئولتۇرماستىن، تەشۋىقات تەلىپىنى جانلىق ئىگىلەپ، پاكىتلارنىڭ ئالاھىدىلىكىنى تۇتۇشقا ماھىر بولۇپ، يېڭى نۇقتىلارنى تاللاپ خەۋەر قىلىشى لازىم. مەسىلەن، پەن ـ تېخنىكا خادىملىرىنىڭ سوتسىيالىستىك مەنىۋى مەدەنىيەت قۇرۇلۇشىغا تۆھپە قوشقانلىقى مەدھىيىلىنىدىغان خەۋەرلەردە دائىم ئۇلارنى سەممىي ـ ساداقەتلىك بىلەن باش چۆكۈرۈپ ئىشلىدى، پۈتۈن ۋۇجۇدى، پۈتۈن قەلبىنى، بىلىم ۋە ئىقتىدارىنى ۋەتەن ئۈچۈن تەقدىم قىلدى، دەپ يازىدۇ. بۇ ئەلۋەتتە ئاكتىپ ئەھمىيەتكە ئىگە. لېكىن، مۇشۇ خىل مەركىزىي ئىدىيە تەشۋىق قىلىنغان، شىنخۇا ئاگېنتلىقىنىڭ مۇخبىرى چاڭشادىن بەرگەن بىر پارچە خەۋەر كىشىنى جەلپ قىلىدىغان يېڭىلىق تۇيغۇسىغا ئىگە

قىلىنغان.

«ئۆزىنى تەنقىدلەش روھىغا تولغان يېڭى كىتاب — كىلىنىكىلىق دىياگنوزدىكى يۈز سەۋەنلىك» سەرلەۋھىلىك بۇ خەۋەردە خۇنەن تېببىي ئىنستىتۇتى قارىمىقىدىكى 1 - دوختۇرخانا يۇقۇملۇق كېسەللەر تەتقىقات گۇرۇپپىسىدىكى خادىملارنىڭ ئۆزلىرى قويغان دىياگنوزىدىكى خاتالىقلارنى كىتابچە قىلىپ يېزىپ چىققانلىقى ۋە جامائەتچىلىككە ئاشكارا ئېلان قىلغانلىقى يېزىلىدۇ. خەۋەر گەرچە بىر كىتابنىڭ نەشر قىلىنغانلىقى توغرىسىدىكى ئاخباراتتەك كۆرۈنسىمۇ، لېكىن ئاپتور تامامەن يېڭى نۇقتىدىن چىقىپ، تېببىي خادىملارنىڭ ئۆز - ئۆزىنى تەنقىدلەشكە، ھەقىقەتتە چىڭ تۇرۇشقا جۈرئەت قىلىش، ئۆز خىزمىتىدىكى سەۋەنلىكلەرنى كېيىنكىلەرگە ساۋاق قىلىپ قالدۇرۇشتەك ئالىيجاناب ئىدىيەۋى پەزىلىتىنى جانلىق پاكىتلار ئارقىلىق تونۇشتۇرىدۇ.

يېڭى نۇقتا ھە دېگەندىلا قولغا چىقىدىغان نەرسە ئەمەس، ئۇنىڭ مۇقىملاشقان فورمۇلا شەكلىمۇ يوق. بۇ بىزدىن خەۋەر قىلماقچى بولغان شەيئىنى چوڭقۇر تەھلىل قىلىپ، ئۇنىڭ ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىكىنى ۋە ئەھمىيىتىنى تېپىپ چىقىشقا ماھىر بولۇشىمىزنى تەلەپ قىلىدۇ. بۇنىڭ ئىچىدە دىققەت قىلىشقا ئەرزىيدىغان بىر نۇقتا — ھەقىقەتنى ئەمەلىيەتتىن ئىزدەش پىرىنسىپىغا ئەمەل قىلىش، ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنىڭ كونكرېت ئەمەلىيىتىگە ھۆرمەت قىلىشتىن ئىبارەت. ئەگەر بۇ نۇقتىغا خىلاپلىق قىلىنىپ، سۇبيېكتىپ ئارزۇ بويىچە ئەمەلىيەت خالىغانچە بۇرمىلىنىدىكەن، تەشۋىقات ئۈنۈمى تامامەن ئەكسىچە بولىدۇ.

بىزنىڭ مىللىي ئاخباراتچىلىقىمىزدا خەۋەرلەرنىڭ تېز، دەل ۋە يېڭى بولۇشىنى يەنىلا قاتتىق تەكىتلەش كېرەك. گېزىت، رادىيولىرىمىزدا ۋاقتى ئۆتۈپ، قىممىتىنى يوقاتقان خەۋەرلەر ئاز ئەمەس. يەنە نۇرغۇن نەرسىلەر ۋاقتىدا خەۋەر قىلىنماي

169

تاشلىنىپ قالىدۇ. بۇ بىر تەرەپتىن، مۇخبىرلارنىڭ يېڭى پاكىتلارنى ۋاقتىدا ئىگىلەپ خەۋەر بەرمىگەنلىكىدىن بولسا، يەنە بىر تەرەپتىن، تەھرىر بۆلۈمىنىڭ ئىستىل جەھەتتىكى سۆرەلمىلىكى، خەۋەر ـ ماقالىلەرنى ۋاقتىدا بىر تەرەپ قىلمىغانلىقى ۋە ئۆتكەللەرنىڭ كۆپ بولۇپ كېتىشىدىندۇر. بۇنداق ئەھۋاللارنى ئىدىيەۋى جەھەتتىن تۈزىتىپلا قالماستىن، ئىسلاھات داۋامىدا كەسكىن تەدبىر قوللىنىپ تۈزىتىش كېرەك.

4. ئاخبارات پاكىت ئارقىلىق سۆزلىنىشى كېرەك.

ئاخباراتنىڭ پاكىت ئارقىلىق سۆزلىنىشى ئاخباراتنىڭ تەبىرى ۋە تۈپ خۇسۇسىيىتى تەرىپىدىن بەلگىلەنگەن. ئەدەبىيات ئوبراز ئارقىلىق سۆزلەيدۇ، ئوبزور نەزەرىيە ئارقىلىق سۆزلەيدۇ، ئاخبارات بولسا پاكىت ئارقىلىق سۆزلەيدۇ. ئاخبارات مۇخبىرلىرى ئۆزىنىڭ پىكرىنى، كۆزقارىشىنى، ئىدىيەسىنى پاكىتلارنى ئوبيېكتىپ بايان قىلىش ئۇسۇلى ئارقىلىق ئىپادىلەيدۇ، پاكىت ئارقىلىق ئوقۇرمەنلەرگە تەسىر كۆرسىتىدۇ ۋە جامائەت پىكرىنى يېتەكلەيدۇ. بۇ ئاخباراتنىڭ سىياسىي، ئەدەبىي ئەسەرلەردىن پەرقلىنىپ تۇرىدىغان ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىكى.

ئاخبارات خەۋەرلىرىدە پاكىت ئارقىلىق سۆزلەشتە، پاكىتلارنى ئومۇملاشتۇرۇشقا ۋە مىساللارنى ئىنچىكىلىك بىلەن تاللاشقا ئەھمىيەت بېرىش كېرەك. رېئال تۇرمۇش باي ۋە رەڭگارەڭ بولىدۇ، كونكرېت ماتېرىياللارمۇ خىلمۇخىل ھەم مۇرەككەپ بولىدۇ. بىرەر مەسىلىنى چۈشەندۈرۈش ئۈچۈن، بۇنىڭغا مۇناسىۋەتلىك بولغان چوڭ ـ كىچىك ماتېرىياللارنىڭ ھەممىسىنى باشتىن ـ ئاخىر ئەسەرگە كىرگۈزۈش ھاجەتسىز. بۇنىڭ ئۈچۈن، ئومۇملاشتۇرۇشقا ماھىر بولۇپ، كونكرېت پاكىتلارنى بىر يەرگە ئەكېلىپ يىغىنچاقلاش كېرەك. شەيئىلەرنىڭ ئاساسىي تەرىپىنى، ماھىيەتلىك ئالاھىدىلىكىنى تۇتۇپ، ئىخچام قۇرلار ئارقىلىق سۈرەتلەپ بەرگەندە، كىشىلەرگە

مۇكەممەل، ئېنىق بولغان چۈشەنچىنى بەرگىلى بولىدۇ. بەزى كىشىلەر خەۋەردە پاكىتلىق مىساللار قانچە كۆپ بولسا، شۇنچە ياخشى دەپ ھېسابلايدۇ، بۇنداق قىلغاندا خەۋەر مىسال ۋە ماتېرىيال دۆۋىسىگە ئايلىنىپ قېلىپ، گەۋدىلەندۈرمەكچى بولغان ئاساسىي نەرسە كۆمۈلۈپ قالىدۇ. خەۋەردىكى مەقسەت ۋە تەشەببۇسمۇ مۇجمەل نەرسىگە ئايلىنىپ قالىدۇ. شۇڭلاشقا، ماتېرىياللارنى ئىنچىكىلىك بىلەن تاللاپ، شەيئىلەرنىڭ ماھىيىتىنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرەلەيدىغان، روشەن خاسلىققا ئىگە پاكىتلار ئارقىلىق ئوقۇرمەنلەردە روشەن، چوڭقۇر تەسىرات قالدۇرۇشقا تىرىشىش كېرەك. داڭلىق يازغۇچى ۋېي ۋېينىڭ يېدائىي قىسىملىرىمىز توغرىسىدا يازغان «يەخىرلەن، ۋەتەن» ناملىق ئەسەردىكى يىگىرمە نەچچە مىسالنى رەھىمسىزلىك بىلەن قىسقارتىپ، ئاخىر بىرنەچچە پاكىت بىلەنلا ئىنتايىن تەسىرلىك بولغان «ئەڭ سۆيۈملۈك كىشىلىرىمىز كىم؟» دېگەن ئەسىرنى يېزىپ چىققانلىقى بۇنىڭ بىر تىپىك مىسالى.

171

ئاخبارات خەۋەرلىرىدە پاكىت ئارقىلىق سۆزلەشنى ئىشقا ئاشۇرۇشتا قۇرۇق گەپ سېتىشتىن ساقلىنىش كېرەك. قۇرۇق گەپ سېتىشنىڭ ئىپادىلىرى تۆۋەندىكىدەك بىرنەچچە خىل بولىدۇ:

بىرىنچى، قۇرۇق مۇھاكىمە ئارقىلىق پاكىتلارنى كۆمۈپ تاشلاش. بەزى خەۋەرلەردە پاكىتنىڭ ئۆزىلا مەسىلىلەرنى يېتەرلىك چۈشەندۈرۈپ بېرەلىسىمۇ، لېكىن ئاپتور يەنىلا ئوقۇرمەنلەر خەۋەرنىڭ ئەھمىيىتىنى چۈشىنەلمەي قالمىسۇن دەپ ئەنسىرەپ، بىر تالاي مۇھاكىمىلەرنى قوشۇپ قويىدۇ. مەسىلەن، بىر مەكتەپتە يېڭىدىن بىر كۇتۇپخانا قۇرۇلغان بولسا، بۇ پاكىتنىڭ ئەھمىيىتى ئۆزىدىنلا چىقىپ تۇرىدۇ. لېكىن، خەۋەرنىڭ ئاپتورى زورمۇزور ھالدا «ئوقۇغۇچىلارنىڭ مەدەنىي تۇرمۇشىنى بېيىتتى، ئۇلارنىڭ بىلىم دائىرىسىنى كېڭەيتىپ، ئاكتىپچانلىقىنى زور دەرىجىدە قوزغىدى، ئوقۇ ـ ئوقۇتۇش

ئىشلىرىنى كۈچلۈك دەرىجىدە ئىلگىرى سۈردى» دېگەنگە ئوخشاش قۇرۇق سۆزلەرنى قوشۇپ قويىدۇ. بۇنىڭ بىلەن پاكىت قۇرۇق ۋە چوڭ گەپلەر ئىچىگە كۆمۈلۈپ قالىدۇ.

ئىككىنچى، تومتاق بايانىي پاكىت ئورنىغا دەسسىتىش. پاكىت ئارقىلىق سۆزلەشتە ئىمكانقەدەر شەيئىلەرنىڭ مۇرەككەپلىكى، كۆپ خىللىقى ۋە جانلىقلىقىنى مۇشتەرىلەرنىڭ كۆز ئالدىدا گەۋدىلەندۇرۇپ بېرىش كېرەك. بەزى خەۋەرلەردە دائىم دېگۈدەك پاكىتلار ئۇقۇملاشتۇرۇلۇپ، تومتاق بايانغا ئايلاندۇرۇۋېتىلىدۇ، پاكىتنىڭ «قېنى ۋە گۆشى» چىقىرىپ تاشلىنىپ، قۇرۇق ئىسكىلىتلا قالدۇرۇلىدۇ. مەسىلەن:

«يولداشلار پەلەكتىن ئاشقان غەيرەتنى جارى قىلدۇرۇپ، ئەقىل ـ پاراسىتىنى بىردەك ئىشقا سېلىپ، ھەربىرى ئېغىر يۈكنى تاللاپ كۆتۈرۈپ، نۇرغۇن قىيىنچىلىقلارنى يېڭىپ، خىزمەتنى ئوڭۇشلۇق ئىلگىرى سۈردى».

«كادىر ۋە ئامما بىر نىيەتكە كېلىپ، كۈچنى توپلاپ، ھېرىپ ـ چارچىغىنىغا قارىماي ئۈزۈكسىز جەڭ قىلىش روھىنى جارى قىلدۇرۇپ، ئەمەلىي تەدبىرلەرنى قوللىنىپ، مەھسۇلاتنىڭ سۈپەت ئۆتكىلىنى چىڭ تۇتتى، بىرەر ھالقىنىمۇ بوش قويۇۋەتمىدى ...»

بۇ يەردىكى «پەلەكتىن ئاشقان غەيرەت»، «ئىشقا سالغان ئەقىل ـ پاراسەت»، «ئېغىر يۈك»، «يەڭگەن قىيىنچىلىق»، «قوللانغان ئەمەلىي تەدبىر» ... دېگەنلەرنىڭ كونكرېت پاكىتى بولمىغاچقا، ئوقۇرمەنلەردە ھېچقانداق ئەمەلىي تەسىر پەيدا قىلالمايدۇ، خالاس.

ئۈچىنچى، ئۈشتۈمتۇت بۇرۇلۇش پەيدا قىلىپ، پاكىتلارنى قايرىپ قويۇش. رېئال تۇرمۇش ئەگرى ـ توقاي، كىشىلەرنىڭ ئىدىيەسى مۇرەككەپ بولىدۇ، شەيئىلەرنىڭ ئۆزگىرىشى،

172

كىشىلەر ئىدىيەسىنىڭ بۇرۇلۇشى، تونۇشىنىڭ ئۆسۈشىگە تەسىر كۆرسىتىدىغان ئامىللار كۆپ تەرەپلىمە بولىدۇ. دەل مۇشۇنداق تەپسىلاتلار خەۋەردە ئەكس ئەتكۈزۈلۈپ، مۇرەككەپ مەسىلىلەرگە جاۋاب بېرىلگەندىلا خەۋەرنىڭ قىممىتىنى ئاشۇرۇپ، كىشىلەرنىڭ قىزىقىشىنى قولغا كەلتۈرگىلى بولىدۇ. لېكىن، بەزى خەۋەر ۋە تەپسىلىي خەۋەرلەردە بۇنداق نۇقتىلار ئاجىزلاشتۇرۇلۇپ، «ئۆگىنىش، مۇزاكىرە قىلىش ئارقىلىق»، «ئەسلەش ۋە سېلىشتۇرۇش ئارقىلىق»، «بىرنەچچە كۈنلۈك قاتتىق جەڭ قىلىش ئارقىلىق» ... دېگەنگە ئوخشاش سۆزلەر بىلەن مەسىلىنى هەل قىلىۋېتىدۇ. بۇ ئىللەتلەرنىڭ هەممىسى ئاخباراتتا پاكىت ئارقىلىق سۆزلەشكە پايدىسىز بولۇپ، سەل قاراشقا بولمايدىغان جىددىي بىر مەسىلە.

ئىككىنچى پاراگراف خەۋەرنىڭ ماتېرىيالىنى قانداق تاللاش كېرەك؟

ماتېرىيال هەرقانداق خەۋەر ئۈچۈن ماددىي ئاساس. خۇددى خىش بولمىسا ئۆي سالغىلى بولمىغىنىغا ئوخشاش، پاكىتلىق ماتېرىيال بولمىسا، خەۋەرمۇ بولمايدۇ. ماتېرىيالنىڭ سۈپىتىنىڭ ياخشى ـ يامان بولۇشى خەۋەرنىڭ سۈپىتىنى بىۋاسىتە بەلگىلەيدۇ. شۇڭا، خەۋەر يېزىقچىلىقىدا ماتېرىيال تاللاشقا ئالاهىدە ئېتىبار بېرىش كېرەك.

خەۋەرنىڭ ماتېرىيالىنى تاللاش — مۇخبىرلىق جەريانىدا ئىگىلىگەن خام ماتېرىياللار ئاساسىدا ئاساسىي ئىدىيەنى تۇرغۇزۇۋالغاندىن كېيىن، قىممىتى بار ماتېرىياللارنى تاللىۋېلىپ، ئاساسىي ئىدىيەنى ئىزاهلاش ۋە شەرهلەشنى كۆرسىتىدۇ. ماتېرىيال تاللاش مەسىلىسى هەققىدە يولداش پېڭ جېن ئوبرازلىق قىلىپ مۇنداق دېگەنىدى: «سىز سارنىڭ چۈجە

ئالغىنىنى كۆرگەنمۇ؟ سارمۇ كۆزىنى يۇمۇۋېلىپ يەرگە چۈشسىلا چۈجىنى ئېلىپ قاچالمايدۇ، بەلكى ھاۋادا ئايلىنىپ يۈرۈپ چۈجىنى كۆرگەندىن كېيىن، نىشانلاپ تۇرۇپ «شاپپىدە» يەرگە چۈشىدۇ ـ دە، چۈجىنى قاماللاپ تۇتقان پېتى ئۆرلەپ ئۇچۇپ كېتىدۇ. مانا بۇ ئۇنىڭ مۇۋەپپەقىيىتى. سارنىڭ ھاۋادا ئايلىنىپ يۈرگىنى تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلغىنى، ئۇ نىشانىنى توغرىلىۋالغاندىن كېيىنلا چۈشكەن پېتى چۈجىنى دەل تۇتۇپ كېتەلەيدۇ ... مۇخبىرلار خىزمەت ئۇسۇلىدا سارنىڭ چۈجە ئېلىشىنى ئۆگىنىشى، ئالدى بىلەن ئەتراپلىق ۋە تەپسىلىي تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشى، تېپىك ۋەقە ۋە مەسىلىلەرنى بايقىغان ھامان چوڭقۇر چۆكۈپ، چىڭ تۇتۇشى، تېپىك ماتېرىياللارنى قولغا كەلتۈرمىگۈچە بوشاشماسلىقى لازىم.» ①

ماتېرىيال تاللاش بەلگىلىك سەۋىيەنى ۋە قاتتىق ئەجىر سىڭدۈرۈشنى تەلەپ قىلىدىغان ئەمگەك. نۇرغۇن پېشقەدەم مۇخبىرلار ئەمەلىيەتكە چوڭقۇر چۆكۈپ مۇخبىرلىق قىلىدۇ، ئۇلار قايسى ماتېرىيالنىڭ ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە ئىكەنلىكىنى، قايسى ماتېرىيال قايىل قىلىش، تەسىرلەندۈرۈش كۈچىگە ئىگە ئىكەنلىكىنى ئوبدان بىلىدۇ. شۇڭا، ئۇلار سارنىڭ چۈجە ئالغىنىغا ئوخشاش نىشانلاپ تۇرۇپ، بىر قېتىمدىلا كۆڭۈلدىكىدەك ماتېرىيالنى قولغا كەلتۈرەلەيدۇ. ئەكسىچە، تەجرىبىسىز مۇخبىرلار بولسا، كۆنىبويى ئالدىراپ ـ تېنەپ يۈرسىمۇ، يېڭى ۋە تەسىرلىك ماتېرىياللارغا ئىگە بولالمايدۇ، نەتىجىدە قىلغان ئەمگىكى بىكار كېتىدۇ، خەۋەرنىڭ ماتېرىيالىنى تاللاش مەسىلىسى ئاخبارات سەزگۈرلۈكى بىلەن زور دەرىجىدە مۇناسىۋەتلىك. بۇ مۇخبىرلاردىن ياخشى تەربىيەلىنىشنى تەلەپ قىلىدۇ.

خەۋەرنىڭ ماتېرىيالىنى تاللاشتا تۆۋەندىكى تەلەپلەرگە ئەمەل

① «ئاخبارات تەتقىقات ماتېرىياللىرى»، 17 ـ سان 71 ـ بەت.

قىلىش كېرەك:

بىرىنچى، تىپىك ۋە شەيئىلەرنىڭ ماھىيىتىنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرەلەيدىغان ماتېرىياللارنى تاللاش لازىم. ھەرقانداق بىر مۇخبىر ئۇچۇن ماتېرىيال ئېلىش ئانچە قىيىن ئىش ئەمەس. ئەمەلىيەتكە چۆكۈپ، ئەستايىدىل مۇخبىرلىق قىلسىلا نۇرغۇن ماتېرىياللارغا ئىگە بولالايدۇ. لېكىن، بۇنداق ماتېرىياللار كۆپىنچە تارماق، يۈزەكى ۋە ھەممە نەرسىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان بولىدۇ. مۇخبىرنىڭ ھەقىقىي ئىقتىدارى مانا مۇشۇ ماتېرىياللار ئىچىدىن خۇددى ئالتۇنچى قۇم ئىچىدىن ئالتۇن تاسقىغانغا ئوخشاش ئەڭ تىپىك، ئەڭ نېگىزلىك بولغان، شەيئىنىڭ ماھىيىتى ۋە ئالاھىدىلىكىنى دەل ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرەلەيدىغان ماتېرىياللارنى تاللاپ چىقالىشىدا ئىپادىلىنىدۇ. پۈتۈن مەملىكەتنى بىر مەزگىل ۋەھىمىگە سالغان قاراقچى ئاكا ـ ئۇكا ۋاڭلار توغرىسىدا شىنخۇا ئاگېنتلىقىنىڭ مۇخبىرى يازغان «ئىككى ۋاڭ» نى ئېتىپ ئۆلتۈرۈش خاتىرىسى» دېگەن خەۋەرنىڭ بۇ جەھەتتىكى مۇۋەپپەقىيىتىنى كۆرۈپ باقايلى:

13 ـ سېنتەبىر ئەتىگەن سائەت سەككىزلەردە گۇاڭچاڭ ناھىيەلىك خەلق ئىشلىرى ئىدارىسىنىڭ كادىرى ليۇ جەنپىڭ سىرتقا خىزمەتكە كېتىۋېتىپ، بىر ئىدارىنىڭ ئالدىغا كەلگەندە ئۇدۇلدىكى مىلىچماللار دۇكىنىنىڭ ئالدىدىكى يولدا چىغ قالپاق كىيىپ، قارا كۆزئەينەك تاقىۋالغان بىر ئادەمنىڭ لايغا مىلىنىپ كەتكەن ۋېلسىپىتكە ئارتىلىپ، بىر پۈتى بىلەن پېدالغا، بىر پۈتى بىلەن يەرگە دەسسەپ تۇرغانلىقىنى كۆرىدۇ. بىردەمدىن كېيىن پاكار بويلۇق بىرى دۇكاندىن چىقىدۇ. ئۇلار ۋېلسىپىتكە مىنگىشىپ مېڭىپ، بىر يايمىكەشنىڭ ئالدىدا توختاپ تاماكا ئالىدۇ. ئېگىز بويلۇق كىشى يەنىلا ۋېلسىپىتكە مىنگىشىپ تۇرۇپ، ئەتراپىنى كۆزىتىدۇ. ليۇجەنپىڭ بۇ ئىككىيلەننىڭ قىياپىتىدىن غەلىتىلىك ھېس قىلغاندىن

كېيىن، بىرنەرسە ئالغان بولۇپ، ئۇلارغا يېقىنلىشىدۇ. ئۇ ئۇلارنىڭ تەلەپپۇزىدىن باشقا يەرلىك كىشىلەر ئىكەنلىكىنى ھەمدە ناھايىتى پەس ئاۋاز بىلەن سۆزلىشىۋاتقانلىقىنى سېزىدۇ». «18 ـ چېسلا تاڭ سۇزۇلگەندە، زېڭ ۋېنچۇەننىڭ ئۇن يەتتە ياشلىق قىزى دادىسىنىڭ قاسساپلىق قىلىشىغا ياردەملىشىپ بولۇپ، ئۆگزىدە تۇرۇپ دەم ئېلىۋاتقاندا، ئۆي ئالدىدىكى چىغىر يولدىن بىرى ئېگىز، بىرى پاكار ئىككى كۆلەڭگىنىڭ مۈكچەيگەن ھالدا تىمىسقىلاپ كېلىۋاتقانلىقىنى كۆرىدۇ. ئۇلار يېقىنلاشقاندا قىز بۇ ئىككىيلەننىڭ كىيىم ـ كېچەكلىرىنىڭ تامامەن ھۆل بولۇپ كەتكەنلىكىنى، بىراق پاكار كىشى يۇدۇۋالغان سېۋەتنىڭ قورۇق تۇرغانلىقىنى بايقايدۇ. قىزنىڭ كۆڭلىدە بىردىنلا گۇمان تۇغۇلىدۇ ...»

بۇ ماتېرىياللار شۇنداق تىپىك ۋە تەپسىلىي تاللانغانكى، ئۇنىڭدا جىنايەتچىلەرنىڭ قورقۇنچاق، ھىيلىگەر ئەپت ـ بەشىرىسى ۋە خەلق ئاممىسىنىڭ يامان كىشىلەرگە بولغان يۇكسەك ھوشيارلىقى ماھىيەتلىك ھالدا روشەن ئىپادىلىنىپ تۇرىدۇ.

ئىككىنچى، يېڭى، جانلىق ۋە ئالاھىدىلىككە ئىگە ماتېرىياللارنى تاللاش كېرەك. ئوخشاش بىر تېما، بىر مەزمۇن ئىپادىلىنىدىغان خەۋەرلەرنىمۇ ئىمكانىيەتنىڭ بارىچە يېڭى ماتېرىياللار ئاساسىدا بىر ـ بىرىگە ئوخشىمايدىغان قىلىپ يېزىش كېرەك. مۇخبىرلار خەۋەر يازغاندا يېڭىلىققا ئىگە، ئالاھىدىلىكى بار ماتېرىياللارنى كۆڭۈل قويۇپ ئىزدىشى، باشقىلار ئىشلىتىپ باقمىغان ماتېرىياللارنى قېزىۋېلىپ، ئوقۇرمەنلەردە چوڭقۇر ۋە ئۇنتۇلماس تەسىرات قالدۇرۇشى كېرەك. بىزنىڭ گېزىت، رادىيولىرىمىزدىكى ياخشى ئادەم، ياخشى ئىشلار توغرىسىدا يېزىلغان خەۋەرلەردە «بۇ مېنىڭ ئەلۋەتتە قىلىشقا تېگىشلىك ئىشىم»، «بۇ ھەقىقەتەن لېي فېڭچە

ياش ئىكەن»، «بۇ ھەقىقەتەن كۆڭلىمىزدىكى كادىر ئىكەن» دېگەن گەپلەر ۋە جان ئۈزۈش ئالدىدا تۇرغان نەمۇنىلىك شەخس بىرنەچچە ئېغىز مەردانە سۆزلەرنى قىلىشقا ئامالسىز قالغان ئىشلار ناھايىتى كۆپ ئۇچرايدۇ. بۇنداق بىر ـ بىرىگە ئوخشاپ كېتىدىغان ياسالما سۆزلەر كىشىلەردە ئاسانلا بىزارلىق تۇيغۇسىنى پەيدا قىلىدۇ. ئەمەلىيەتتە مۇخبىر چوڭقۇر ئىزدىنىدىغان بولسا، بۇ رەڭگارەڭ دۇنيادا ئۆزگىچە يېڭى ماتېرىياللار ناھايىتى كۆپ تېپىلىدۇ. مەسىلەن، شىنجاڭ تېببىي ئۇنىۋېرسىتېتى قارىمىقىدىكى 1 ـ دوختۇرخانا نېرۋا كېسەللىرى بۆلۈمىنىڭ مۇئاۋىن مۇدىرى ۋۇ جيەن توغرىسىدا يېزىلغان «لېي فېڭچە ياخشى دوختۇر ۋۇ جيەن» دېگەن تەپسىلىي خەۋەردە مۇنداق بىر ئابزاس بار:

«لى شۇەن (ۋۇ جيەننىڭ ئايالى) ۋۇ جيەننىڭ چارچاپ كەتكەنلىكىنى كۆرۈپ، ئەتە بىر كۈن دەم ئېلىۋېلىڭ، دېدى. ۋۇجيەن بېشىنى چايقاپ، ‹بولمايدۇ، مەن ئىككى كېسەل كىشى بىلەن سۆزلىشىپ قويغانىدىم، ئۇلار ئەتە ئەتىگەندە مېنى ئىزدەپ كەلمەكچى› دېدى.

ھەر ۋاقىت كېسەللەرنىڭ غېمىنى يەيدىغان كوممۇنىست دوختۇر ۋۇ جيەننىڭ بىزگە قالدۇرغان ئەڭ ئاخىرقى سۆزى ئەنە شۇ ئىدى.»

باش قەھرىماننىڭ ئالىيجاناب روھىي پەزىلىتىنى ئاددىي ـ ساددا، دەبدەبىسىز ھالدا يورۇتۇپ بەرگەن بۇ تەسىرلىك ماتېرىيال بۇرۇنقى ئەسەرلەردە ناھايىتى كەم ئۇچرايدىغان يېڭىلىق تۇيغۇسىنى بېرىدۇ.

ئۈچىنچى، ئاكتىپ ئەھمىيەتكە ئىگە، ئەكس تەسىر بەرمەيدىغان ماتېرىياللارنى تاللاش كېرەك. مۇخبىرلىق جەريانىدا قولغا كەلتۈرگەن ماتېرىياللار ئىچىدە ماھىيەتلىك

ماتېرىياللارمۇ، ئاددىي، تارماق ماتېرىياللارمۇ، ئەجابىي ۋە سەلبىي ماتېرىياللارمۇ بولىدۇ. بۇ ماتېرىياللارنىڭ ئۆزى خىلمۇخىل مەزمۇنلارنى ئىپادىلىگەندىن سىرت، ئۇلارنى تاللاپ ئورۇنلاشتۇرۇش ئۇسۇلى ئوخشاش بولمىسا، كىشىلەرگە بېرىدىغان تەسىرىمۇ ئوخشاش بولمايدۇ. شۇڭا، مۇخبىر قايسى ماتېرىيالنىڭ قايسى خىل ئىدىيەنى ئىپادىلەشكە ياردەم بېرىدىغانلىقىنى، قايسى ماتېرىيالنى تەپسىلىي يېزىش كېرەكلىكىنى، قايسىسىنى ئىخچام يېزىش كېرەكلىكىنى، قايسى ماتېرىيالدا نۇقسان بارلىقىنى ئەستايىدىل مۇلاھىزە قىلىپ پەرقلەندۈرۈشى كېرەك.

بەزى ئاخبارات خەۋەرلىرى پاسسىپ ۋە قاراڭغۇ تەرەپلەرگە چېتىلغاندا، ماتېرىياللارنىڭ ھەممىسىنى كۆتۈرۈپ چىقىش ھاجەتسىز. بولۇپمۇ ئوغرىلىق، باسقۇنچىلىق قاتارلىق جىنايى قىلمىشلارنىڭ جەريانىنى تەپسىلىي يېزىپ ئولتۇرمىسىمۇ بولىدۇ. بۇ ئوقۇرمەنلەرنىڭ شەيئىلەرنى تونۇشىغا ھېچقانچە ئەجابىي تۈرتكە بولالمايدۇ.

بەزى پاكىتلىق ماتېرىياللار مەلۇم نۇقتىدىن قارىغاندا توغرىدەك قىلىسىمۇ، لېكىن ئۇنى تەشەببۇس قىلىشقا بولمايدۇ. مەسىلەن، ساقچىلارنىڭ خىزمەت ئورنىدىن ئايرىلىپ باشقىلارنىڭ ئىشىغا ياردەملەشكەنلىكى، ئاتا - ئانىسى ئالەمدىن ئۆتكەن بىراۋنىڭ ماتەم ئىشى بىلەن كارى بولماستىن، تەنتەنىلىك ئىشلارغا ئۆزىنى ئاتىغانلىقى قاتارلىقلار. «ئاجايىپ دەپنە مۇراسىمى» دېگەن خەۋەردە ئوغۇل بىلەن كېلىنىنىڭ بىرلىشىپ، قىزغا قېيىنئانا بولغۇچى ئانىنى خارلاپ ئۇرغانلىقى، ئاخىرىدا موماي زەھەر ئىچىپ ئۆلۈۋالغانلىقى يېزىلىپ، مومايغا تەزىيە بىلدۈرۈش يىغىنىدا ئاممىنىڭ غەزەپلەنگەن ھالدا بۇ ئىككى ئەر - خوتۇننى ئېگىز پەلەمپەيگە چىقىرىپ ئاممىغا قارىتىپ زوڭزايتىپ قويغانلىقى، موماي دەپنە قىلىنغان كۈنى يەنە ئۇزۇن قالپاقتىن ئىككىنى ياساپ ئۇلارغا

كىيدۈرۈپ سازايى قىلىش ئارقىلىق، ئۇلارنىڭ چوڭلارنى خارلىغان گۇناھى ئەيىبلەنگەنلىكى بايان قىلىنىدۇ. ۋەقە گەرچە مۇشۇنداق يۈز بەرگەن بولسىمۇ، لېكىن ئۇنى ئاخبارات خەۋەرلىرىدە كۆتۈرۈپ چىقىش، ئاممىنى تەربىيەلەشكە، يېتەكلەشكە پايدىسىز. بولۇپمۇ ئۇنى خەۋەر ئارقىلىق مۇئەييەنلەشتۈرۈپ، تەشەببۇس قىلىشقا بولمايدۇ. شۇڭا، مۇخبىرلار ماتېرىياللارنى تاللىغاندا سەگەك بولۇپ، ئەكس تەسىر بېرىدىغان نەرسىلەرنى ئىشلىتىشتىن ئىمكانقەدەر ساقلىنىشى كېرەك.

ئۈچىنچى پاراگراف خەۋەرنىڭ تىلى توغرىسىدا

خەۋەرنىڭ تىلىدىن كۈتۈلىدىغان ئاساسىي تەلەپ توغرا، ئىخچام، ئېنىق، جانلىق ۋە چۈشىنىشلىك بولۇشتىن ئىبارەت. بۇ تەلەپلەر ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ ئالاھىدىلىكى ۋە قانۇنىيىتى تەرىپىدىن بەلگىلەنگەن. توغرا بولۇش دېگىنىمىز، ئىشلىتىلگەن تىل ئىپادىلىمەكچى بولغان ئوبيېكتقا ماس كېلىپلا قالماستىن، ئۇنى دەل ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشنى كۆرسىتىدۇ. ئىخچام بولۇش دېگىنىمىز، نېگىزلىك، يىغىنچاق قۇرلار ئارقىلىق كەڭ، مول مەزمۇننى ئىپادىلەشنى كۆرسىتىدۇ. ئېنىق، جانلىق بولۇش دېگىنىمىز كونكرېت، ئوبرازلىق ۋە خاسلىققا باي بولۇشنى كۆرسىتىدۇ. چۈشىنىشلىك بولۇش دېگىنىمىز ئاددىي ـ ساددا، راۋان، ئوقۇرمەنلەر ئاسان قوبۇل قىلالايدىغان بولۇشنى كۆرسىتىدۇ. دەرۋەقە، بىر پارچە خەۋەردە بۇ تەلەپلەرنىڭ ھەممىسىنى تولۇق ئورۇنلاپ كېتىش ئاسان ئىش ئەمەس. بۇ ئالاھىدە ئەمگەك ۋە تىرىشچانلىق تەلەپ قىلىدۇ.

بەزى خەۋەرلەرنىڭ تىلى توغرا، ئىخچام بولغىنى بىلەن، قېلىپلىشىپ قالغان، قۇرۇق ۋە جانسىز بولۇپ قالىدۇ. بەزى

خەۋەرلەرنىڭ تىلى يىغىنچە، جانلىق بولغىنى بىلەن، دەبدەبىلىك بولۇپ، مۇبالىغىلەشتۈرۈۋېتىدۇ، ھەقىقىيلىقى، دەللىكى كەمچىل بولۇپ قالىدۇ، بۇ ئىككى نۇقتىنى بىرلەشتۈرۈش ھەقىقەتەن يۇقىرى ماھارەت تەلەپ قىلىدۇ.

بىز تۆۋەندىكى ئىككى پارچە خەۋەرنى سېلىشتۇرۇپ كۆرەيلى:

‹شاڭخەي شەھەرلىك سانائەت سىستېمىسى بويىچە ئەلا سۈپەتلىك مەھسۇلاتلار يەرمەنكىسى› تۈنۈگۈن شاڭخەي سانائەت كۆرگەزمىخانىسىدا رەسمىي يەرمەنكە قىلىندى. بۇ قېتىمقى يەرمەنكە سانائەت كارخانىلىرىنىڭ تېخىمۇ كۆپ ئەلا سۈپەتلىك مەھسۇلاتلارنى ئىشلەپچىقىرىشنى جەزمەن ئىلگىرى سۈرۈپ، ئەلا سۈپەتلىك ئىشلەپچىقىرىش پائالىيىتىنىڭ چوڭقۇرلىشىشىغا تۈرتكە بولىدۇ ھەمدە ‹سۈپەت بىرىنچى› دېگەن فاڭجېنى كىشىلەر قەلبىدىن چوڭقۇر ئورۇن ئالدۇرۇپ، سانائەت ئىشلەپچىقىرىشنى ‹سۈپەت بىرىنچى› دېگەن يولغا چوقۇم باشلاپ كېلىدۇ.»

بۇ خەۋەرنىڭ باشلىنىشىدىلا كونكرېت ۋەقە كۆپتۈرۈلۈپ، ئابستراكت پرىنسىپقا ئايلاندۇرۇپ قويۇلغاچقا، كىشىگە ھېچقانداق يېڭىلىق تۇيغۇسى بېرەلمەيدۇ. لېكىن، مۇشۇ بىر پاكىت باشقا بىر مۇخبىرنىڭ قەلىمى ئاستىدا ناھايىتى كونكرېت ئىپادىلەنگەن:

«نەنجىڭ يولىدىكى بىر چوڭ قورۇدا بىز نۇرغۇن كىشىلەرنىڭ يىغىنچە بىر ‹ئويۇن› نى كۆرۈۋاتقانلىقىنى كۆردۇق. رەختتىن تىكىلگەن بىر خىل يامغۇرلۇق چاپانغا تۇرۇبا ئارقىلىق خېلى ئۇزاققىچە سۇ چاچسىمۇ، چاپان ھۆل بولمىدى. چاپانغا چېچىلغان سۇ خۇددى نىلۇپەر ياپرىقىدىكى سۇ ئۈنچىلىرىدەك دومىلاپ چۈشۈپ كېتىۋاتاتتى. يەنە بىر يەردە مۇشۇ خىل رەختتىن

ياسالغان لېگەنگە سۇ ئېلىپ قويۇلغان بولۇپ، ئۇنىڭدىن قىلچە سۇ تاممايتتى، بۇ رەختتىن تىكىلگەن يامغۇرلۇق چاپان جۇڭگو ۋە چەت ئەللەردە داڭقى چىققان «بۈيۈك زېمىن» ماركىلىق يامغۇرلۇق چاپان بولۇپ، ئۇ باشقا بىر مىڭ يەتتە خىل ئەلا سۈپەتلىك مەھسۇلات بىلەن بىللە، بۇگۈن ئېچىلغان «شاڭخەي شەھەرلىك سانائەت سىستېمىسى بويىچە ئەلا سۈپەتلىك مەھسۇلاتلار يەرمەنكىسى» گە قويۇلدى.»

كېيىنكى بۇ خەۋەر ئۇسلۇب جەھەتتىن يېڭى بولۇپ، پاكىت جانلىق، ھەرىكەتچان ۋە ئالاھىدىلىككە ئىگە قىلىنىپ بايان قىلىنغان. ئوقۇغان كىشى ئۇنىڭدىكى ھەقىقىي پاكىتنى بىۋاسىتە ھېس قىلالايدۇ. شۇڭلاشقا، ھەم ئىخچام، ھەم روشەن ۋە جانلىق بولۇشنى ئىشقا ئاشۇرۇش ئۈچۈن، ئاخبارات پاكىتلىرىنى بىۋاسىتە بايان قىلىش ئۇسۇلىنى قوللىنىش كېرەك.

بەزى كىشىلەر ئاخبارات خەۋەرلىرىنى كونكرېت، جانلىق قىلىپ يېزىش ئۈچۈن، تەسۋىرىي ۋاسىتىلەردىن پايدىلانمىسا بولمايدۇ، دەپ ھېسابلاپ، «قەلبى كۆندەك نۇرانە»، «ئىشقا قەيسەر مەردانە»، «ئەل غېمىدە پەرۋانە» ... دېگەنگە ئوخشاش سۆزلەرنى تىزىۋالىدۇ. بۇ سۆزلەر قارىماققا چىرايلىق، ئوبرازلىقتەك كۆرۈنگىنى بىلەن ئوقۇرمەنلەرگە ھەقىقىي، ئېنىق چۈشەنچە بېرەلمەيدۇ. بىز خەۋەرلەردە تەسۋىرىي سۆزلەرنى ئىشلەتمەسلىك كېرەك، دېمەيمىز، بەلكى تەسۋىرىي سۆزلەر جەزمەن ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ ئالاھىدىلىكىگە ئۇيغۇن كېلىشى، ئىنتايىن نېگىزلىك، دەل جايىدا ئىشلىتىلىشى، شۇنداقلا توغرا بولۇش ئالدىنقى شەرتى ئاستىدا جانلىقلىقنى قوغلىشىشى كېرەك.

گاھىدا ئوبيېكتىپ پاكىتلارنى تەسۋىرىي سۆز ئورنىدا ئىشلىتىپ، خەۋەردىكى شەخس، ۋەقەلەرنى تەسۋىرلەپ بەرگىلى بولىدۇ. بۇنداق قىلغاندا، خەۋەرنىڭ مەزمۇنى تولۇقلىنىپ، سەھىپىسى قىسقىرايدۇ. ئوقۇرمەنلەرنىڭ خەۋەردىكى شەخس ۋە

ۋەقەلەرگە بولغان چۈشەنچىسى چوڭقۇرلىشىدۇ، خەۋەرنىڭ قايىل قىلىش كۈچىمۇ ئاشىدۇ. شۇڭلاشقا، بىز ئاخبارات تىلىنىڭ ئاممىباب، چۈشىنىشلىك بولۇشىغا ئالاھىدە ئېتىبار بېرىشىمىز كېرەك.

ئاممىباب بولۇش كېرەك دېگىنىمىز، ئوقۇرمەنلەرنىڭ سەۋىيەسىنى چىقىش قىلىپ، خەلق ئاممىسىغا ئەڭ تونۇشلۇق بولغان تىل شەكلى ئارقىلىق، يەنى ئېغىز تىلىغا ئەڭ يېقىن بولغان ئەدەبىي تىل ئارقىلىق خەۋەر يېزىش كېرەك دېگەننى كۆرسىتىدۇ.

مۇخبىرنىڭ تىلى خەلق ئاممىسىنىڭ ئاغزاكى تىلىدىن كەلگەن ۋە شۇ ئاساستا پىششىقلاپ ئىشلەنگەن. لېكىن، ئۇ ئاغزاكى تىلدىن تامامەن پەرقلىنىدىغان باشقىچە تىل ئەمەس. ئۇ خىل تىلدا يېزىلغان خەۋەرنى ئوقۇپمۇ، ئاڭلاپمۇ چۈشەنگىلى بولىدىغان بولۇشى كېرەك.

يىغىپ ئېيتقاندا، ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ تىل ھەققىدىكى يۇقىرىقى تەلەپلىرىنى ئورۇنلاش ئۈچۈن، مۇخبىرلار ئاخباراتنىڭ قانۇنىيىتى ۋە ئالاھىدىلىكىگە تولۇق ھۆرمەت قىلىشى، كونا ـ قاتمال، ئۆلچەملەشكەن تىللارغا ئېسىلىۋالماستىن، يېڭىلىق يارىتىش روھى بىلەن دادىل ئىزدىنىشى، ئاددىي ـ ساددىلىق ئىچىدىن گۈزەللىك ئىزدىشى، جانلىق تىلنى قېتىرقىنىپ ئۆگىنىشى كېرەك.

تۆتىنچى پاراگراف خەۋەرنىڭ بىرقانچە خىل قۇرۇلما شەكلى

خەۋەرنىڭ قۇرۇلمىسى خەۋەر مەزمۇنىنىڭ ئىپادىلىنىش ۋاستىسى بولۇپ، ئۇ پاكىتلارنى بايان قىلىش، ۋەقەلەرنى ئورۇنلاشتۇرۇش شەكلىدە ئىپادىلىنىدۇ. كونكرېت قىلىپ

ئېيتقاندا، ئۇ خەۋەر مەركىزىي ئىدىيەسىنىڭ تەلىپىگە ئاساسەن تاللىنىۋېلىنغان ئادەم، ۋەقە، جەريان ۋە نەق مەيدان كۆرۈنۈشى قاتارلىق ماتېرىياللارنى پىلانلىق، تەرتىپلىك، قاتلاملار بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇشتىن ئىبارەت. قۇرۇلمىنىڭ ياخشى ـ يامان بولۇشى خەۋەر مەزمۇنىنىڭ ئىپادىلىنىشى ئۈنۈمىگە زور تەسىر كۆرسىتىدۇ. بىر پارچە خەۋەرنىڭ كونكرېت قۇرۇلما قاتلاملىرىنى قانداق ئورۇنلاشتۇرۇشتا مۇقىملاشقان ئۆلچەم ۋە قېلىپ يوق، ئۇنى ئەھۋالغا قاراپ جانلىق بىر تەرەپ قىلىش كېرەك. ئادەتتە كۆپ ئۇچرايدىغان خەۋەرنىڭ قۇرۇلما شەكىللىرى تۆۋەندىكىدەك بىرقانچە خىل بولىدۇ:

1. ماتېرىياللارنى مۇھىملىق دەرىجىسىگە قاراپ ئىلگىرى ـ كېيىنلىك تەرتىپى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇش

بۇ ئادەتتە دېيىلىپ كېلىۋاتقان تەتۈر پىرامىدا شەكىلدىكى قۇرۇلما شەكلى بولۇپ، ئۇ خەۋەر يېزىقچىلىقىدا ئەڭ كۆپ قوللىنىلىدىغان بىر خىل ئۇسۇل. تەتۈر پىرامىدا شەكىلدىكى قۇرۇلما پىرامىدا شەكىلدىكى قۇرۇلمىنىڭ دەل ئەكسى بولۇپ، ئۇنىڭدا خەۋەرنىڭ باش تەرىپى ئېغىر ھەم چوڭ بولىدۇ، ئاخىر تەرىپى يېنىك ھەم كىچىك بولىدۇ. يەنى خەۋەرنىڭ كۇلمىناتسىيە نۇقتىسى ۋە خۇلاسىسى ئەڭ ئالدىدا قويۇلۇپ، ئۇنىڭدىن كېيىن پاكىتلار مۇھىملىق دەرىجىسىگە قاراپ تەرتىپلىك ئورۇنلاشتۇرۇلىدۇ.

مەسىلەن، 1983 ـ يىلىدىكى «خەلق گېزىتى» نىڭ 27 ـ ئاۋغۇست سانىغا بېسىلغان «مۇئاۋىن شەھەر باشلىقى ئالىي مەكتەپكە كىردى» دېگەن خەۋەرنى كۆرۈپ باقايلى:

«مەملىكەت بويىچە مەشھۇر ئەمگەك نەمۇنىچىسى، بېيجىڭ شەھىرىنىڭ مۇئاۋىن باشلىقى جاڭ بەيفا جۇڭگو خەلق ئۇنىۋېرسىتېتى يىراقتىن ئوقۇتۇش ئىنستىتۇتىنىڭ بېيجىڭ شۆبىسىگە خەت ئارقىلىق ئوقۇيدىغان ئوقۇغۇچى بولۇپ قوبۇل

قىلىندى.

قىرىق توققۇز ياشلىق جاڭ بەيفا بېيجىڭ شەھىرىنىڭ ئاساسىي قۇرۇلۇش خىزمىتىگە مەسئۇل، ئۇ بۇ يىل خەلق ئۇنىۋېرسىتېتى ئاساسىي قۇرۇلۇش ئىقتىسادى كەسپىگە ئىمتىھان بېرىشكە تىزىملانغانىدى، لېكىن 6 ـ نۆۋەتلىك خەلق قۇرۇلتىيىغا قاتناشقانلىقى ئۈچۈن ئىمتىھان بېرىشكە قاتنىشالمىدى. شۇڭا، جۇڭگو خەلق ئۇنىۋېرسىتېتى پارتكومى مۇناسىۋەتلىك بەلگىلىمىلەرگە ۋە جاڭ بەيفانىڭ مەدەنىيەت سەۋىيەسى، ئىيادىسىگە ئاساسەن، ئۇنى ئۆلچەمنى بۇزۇپ خەت ئارقىلىق ئوقۇيدىغان ئوقۇغۇچى قاتارىدا قوبۇل قىلىشنى قارار قىلدى.

بۇ يىل جۇڭگو خەلق ئۇنىۋېرسىتېتى يىراقتىن ئوقۇتۇش ئىنستىتۇتىنىڭ بېيجىڭ شۆبىسى سانائەت ئىقتىسادى، ئاساسىي قۇرۇلۇش ئىقتىسادى، ماركسىزملىق نەزەرىيە، مالىيە ئىلمى، پۇل مۇئامىلە، قانۇنچىلىق، ئاخباراتچىلىق ۋە ئارخىپ ئىلمى قاتارلىق توققۇز كەسىپكە توققۇز يۈز توقسان نەپەر يېڭى ئوقۇغۇچى قوبۇل قىلدى. ئۇلار ئىچىدىكى يۈزدىن ئارتۇق كىشى مەركەزنىڭ ئالاقىدار ئورگانلىرىدا، جۇڭگو خەلق ئازادلىق ئارمىيەسىنىڭ بېيجىڭدا تۇرۇشلۇق ئورگىنىدا ۋە بېيجىڭ شەھىرىگە قاراشلىق ئورگانلاردا رەھبىرىي خىزمەتلەرنى ئۆتەيدۇ».

بۇ خەۋەردىكى بىرىنچى ئابزاستا ئەڭ ئاساسلىق ۋە مۇھىم پاكىت بايان قىلىنغان بولۇپ، ئاساسىي ئورۇندا تۇرىدۇ. ئىككىنچى ئابزاس بىرىنچى ئابزاسنىڭ كونكرېتلاشتۇرۇلۇشى ۋە ئىزاھلىنىشى، ئۈچىنچى ئابزاس يەنىلا ئىككىنچى ئابزاسنى تولۇقلايدۇ. خەۋەرنىڭ ھەربىر ئابزاسىدا بىر قاتلام مەزمۇن كۆپىيىپ بارىدۇ. بىرىنچى ئابزاسنىلا ئوقۇساق خەۋەرنىڭ ئاساسىي مەزمۇنىدىن خەۋەردار بولالايمىز. مانا بۇ تىپىك تەتۈر

پىرامىدا شەكلىدىكى قۇرۇلما. بۇ خىل قۇرۇلما شەكلى ئاخبارات تارقىتىش تەلىپىگە ئۇيغۇن بولۇپ، ئۇنىڭدا بىرقەدەر ياخشى ئىپادىلەش ئۈنۈمىگە ئېرىشكىلى بولىدۇ. كونكرېت قىلىپ ئېيتقاندا، ئۇ تۆۋەندىكىدەك ئەۋزەللىكلەرگە ئىگە:

بىرىنچى، ئوقۇرمەنلەر ئۈچۈن ئېيتقاندا، ئىنتايىن قىسقا ۋاقىت ئىچىدە خەۋەرنىڭ نېگىزلىك مەزمۇنىنى ئىگىلىيەلەيدۇ، خالىغان ۋاقىتتا، خالىغان يەردە توختاپ قالسىمۇ خەۋەرنىڭ ئاساسىي مەزمۇنىدىن ئومۇمىي چۈشەنچىگە ئېرىشەلەيدۇ. بۇ خىل ئۇسۇل كىشىلەرنىڭ كۈندىلىك ئۇچۇر تارقىتىش ئادىتىگە ئۇيغۇن بولۇپ، گېزىت ئوقۇشتا ۋاقىتنى تېجەپ قالالايدۇ.

ئىككىنچى، مۇھەررىرلەر ئۈچۈن ئېيتقاندا، خەۋەرلەرنى تاللاشقا، ماقالىلەرنى قىسقارتىپ، گېزىت بېتىگە ئورۇنلاشتۇرۇشقا قولايلىق. چۈنكى، ھەربىر خەۋەرنىڭ ئابزاسلىرى مۇكەممەل مەزمۇنغا ئىگە بولىدىغانلىقىنى، ھەربىر ئابزاس مۇھىملىق تەرتىپى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇلىدىغانلىقى ئۈچۈن، مۇھەررىر خەۋەرنىڭ ئاخىر تەرىپىدىن قىسقارتىپ كەلسە، خەۋەرنىڭ مۇكەممەللىكىگە كۆپ تەسىر يەتمەيدۇ، قايتا يېزىپ چىقىشمۇ كەتمەيدۇ.

ئۈچىنچى، مۇخبىرلار ئۈچۈن ئېيتقاندا، خەۋەر قولدىن تېز رەك چىقىدۇ ھەم مۇخبىرلارنىڭ يېڭى مەزمۇننى گەۋدىلەندۇرۇپ، خەۋەرنى قىسقىراق يېزىشىغا تۈرتكە بولىدۇ.

تەتۈر پىرامىدا شەكلى يۇقىرىقىدەك ئەۋزەللىكلەرگە ئىگە بولسىمۇ، لېكىن ئۇ بىردىنبىر ئۆلچەم ئەمەس، نۇرغۇن خەۋەرلەر بۇ خىل شەكىلگە مۇۋاپىق كەلمەيدۇ. مۇقەددىمە بىلەن ئاساسىي مەزمۇن ئاسانلا تەكرارلىنىپ قالىدۇ، ئۆلچەملىك تەرىپى كۈچلۈك بولغاچقا، خەۋەر جانسىز، ئاخىرىغا بارغانسېرى ئاجىز بولۇپ قالىدۇ. ئابزاسلار ئوتتۇرىسىدىكى باغلىنىشمۇ كۈچلۈك بولمايدۇ. ئەڭ مۇھىمى ئاپتورنىڭ ئىجادچانلىقى چەكلىمىگە ئۇچراپ بىر خىل يولغا كىرىپ قالىدۇ.

2. ماتېرىياللارنى ۋەقە يۈز بەرگەن ۋاقىت تەرتىپى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇش

پىرامىدا شەكلىدىكى قۇرۇلما دەپ ئاتىلىدىغان بۇ ئۇسۇل خەۋەر يېزىقچىلىقىدا خېلى كۆپ قوللىنىلىدۇ. بۇنىڭدا مۇخبىر ماتېرىياللارنى ئاساسەن ۋاقىت تەرتىپى بويىچە ئورۇنلاشتۇرىدۇ، ۋەقەنىڭ باشلىنىشى خەۋەرنىڭ باشلىنىشى، ۋەقەنىڭ ئاخىرلىشىشى خەۋەرنىڭمۇ ئاخىرى بولىدۇ. مەسىلەن، 1979 ـ يىلى مەملىكەت بويىچە ياخشى خەۋەر دەپ باھالانغان «بىر پارچە تىجارەت كىنىشكىسى ئون ئۈچ جاننىڭ تۇرمۇشىنى قامدىدى» دېگەن خەۋەر مۇشۇ خىل ئۇسۇلدا يېزىلغان بولۇپ، ۋاقىت يىپ ئۇچى قىلىنىپ تۇرۇپ، ئىدرىسنىڭ ئاشخانا ئاچقانلىق سەرگۈزەشتى ئۈچ باسقۇچقا بۆلۈپ تونۇشتۇرۇلىدۇ. خەۋەردە بىر ئائىلىنىڭ بۇرۇنقى ۋە ھازىرقى ئوخشاش بولمىغان ھايات سەرگۈزەشتلىرى ئارقىلىق، كۈچلۈك پاكىتلار ئاساسىدا پارتىيە 11 ـ نۆۋەتلىك مەركىزىي كومىتېت 3 ـ ئومۇمىي يىغىنىنىڭ شەھەر يەككە ئىگىلىكىگە ئېلىپ كەلگەن جانلىنىش كەيپىياتى گەۋدىلەندۈرۈلىدۇ.

بۇ خىل قۇرۇلما شەكلى ئادەتتە ۋاقىت جەريانى ئانچە ئۇزاق بولمىغان ۋەقە خاراكتېرلىك خەۋەرلەردە كۆپرەك قوللىنىلىدۇ. بۇ خىل خەۋەر ئوقۇرمەنلەرنى ئاسان جەلپ قىلىدۇ، ھېكايىۋىلىكى كۈچلۈك بولىدۇ. سەۋەب ـ نەتىجە مۇناسىۋەتلىرى ئېنىق، تەبىئىي، چۈشىنىشلىك چىقىدۇ. شۇڭا، مۇخبىرلار ئادەتتە مەزمۇنى بىرقەدەر مۇرەككەپ، ئەمما بىرلا يىپ ئۇچى بولغان ۋەقەلەرنى مۇشۇ خىل ئۇسۇلدا يازىدۇ.

تەتۈر پىرامىدا شەكلىنىڭ ئەكسىچە بۇنداق قۇرۇلمىدا ۋەقەنىڭ كۇلمىناتسىيەسى ــ ئەڭ مۇھىم قىسمى ئاخىرىدا يېزىلىدىغان بولغاچقا، ئوقۇرمەنلەر خەۋەرگە قىزىقىپ ئاخىرىغىچە ئوقۇپ چىقىدۇ. خەۋەرنىڭمۇ دىراماتىك جەلپ قىلىش كۈچى ئاشىدۇ، لېكىن بۇ خىل خەۋەرلەرنى يازغاندا

ماتېرىياللارنى ئىنچىكىلىك بىلەن تاللاپ، مەركىزىي نۇقتىنى گەۋدىلەندۈرۈش، سەھىپىسىنى بەك ئۇزۇن قىلىۋەتمەسلىك كېرەك. ۋاقتى ناھايىتى ئۇزاق سوزۇلغان ۋەقەلەرنىمۇ بۇ خىل ئۇسۇلدا يازماسلىق كېرەك. ئۇنداق قىلمىغاندا خەۋەرنىڭ ئىخچام، يىغىنچاق بولۇشىغا كاپالەتلىك قىلغىلى بولمايدۇ.

3. ماتېرىياللارنى لوگىكىلىق تەرتىپ بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇش

خەۋەرنىڭ ماتېرىياللىرىنى تەشكىللەشتە كۆپ ئۇچرايدىغان يەنە بىر خىل ئۇسۇل — لوگىكىلىق تەرتىپ بويىچە يېزىش، يەنى ماتېرىياللارنى شەيئىلەرنىڭ ئىچكى باغلىنىشى ياكى مەسىلىنىڭ لوگىكىلىق مۇناسىۋىتى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇشتىن ئىبارەت. بۇ خىل قۇرۇلمىدا ئابزاسلار ۋاقىت تەرتىپىنىڭ چەكلىمىسىگە ئۇچرىمايدۇ، خەۋەرنىڭ راۋاجى سەۋەب - نەتىجە مۇناسىۋىتى بويىچە داۋاملىشىدۇ. بۇ شەيئىلەرنىڭ ئىچكى تەرەققىيات قانۇنىيىتىنى ئەكس ئەتتۈرۈشكە، شەيئىنىڭ ماھىيەتلىك ئالاھىدىلىكىنى ۋە ئەھمىيىتىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىشكە پايدىلىق بولۇپ، خەۋەر كۈچلۈك قايىل قىلىش كۈچىگە ئىگە بولىدۇ.

ئاخبارات پاكىتىنىڭ لوگىكىلىق مۇناسىۋىتىنى يىپ ئۇچى قىلىپ بايان قىلىشتەك بۇ ئۇسۇل غەيرىي ۋەقە خاراكتېرىدىكى خەۋەرلەرنى، يەنى تەجرىبە خەۋىرى، ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەر ۋە باھا خاراكتېرلىك خەۋەرلەرنى يېزىشقا باب كېلىدىغان بولۇپ، خەۋەردە بايان، مۇھاكىمىلەرنى كىرىشتۈرۈپ، سەۋەب - نەتىجە مۇناسىۋىتىنى ۋە قاتلاملىرىنى ئېنىق ھەم تەرتىپلىك بايان قىلىپ بەرگىلى بولىدۇ. شۇنداقلا خەۋەرنىڭ سىېلىشتۇرمىچان-لىقى ئېشىپ، مەزمۇنى چوڭقۇر، قايىل قىلىش كۈچى يۇقىرى بولىدۇ.

خەۋەرنىڭ قۇرۇلما شەكىللىرى يۇقىرىدا كۆرسىتىلگەن ئۈچ خىل ئۇسۇل بىلەنلا چەكلىنىپ قالمايدۇ، مەزمۇن شەكىلنى

بەلگىلەيدۇ، ئاخباراتتا خەۋەر قىلىدىغان مەزمۇننىڭ كېڭىيىشى ۋە يېڭىلىنىشىغا ئەگىشىپ، خىلمۇخىل ئىپادىلەش شەكىللىرى ۋە قوراللىرى بارلىققا كېلىدۇ، بولۇپمۇ ھازىر دۇنيادا ئەركىن قوراللىما شەكلى تەرەققىي قىلماقتا. خەۋەر نەسرىي يول بىلەنمۇ ئىپادىلەنمەكتە. ئەگەر بىز مىللىي ئاخباراتچىلىقىمىزنىڭ ئالاھىدىلىكى بويىچە تىرىشىپ ئىزدىنىدىغان بولساق، تېخىمۇ ياخشى ۋە يېڭى ئىپادىلەش ئۇسۇللىرىنى يارىتالايمىز.

بەشىنچى پاراگراف خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسى

خەۋەرنىڭ باشلىنىش قىسمىدا ئەڭ ئىخچام ۋە ئەڭ جانلىق قۇراللار بىلەن پاكىتنىڭ ئەڭ مۇھىم، كىشىنى ئەڭ كۆچلۈك جەلپ قىلىدىغان قىسمى گەۋدىلەندۈرۈلىدۇ، مەركىزىي ئىدىيە شەرھلىنىدۇ. ئوقۇرمەنلەر خەۋەرنىڭ ئاساسىي مەزمۇنىدىن خەۋەردار قىلىنىپ، خەۋەرنى ئاخىرىغىچە ئوقۇشقا جەلپ قىلىنىدۇ. خەۋەردە مانا مۇشۇ ۋەزىپىنى ئۆتەيدىغان جۈملە ياكى بۆلەك «مۇقەددىمە» دەپ ئاتىلىدۇ.

مۇقەددىمە ئاخباراتتا خاس ئۇقۇم، شۇنداقلا خەۋەرنىڭ باشقا ژانىرلاردىن پەرقلىنىپ تۇرىدىغان مۇھىم بىر ئالاھىدىلىكى. ئۇنىڭ رولىنى تۆۋەندىكى ئۈچ نۇقتىغا يىغىنچاقلاپ كۆرسىتىشكە بولىدۇ. بىرىنچى، ئىخچام قۇراللار ئارقىلىق خەۋەرنىڭ ئاساسىي مەزمۇنىدىن ئوقۇرمەنلەرگە بېشارەت بېرىش؛ ئىككىنچى، ئوقۇرمەنلەرنىڭ دىققىتىنى قوزغاپ، ئۇلارنى خەۋەرنى ئوقۇپ تۈگىتىشكە يېتەكلەش؛ ئۈچىنچى، زۆرۈر تېپىلغاندا كەيپىيات يارىتىش ۋە خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى قىسقىچە شەرھلەش. دېمەك، خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسى يۇقىرىقىدەك ئالاھىدىلىككە ئىگە بولغانلىقى ئۈچۈن، ئۇنى باشقا ئەدەبىي ژانىرلاردا بولمايدىغان ئاخباراتقا

خاس ئۇقۇم دەيمىز.

مۇقەددىمە خەۋەر يېزىقچىلىقىنىڭ بىرىنچى قەدىمى، شۇنداقلا، ئەڭ مۇھىم قىسمى. بىر پارچە خەۋەردە ئوقۇرمەنلەرنى جەلپ قىلىش ـ قىلالماسلىق خەۋەرنىڭ بىرىنچى بۆلىكى، بىرىنچى جۈملىسى، ھەتتا بىرىنچى قۇرىغا باغلىق بولىدۇ. شۇنداقلا ئۇ خەۋەردە مۇخبىرنىڭ سەۋىيەسىنى ئۆلچەيدىغان روجەك ھېسابلىنىدۇ. مۇقەددىمىنىڭ جازىبىلىك بولۇش ـ بولماسلىقى مۇخبىرنىڭ سەۋىيەسىگە باغلىق. ئەگەر يۇقىرى سەۋىيەلىك مۇقەددىمە يازالمىسا، مۇخبىرنىمۇ سەۋىيەلىك مۇخبىر دەپ ئېيتىشقا بولمايدۇ.

يۇقىرىدا كۆرسىتىپ ئۆتۈلگەندەك، بىر پارچە ياخشى مۇقەددىمە خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى تۇتۇپ، ئۇنى گەۋدىلەندۈرۈپ بەرگەندىن باشقا، يەنە مۇشتەرىلەردە خەۋەرنى زور قىزىقىش بىلەن ئوقۇپ چىقىش ئارزۇسىنى قوزغايدۇ. ئوقۇرمەنلەر خەۋەر ئوقۇغاندا ئادەتتە گېزىتنى ئېچىپلا ماۋزۇلارغا ۋە خەۋەرنىڭ باشلىنىش قىسمىغا كۆز يۈگۈرتۈپ چىقىپ، ئوقۇش ـ ئوقۇماسلىقىنى بەلگىلەيدۇ. ئوقۇرمەنلەر گېزىت يۈزىگە نەزەر ئاغدۇرۇۋاتقاندا پەقەت كۆزگە تاشلىنىپ تۇرىدىغان ماۋزۇلار ۋە يېڭىچە، جانلىق مۇقەددىمىلەرلا ئۇلارنى ئۆزىگە تارتىدۇ. مانا بۇ نۇقتا مۇخبىردىن مۇقەددىمىدە مەركىزىي نۇقتىنى روشەن گەۋدىلەندۈرۈپ بەرگەندىن باشقا، يېڭىچە، جانلىق، قىزىقارلىق، ئىخچام ۋە كۆچلۈك قىلىپ يېزىشنى تەلەپ قىلىدۇ. شۇنداق قىلغاندىلا، مۇقەددىمە خۇددى ماگنىتتەك ئوخشاش مۇشتەرىلەرنى ئۆزىگە تارتىپ، خەۋەر ئىچىگە باشلاپ كىرەلەيدۇ.

بۇنىڭدىن كۆرۈنۈپ تۇرۇپتۇكى، مەركىزىي نۇقتىنى گەۋدىلەندۈرۈشكە، ئوقۇرمەنلەرنى جەلپ قىلىشقا پايدىلىق بولۇش مۇقەددىمە يېزىقچىلىقىنىڭ مۇھىم بىر ئۆلچىمى. شۇڭا، ھەرقانداق بىر مۇخبىر خەۋەر يېزىش ئۈچۈن قولىغا قەلەم ئالغان ھامان ئالدى بىلەن ئاساسىي نۇقتىنى بەلگىلىۋېلىپ، ئەستايىدىل

ئويلىنىپ، ئەڭ مۇھىم، ئەڭ يېڭى نەرسىلەرنى تېپىپ چىقىشى، تەكرار مۇلاھىزە يۈرگۈزۈپ، قايتا ـ قايتا يېزىشى، بۇنىڭدىنمۇ ئېسىل مۇقەددىمە تاپالمايدىغان دەرىجىگە يەتكەندە ئاندىن قانائەت قىلىشى لازىم.

نۇرغۇن چەت ئەل ئاخباراتشۇناسلىرى بىر خەۋەر ئۈچۈن 20 خىل مۇقەددىمە تەييارلاشمۇ ئارتۇقچىلىق قىلمايدۇ، دەپ ھېسابلايدۇ. ئامېرىكا كولۇمبىيە ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ ئاخبارات پىروفېسسورى ئۆزىنىڭ بىر خەۋەرنى يېزىش ئۈچۈن شۇ خەۋەرنى يېزىشقا كېتىدىغان ۋاقىتنىڭ يېرىمىنى ياكى ئۇنىڭدىن ئارتۇق ۋاقىتنى مۇقەددىمە يېزىشقا سەرپ قىلىدىغانلىقىنى ئېيتىدۇ. بۇنىڭدىن مۇقەددىمە يېزىقچىلىقىنىڭ ئاسان ئەمەسلىكىنى، ئۇنىڭغا ئالاھىدە كۈچ سەرپ قىلىش كېرەكلىكىنى كۆرۈۋالالايمىز.

خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسىنى يازغاندا تۆۋەندىكى بىرقانچە نۇقتىلارغا دىققەت قىلىش كېرەك:

1. پاكىتنى يېزىپ، قۇرۇق گەپ قىلماسلىق لازىم.

تۆۋەندىكى مۇقەددىمىنى كۆرۈپ باقايلى:

«ئاپتونوم رايونىمىزنىڭ تاشقى ئىقتىساد ـ سودا بويىچە كېڭىشىش يىغىنى ئوڭۇشلۇق داۋاملاشماقتا. يىغىن باشلىنىپ ئىككى كۈندىلا پۈتۈشۈلگەن ئېكسپورت سوممىسى يىگىرمە مىليون ئالتە يۈز مىڭ دوللارغا يەتتى. تېخنىكا ھەمكارلىقى، شېرىكلىشىپ مەبلەغ سېلىش بويىچە تۆت تۈردە كېلىشىم ۋە مۇددىئانامە ئىمزالاندى».

(«شىنجاڭ گېزىتى» 1988 ـ يىلى 19 ـ سېنتەبىر)

بۇ مۇقەددىمىنى ئوقۇغان كىشى خەۋەرنىڭ ئاساسىي مەزمۇنىنى ئىگىلەپ، يىغىننىڭ قانداق ئەمەلىي نەتىجىگە ئېرىشكەنلىكىنى ھەقىقىي پاكىتلىرىدىن بىر قاراپلا

بىلىۋالالايدۇ. يەنە بىر قىسىم مۇقەددىمىلەردە، بولۇپمۇ ئومۇملاشتۇرۇش خاراكتېرىدىكى مۇقەددىمىلەردە ئابستراكت ئۇقۇم، مودىللاشقان شوئار خاراكتېرلىك ئاتالغۇلار ئەمەلىي پاكىتلار ئورنىغا دەسسىتىلگەن بولۇپ، ئۇنىڭدىن ھېچقانداق كونكرېت پاكىتنى كۆرگىلى بولمايدۇ. مەسىلەن:

«ئۆز خەۋىرىمىز: شەھىرىمىزدە بۇ يىل مىللەتلەر ئىتتىپاقلىقى تەربىيەسى ئېيى پائالىيىتى تەدرىجىي قانات يايدۇرۇلغاندىن كېيىن، ھەرقايسى ئورۇنلار رەھبەرلىكنى كۈچەيتىپ، پارتىيە 13 ـ نۆۋەتلىك مەركىزىي كومىتېت 4 ـ، 5 ـ، 6 ـ ئومۇمىي يىغىنلىرى، 7 ـ نۆۋەتلىك مەملىكەتلىك خەلق قۇرۇلتىيى 3 ـ يىغىنىنىڭ روھىنى يېتەكچى، مۇقىملاشتۇرۇشنى مەركەز قىلىپ، مىللەتلەر ئىتتىپاقلىقىنى، ۋەتەننىڭ بىرلىكىنى ھىمايە قىلىپ، بۆلگۈنچىلىككە قارشى تۇرۇشنى مۇھىم نۇقتا، «ئىككىدە نەمۇنىچى» ئورۇن قۇرۇشنى نىشان قىلىپ، ئەستايىدىل پىلانلاپ، كونكرېت ئورۇنلاشتۇرۇپ، تەدبىرلەرنى تۈزۈپ چىقىپ، ئەمەلىيلەشتۇرۇشنى چىڭ تۇتۇپ، مىللەتلەر ئىتتىپاقلىقى تەربىيەسى ئېيى پائالىيىتىنىڭ جۇشقۇن، چوڭقۇر قانات يېيىشىنى ئىلگىرى سۈردى.»

(«ئۈرۈمچى كەچلىك گېزىتى» 1990 ـ يىلى 15 ـ ماي)

بۇنى ئاساسەن قۇرۇق گەپ بىلەن تولغان مۇقەددىمە دەپ قاراشقا بولىدۇ. پاكىتلىق مەزمۇنلارنىڭ بولماسلىقى مۇقەددىمىدىكى ئەجەللىك ئاجىزلىقلارنىڭ بىرى. خۇددى كالىنىن ئېيتقاندەك: «گەپ قانچىكى ئابستراكت ئېيتىلسا، ئۇنىڭ مەنىسى كونكرېت شەيئىدىن شۇنچە يىراقلىشىدۇ. ئۇنىڭ پەيدا قىلىدىغان تەسىرىمۇ شۇنچە ئاجىز بولىدۇ.» («كوممۇنىزملىق تەربىيە توغرىسىدا»).

2. شەيئىنىڭ ئالاھىدىلىكىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىش كېرەك.

مۇقەددىمىدە خەۋەرنىڭ ئەڭ روشەن ئالاھىدىلىككە ئىگە مەزمۇنى ئېچىپ بېرىلگەندە، يېڭى مەزمۇن گەۋدىلىنىپ، ئوقۇرمەنلەردە قىزىقىش پەيدا قىلىدۇ. چۈنكى، يېڭىلىق ھامان شەيئىنىڭ ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىكى ئارقىلىق گەۋدىلىنىدۇ. مەسىلەن، شىنخۇا ئاگېنتلىقى 1984 - يىلى 28 - نويابىردا تارقاتقان «مەملىكەت بويىچە ئىلغار ئاخبارات خادىملىرىنى تەقدىرلەش يىغىنى ئېچىلدى» دېگەن خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسىنى كۆرۈپ باقايلى:

«ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنى ئۆزىنىڭ بۇرچى قىلغان ئۈچ يۈز ئەللىكتىن ئارتۇق مۇخبىر، مۇھەررىر ۋە دىكتور بۈگۈن بۇ يەردە ئاخباراتنىڭ خەۋەر قىلىش ئوبيېكتلىرىغا ئايلاندى. جەمئىيەتنىڭ ھەرقايسى قاتلاملىرىدا پائالىيەت ئېلىپ بېرىپ، خەلق ئاممىسىنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىرىنى، ئارزۇ - ئارمان ۋە سادالىرىنى ئەكس ئەتكۈزىدىغان بۇ قەھرىمانلار دۆلىتىمىز قۇرۇلغاندىن بۇيانقى ئوتتۇز بەش يىل ئىچىدە تۇنجى قېتىم ئۆتكۈزۈلگەن مەملىكەت بويىچە ئىلغار ئاخبارات خادىملىرىنى تەقدىرلەش يىغىنىغا قاتناشتى».

بۇ مۇقەددىمە كۈچلۈك ئالاھىدىلىككە ئىگە قىلىنغان. مۇخبىر ئەسلىدە خەۋەر ئوبيېكتلىرىنى زىيارەت قىلىدۇ، لېكىن ئۇلار بۈگۈن زىيارەت قىلىنىدىغان خەۋەر ئوبيېكتلىرىغا ئايلانغان. مۇقەددىمىدە بۇ نۇقتا گەۋدىلەندۈرۈلۈش ئارقىلىق، مۇكاپاتلاش يىغىنىنىڭ ئالاھىدىلىكى كۆرسىتىپ بېرىلگەن.

3. ئىخچام ۋە يىغىنچاق يېزىش كېرەك.

مۇقەددىمە ئىخچام بولۇشى كېرەك. ئىخچام ۋە چۈشىنىشلىك بولۇش بىر - بىرىگە مۇناسىۋەتلىك بولۇپ، كىشىلەرنىڭ كۆرۈش

پىسخىكىسىدىن ئالغاندا، جۈملە قانچە قىسقا بولسا، ئۇقۇم قانچە ئاز بولسا، شۇنچە چۈشىنىشلىك بولىدۇ. بىر پارچە خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسىگە پاكىتلارنىڭ ھەممىسىنى سىغداپ كىرگۈزۈپ قويسا، ئۇقۇملار چىگىچ بولسا، ئوقۇرمەنلەر گاڭگىراپ قالىدۇ.

4. ئاخبارات ئاساسى بولۇشى كېرەك.

بىر پارچە خەۋەردىكى ئۈچۈر مىقدارىنىڭ قانچىلىك بولۇشى مۇشۇ خەۋەرنىڭ مۇھىملىق دەرىجىسى ۋە ۋاقىتچانلىقى بىلەن مۇناسىۋەتلىك. خەۋەر قانچىكى دەل ۋاقتىدا بېرىلسە، ئۇنىڭ ئۈچۈر مىقدارى مۇناسىپ ھالدا يۇقىرى بولىدۇ. لېكىن، بەزى ۋەقەلەر ھەر خىل سەۋەبلەر تۈپەيلىدىن ئۆز ۋاقتىدا خەۋەر قىلىنماي قالىدۇ. ۋاقتى ئۆتكەندىن كېيىن ئۇنىڭ قىممىتىنى يوقاتماي خەۋەر قىلىشتا ئاخبارات ئاساسىغا تايىنىشقا توغرا كېلىدۇ. ئاخبارات ئاساسى دېگىنىمىز، خەۋەرنى ئېلان قىلىشتىكى ئاساس ياكى پەيت بولۇپ، ئۇ پاكىت ئۆزگىرىشىدىكى ئەڭ يېڭى ئەھۋال، ئەڭ يېڭى ۋاقىت ياكى پاكىتنىڭ چىقىش ئورنىنى كۆرسىتىدۇ. مەسىلەن:

«شىنخۇا ئاگېنتلىقى، دانىيە 1979 - يىلى 22 - نويابىر تېلېگراممىسى. 1976 - يىلى 28 - ئىيۇل تاڭشەندە يۈز بەرگەن قاتتىق يەر تەۋرەشتە جەمئىي ئىككى يۈز قىرىق ئىككى مىڭدىن ئارتۇق ئادەم ئۆلۈپ، بىر يۈز ئاتمىش تۆت مىڭدىن ئارتۇق ئادەم ئېغىر يارىلانغان، بۇ ئىككى سان تاڭشەن، تيەنجىن، بېيجىڭ رايونلىرىدا شۇ قېتىملىق يەر تەۋرەشتە ئۆلگەن ۋە يارىلانغان كىشىلەرنىڭ ئومۇمىي سانىدۇر. بۇ خەۋەر بۇ يىل 17 - نويابىردىن 22 - نويابىرغىچە ئۆتكۈزۈلگەن جۇڭگو يەر تەۋرەشنى كۆزىتىش ئىلمىي جەمئىيىتىنىڭ قۇرۇلۇش يىغىنىدا ئېلان قىلىندى.»

ۋەقەگە گەرچە ئۈچ يىل بولغان بولسىمۇ، لېكىن كونكرېت

سانىنىڭ بۇ يىغىندا ئېلان قىلىنىشى يېڭى بىر ئاخبارات ئاساسى بولغان.

5. جانلىق، جەلپ قىلارلىق ۋە ئوبرازلىق يېزىپ، ئوقۇرمەنلەرنى خەۋەرنىڭ كېيىنكى قىسمىنى ئوقۇشقا يېتەكلەش لازىم.

«مۇقەددىمە» دېگەن سۆزنىڭ ئۆزىمۇ «باشلىنىش، قوزغاش، يېتەكلەش» دېگەن مەنىلەرنى بېرىدۇ. شۇڭا، مۇخبىر خەۋەر يازغاندا ئەستايىدىل ئويلىنىپ، تەڭ ئېتىبار بېرىش ئۇسۇلىدىن پايدىلىنىپ، ماھىرلىق بىلەن ئورۇنلاشتۇرۇپ، مۇقەددىمىنى ئوقۇغان كىشى كېيىنكى قىسىملىرىنى ئوقۇمىسا تۇرالمايدىغان دەرىجىدە يېزىش كېرەك. مەسىلەن:

«شىنخۇا ئاگېنتلىقى، شاڭخەي 28 ـ ئاپرېل خەۋىرى. جۇڭگونىڭ ئەتىۋارلىق گۆھىرى — غەربىي خەن دەۋرىدىكى قەدىمىي مىس ئەينەكتە غەلىتە بىر ھادىسە بولۇپ، ئەينەك يۈزىنى كۈنگە قارىتىپ ئەكس نۇرىنى تامغا چۈشۈرگەندە، ئەينەك ئارقىسىدىكى سىزىقلار ۋە خەتلەر كۆرۈنەتتى. بۇ ئەپسانىۋى سىر تۈنۈگۈن شاڭخەي شەھىرىنىڭ مۇئاۋىن باشلىقلىقىغا سايلانغان رۇەن جۇڭۋۇ تەرىپىدىن يېشىۋېتىلدى.»

بۇ مۇقەددىمىنى ئوقۇغان ھەرقانداق كىشى تەبىئىي ھالدا خەۋەرنىڭ كېيىنكى قىسمىنى ئوقۇشقا قىزىقىدۇ.

مۇقەددىمىنىڭ ئىپادىلىنىش شەكىللىرى خىلمۇخىل بولىدۇ. بىز ياخشى شەكىللەرنى ئۈلگە قىلىشنى، ئەمما بىردىنبىر ئۆلچەم قىلىۋالماسلىقنى، مۇخبىرلارنىڭ ئۆزگىچە يېڭىلىق يارىتىشىنى تەشەببۇس قىلىمىز. تۆۋەندە بىرقانچە خىل مۇقەددىمە شەكىللىرىنى تونۇشتۇرىمىز:

بىرىنچى، ئومۇملاشتۇرۇش شەكلىدىكى مۇقەددىمە. بۇ بىزنىڭ خەۋەرچىلىكىمىزدە ئەڭ كۆپ قوللىنىلىدىغان مۇقەددىمە شەكلى

بولۇپ، ئۇنىڭدا خەۋەردىكى ئاساسىي پاكىت يىغىنچاقلىنىپ، ئومۇملاشتۇرۇلۇپ كۆرسىتىلىدۇ. مەسىلەن، «شىنجاڭ گېزىتى» 1991 ـ يىلى 29 ـ ئىيۇل سانىغا بېسىلغان «شىنجاڭ جۇڭخىي دورا زاۋۇتى ئىككى باشنى تۇتۇپ، ئوتتۇرىنى يېتەكلەپ، تەشەببۇسكارلىق ئورنىغا ئۆتتى» دېگەن خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسى مۇشۇ خىل ئومۇملاشتۇرۇش ئۇسۇلىدا يېزىلغان:

«يېقىنقى يىللاردىن بۇيان، بازاردىكى خىلمۇخىل ئۆزگىرىشلەر بىرمۇنچىلىغان كارخانىلارنى تۇمان ئىچىدە قالدۇردى. لېكىن، شىنجاڭ جۇڭخىي دورا زاۋۇتى ئىككى باشنى تۇتۇش، ئوتتۇرىنى يېتەكلەش ئارقىلىق تۇمان ئىچىدىن يول تاپتى. ئۇلار يېڭى دورىلارنى ئىشلەپچىقىرىشنى، سېتىشنى تۇتۇپ، كارخانىنىڭ ئىشلەپچىقىرىشنى يۇكسەلدۇردى.»

ئىككىنچى، بايان شەكلىدىكى مۇقەددىمە. بۇ خىل شەكىلدە پاكىتلار ئادەتتە ئەسەر يازغانغا ئوخشاش تۈز ۋە ئۇدۇلمۇئۇدۇل بايان قىلىنىدۇ. مەسىلەن:

«29 ـ ماي كېچە سائەت ئۇچتىن قىرىق بەش مىنۇت ئۆتكەندە، لىق كۆمۈر بېسىلغان پويىز قۇمۇل كان ئىشلىرى ئىدارىسىنىڭ ئۇستى ئوچۇق كۆمۈر كېنىنىڭ يېڭى كان رايونىدىن قوزغالدى. بۇ، يىلىغا ئۈچ يۈز مىڭ توننا كۆمۈر قېزىلىدىغان، ئاپتونوم رايونلۇق كۆمۈر سانائىتى سىستېمىسى بويىچە قۇرۇلۇش كۆلىمى نۇقتىلىق كېڭەيتىلىدىغان يېڭى كان رايونىدىن تۇنجى قېتىم قېزىلغان كۆمۈر.»

(«شىنجاڭ گېزىتى» 1991 ـ يىلى 29 ـ ئىيۇل)

بۇنداق مۇقەددىمىنى يازغاندا ئالاھىدىلىكنى تۇتۇپ، يېڭى ئۇچۇر بېرىشكە دىققەت قىلىش، ئوقۇرمەنلەرنى زېرىكتۇرۇپ

قويۇشتىن ساقلىنىش كېرەك.

ئۈچىنچى، سېلىشتۇرۇش شەكلىدىكى مۇقەددىمە. ھازىرقى ئەھۋال بىلەن بۇرۇنقى ئەھۋالنى، بۇ يەردىكى ئەھۋال بىلەن ئىككىنچى يەردىكى ئەھۋالنى، قىسمەنلىكتىكى ئەھۋال بىلەن ئومۇملۇقتىكى ئەھۋالنى ئۆزئارا سېلىشتۇرۇپ، بىرى ئارقىلىق يەنە بىرىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىش ئۇسۇلى بىلەن يېزىلغان مۇقەددىمىلەرمۇ خېلى كۆپ ئۇچرايدۇ. مەسىلەن، «شىنجاڭ گېزىتى» نىڭ 1991 ـ يىلى 29 ـ ئىيۇل سانىغا بېسىلغان «چۆچەك شەھىرىنىڭ ئاز سانلىق مىللەتلەر ئولتۇراقلاشقان يىگىرمە ئۈچ كەنتىدە خۇشاللىنارلىق ئۆزگىرىشلەر بارلىققا كەلدى» دېگەن خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسى مۇشۇ خىل سېلىشتۇرۇش ئۇسۇلىدا يېزىلغان:

«ئىلگىرى شەھەرگە كىرىپ ئاشلىق قۇتقۇزۇش پۇلىنى ئەكېتىدىغانلار بۈگۈنكى كۈندە سۇپەتلىك ئۇرۇق، خىمىيەۋى ئوغۇت ۋە بېيىشنىڭ ئۇچۇرلىرىنى ئەكېتىدىغان بولدى. بۇ ــ چۆچەك شەھىرىنىڭ ئاز سانلىق مىللەتلەر ئولتۇراقلاشقان 23 كەنتىدە يۈز بەرگەن خۇشاللىنارلىق ئۆزگىرىش.»

بۇ خىل ئۇسۇل جايلارنىڭ ئۆزگىرىشى ۋە يېڭى قىياپىتىنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىشكە تولىمۇ باب كېلىدۇ.

تۆتىنچى، تەسۋىر شەكلىدىكى مۇقەددىمە. بۇ، خەۋەردىكى ئاساسىي پاكىتنى ياكى ۋەقەنىڭ مەلۇم بىر ئەھمىيەتلىك تەرىپىنى ھەم يۇقىرى دولقۇننى تۇتۇپ، ئىخچام، ئالاھىدىلىككە ئىگە قىلىپ سۈرەتلەپ بېرىدىغان مۇقەددىمىنى كۆرسىتىدۇ. مەسىلەن:

«يىلان يىلى باشلانغان مىنۇتلاردا ۋەتىنىمىزنىڭ غەربىي شىمال چېگراسىدىكى ئولاستاي چېگرا مۇداپىئە قاراۋۇلخانىسىدا

ئەللىك نەچچە جەڭچى بىر ئۇيغۇر گېنېرالنى ئورىۋالغان ھالدا سالىيوت ئاتتى، رەڭگارەڭ پوجاڭزىلار تۈن پەردىسىنى يىرىپ كۆكتە چاقنىدى. پوجاڭزا ۋە ئالقىش سادالىرى تاغلارنى لەرزىگە سالدى».

(«شىنخۇا ئاگېنتلىقى 1990 ـ يىلى 2 ـ يانۋار تېلېگراممىسى)

تەسۋىر شەكلىدىكى مۇقەددىمىنى يازغاندا ئالدى بىلەن تەسۋىر ئىخچام بولۇشى، مۇۋاپىق بولۇشى، تەسۋىرلەنگەن ۋەقە مۇخبىر ئۆز كۆزى بىلەن كۆرگەن نەق مەيدان كۆرۈنۈشى بولۇشى كېرەك. ئۇنداق بولمىغاندا، پاكىت سۈنئىي، ساختا بولۇپ قالىدۇ.

بەشىنچى، مۇھاكىمە شەكلىدىكى مۇقەددىمە. بەزى مۇقەددىمىدە پاكىت بايان قىلىنغاندىن كېيىن، ئۇنىڭغا ئۇلاپلا ۋەقەگە قارىتا باھا بېرىلىدۇ، ئاخباراتلىق پاكىتنىڭ ئەھمىيىتى تېخىمۇ روشەن كۆرسىتىپ بېرىلىدۇ. مانا بۇ مۇھاكىمە ياكى ئوبزور شەكلىدىكى مۇقەددىمە دېيىلىدۇ. مەسىلەن:

«شىنخۇا ئاگېنتلىقى 1984 ـ يىلى 1 ـ ئاپرېل تېلېگراممىسى. بۈگۈن يېڭى جۇڭگو ئېلان قىلغان تۇنجى پاتېنت ھوقۇقى قانۇنى رەسمىي يولغا قويۇلدى. شۇنىڭ بىلەن ئېلىمىزدە ئەقلىي ئەمگەك نەتىجىلىرىگە ھەق بېرىلمەسلىكتەك تارىختا خاتىمە بېرىلگەنلىكى جاكارلاندى.»

بۇ مۇقەددىمىنىڭ ئاخىرقى جۈملىسى ھالقىلىق جاينى كۆرسىتىپ بېرىش رولىنى ئوينىغان بولۇپ، ئوقۇرمەنلەر ئۇنىڭدىن ئاخبارات پاكىتىدىكى تېخىمۇ كۆپ نەرسىلەرنى دەرھاللا چۈشىنىۋالالايدۇ.

ئالتىنچى، سوئال شەكلىدىكى مۇقەددىمە. بۇنىڭدا خەۋەر باشلىنىشى بىلەنلا مۇشتەرىلەر كۆڭۈل بۆلۈۋاتقان بىرەر ئۆتكۈر

مەسىلە ئوتتۇرىغا قويۇلۇپ، ئۇنىڭغا جاۋاب بېرىلىدۇ، ئوقۇرمەنلەر ئۇيغا سېلىنىدۇ. مەسىلەن:

«نېمە ئۈچۈن ھەر يىلى قىزىل رەقەم كۆرۈلىدۇ؟ بۇنىڭدىكى مۇھىم بىر سەۋەب، ئومۇمنىڭ كۆپلىگەن پۇلى يەپ ـ ئىچىشكە سەرپ قىلىنىۋاتقانلىقى، ھەتتا شەخسلەرنىڭ چۆنتىكىگە كىرىپ كەتكەنلىكىدە».

سوئال شەكلىدىكى مۇقەددىمىنى يازغاندا بىرىنچىدىن، ئامما كۆڭۈل بۆلىدىغان، بىلىشكە ئىنتىلىدىغان، ئەمما تېخى بىلەلمىگەن، شۇنداقلا ئاممىنىڭ تۇرمۇشى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك بولغان مەسىلىلەرنى ئوتتۇرىغا قويۇش كېرەك. ئىككىنچىدىن، سورىغان سوئالغا مۇخبىر ئۆزى دەرھال جاۋاب بېرىشى كېرەك. مۇقەددىمىدە سوئالنى جاۋابسىز قالدۇرۇشقا بولمايدۇ، چۈنكى مۇقەددىمىنىڭ ۋەزىپىسى ئوقۇرمەنلەرگە سوئال قويۇش ئەمەس.

يەتتىنچى، نەقىل كەلتۈرۈش شەكلىدىكى مۇقەددىمە. خەۋەردىكى ئاساسلىق شەخسنىڭ ئۆتكۈر ياكى يىغىنچاقلا ئىگە سۆزى خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسىدە نەقىل كەلتۈرۈلۈپ يېزىلغاندا، ئوقۇرمەنلەردە كۈچلۈك تەسرات پەيدا قىلغىلى بولىدۇ. مەسىلەن، 1991 ـ يىلى 14 ـ ئىيۇندىكى «شىنجاڭ گېزىتى» گە بېسىلغان «يەر تەۋرەش ئاپىتىگە تاقابىل تۇرۇش ئىگىنى كۈچەيتىپ، يەر تەۋرەش ئاپىتىدىن مۇداپىئە كۆرۈشكە دائىم تەييار تۇرايلى» دېگەن خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسى مۇشۇ خىل ئۇسۇلدا يېزىلغان:

«بەزى ئاممىا يەر تەۋرەش ئاپىتىنىڭ زىيىنىنى يەڭگىللىتىش تەقلىدىي مانېۋىرى ئۆتكۈزگەنلىك يەر تەۋرەش ئاپىتى يۈز بەرگەنلىك، دەپ قارايدۇ. بۇ، پۈتۈنلەي خاتا چۈشەنچە». بۇ سۆزنى

ئاپتونوم رايوننىڭ رەئىسى تۆمۈر داۋامەت 11 ـ ئىيۇندا ئاپتونوم رايون ۋە ئۈرۈمچى شەھىرى يەر تەۋرەش ئاپېتىنىڭ زىيىنىنى يەڭگىللىتىش تەقلىدىي مانېۋىرىغا سەپەرۋەر قىلىش يۈزىسىدىن ئاچقان كادىرلار يىغىنىدا تەكىتلىدى.»

نەقىل شەكلىدىكى مۇقەددىمە ئانچە كۆپ ئىشلىتىلمەيدۇ. چۈنكى، نەقىل كەلتۈرۈلىدىغان سۆز ناھايىتى جازىبىلىك بىلەن تاللانمىسا، مۇقەددىمە ھەرقانداق بىر شەكىلدىكى مۇقەددىمىدىنمۇ ناچار مۇقەددىمە بولۇپ قالىدۇ. گاھىدا بۇ خىل ئۇسۇلنى ھۇرۇن، تەييارتاپ مۇخبىرلار قوللىنىدۇ. شۇڭا، بۇنداق مۇقەددىمىنى يازغاندا مۇخبىر قاتتىق كاللا قاتۇرۇپ، ئوقۇرمەنلەرنى كۈچلۈك تارتىپ تۇرالايدىغان ۋە ھەيران قالدۇرالايدىغان ئالاھىدىلىككە ئىگە سۆزلەرنى تاللىشى لازىم. مىسال ئۈچۈن تۆۋەندىكى مۇقەددىمىنى كۆرۈپ ئۆتەيلى:

«ئۆلۈم نەقەدەر گۈزەل ـ ھە؟ — ل. خاردىن ئۈنئالغۇغا قاراپ كۆڭۈل سىرلىرىنى ئاشكارىلىماقتا، — يىگىرمە ياشقا تولغان چېغىڭدا بىرىنچى قېتىم ئۆلسەڭ تېخىمۇ شۇنداق، — ئىككى ئاي ئىلگىرى سۆڭەك راكى ئۇنى قاتتىق قىيىنىغاندا، ئۇ يۇقىرىقى سۆزنى ئېيتقانىدى. بۇ ياش ئانا ئۆتكەن يەكشەنبە كۈنى باللار دوختۇرخانىسىدا ئۇ ئالەمگە سەپەر قىلغاندا ئېرى جامىس بېشىدا قاراپ تۇراتتى.»

يۇقىرىدا بىرقانچە خىل مۇقەددىمە شەكلىنى تونۇشتۇردۇق. كۆرۈنۈپ تۇرۇپتۇكى، مۇقەددىمە يېزىش ئاسان ئەمەس، ياخشى مۇقەددىمە يېزىش تېخىمۇ ئاسان ئەمەس. بۇ مۇخبىرلاردىن ئەتراپلىق بىلىم سەۋىيەسى، قېتىرقىنىپ ئىزدىنىش روھى، بولۇپمۇ ئەستايىدىللىق پوزىتسىيەسى بولۇشنى تەلەپ قىلىدۇ. نۆۋەتتىكى مىللىي ئاخباراتچىلىقىمىزنىڭ ئەھۋالىدىن قارىغاندا،

خەۋەردە مۇقەددىمە يېزىقچىلىقىغا ئېتىبار بەرمەيدىغان ئەھۋال بىر قەدەر ئېغىر. تىل جەھەتتە قېلىپلىشىپ كەتكەن، شەكىل جەھەتتە بىر خىللاشقان مۇقەددىمىلەر گېزىت بەتلىرىدە ناھايىتى كۆپ ئۇچرايدۇ. بولۇپمۇ ھېچقانچە رەڭدارلىقى، ئۆزگىچىلىكى بولمىغان ئومۇملاشتۇرۇش شەكلىدىكى مۇقەددىمە بىزدە مەزمۇن ۋە ئەكس ئەتكۈزۈش ئۇسۇلى ئوخشاش بولمىغان ھەر خىل خەۋەرلەرنىڭ ھەممىسىگە قوماندانلىق قىلىدىغان «ھەممىباب» مۇقەددىمە بولۇپ قالدى. بۇنىڭ ئۇچۇن، مۇخبىرلىرىمىزدا پارتىيەنىڭ ئاخبارات ئىشلىرىغا، ئوقۇرمەنلەرگە مەسئۇل بولۇش پوزىتسىيەسى بولۇشى، يېڭىلىققا دادىل ئىنتىلىش، بۆسۈش روھى بولۇشى كېرەك.

ئالتىنچى پاراگراف خەۋەرنىڭ ئارقا كۆرۈنۈشى

ئاخبارات يېقىندا يۈز بەرگەن پاكىتنىڭ خەۋەر قىلىنىشى دېمەكتۇر. لېكىن، كۆپىنچە خەۋەرلەردە پاكىتلارنىڭ يېقىنقى ئۆزگىرىش ئەھۋالى يېزىلىپلا قالماستىن، بەزى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرىمۇ يېزىلىدۇ. ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرى نۇرغۇن خەۋەرلەردە مۇئەييەن ئورۇنغا ئىگە بولۇپ، ئۇ خەۋەرنىڭ كەم بولسا بولمايدىغان مەزمۇن تەركىبىدۇر.

خەۋەرنىڭ ئارقا كۆرۈنۈشى دېگىنىمىز ئاخباراتلىق ۋەقەگە مۇناسىۋەتلىك بولغان تارىخىي ماتېرىيال ۋە شارائىت ماتېرىياللىرىنى كۆرسىتىدۇ. ھەرقانداق ئاخبارات پاكىتى مۇئەييەن تارىخىي شارائىت ۋە مۇھىت ئىچىدە يۈز بېرىدۇ. زامان نۇقتىسىدىن ئېيتقاندا، ئاخباراتتا خەۋەر قىلىنىدىغىنى پاكىتلاردىكى ئەڭ يېڭى ئۆزگىرىش ئەھۋالىدۇر. ماكان نۇقتىسىدىن ئېيتقاندا، ئاخباراتتا خەۋەر قىلىنغان پاكىت بىر پۈتۈن ئوبيېكتىپ شەيئى ئىچىدىكى ئايرىملىق ۋە

قىسمەنلىكتۇر. ۋاھالەنكى، ئوبيېكتىپ شەيئى مۇستەقىل، يەككە ـ يېگانە مەۋجۇت بولۇپ تۇرالمايدۇ، ئۇنىڭ تەرەققىيات ۋە ئۆزگىرىشى ھەر خىل سەۋەب ـ نەتىجە مۇناسىۋىتىگە ئىگە بولىدۇ. ئۇ ئەتراپىدىكى شەيئىلەر بىلەن مۇئەييەن باغلىنىشتا بولىدۇ. ئاخبارات پاكىتىنىڭ مانا مۇشۇ تارىخىي شارائىتى ۋە مۇھىتى خەۋەرنىڭ ئارقا كۆرۈنۈشىنى تەشكىل قىلىدۇ.

نېمە ئۈچۈن خەۋەردە ئارقا كۆرۈنۈش تاپشۇرۇلىدۇ؟ بىرىنچىدىن، ئاخباراتتا خەۋەر قىلىنىدىغىنى ھامان يېڭى شەيئىلەر بولىدۇ. بۇ يېڭى شەيئىلەر مەلۇم جەھەتتىن كىشىلەرگە ناتونۇش بولغاچقا، ئۇنىڭغا زۆرۈر ئىزاھات ۋە چۈشەندۈرۈش بېرىش كېرەك. ئىككىنچىدىن، ئاخبارات مۇئەييەن بىر مەسىلىنى توغرا ئىزاھلاپ، توغرا ھەل قىلىپ بېرىشى، شۇ ئارقىلىق ئۆرنەكلىك، يېتەكچىلىك رولىنى جارى قىلدۇرۇشى كېرەك. بۇنىڭ ئۈچۈن، مەلۇم بىر يۈزەكى ھادىسىنى يەككە ـ يېگانە خەۋەر قىلىپ قويماستىن، بۇ ھادىسىنىڭ مەيدانغا كېلىش مۇھىتى ۋە تارىخىي شارائىتىنى تونۇشتۇرۇشقا توغرا كېلىدۇ. ئۇنداق بولمىغاندا خەۋەر مۇكەممەل بولماي قالىدۇ ـ دە، ئوقۇرمەنلەر ئۇنىڭدىن تېگىشلىك نەرسىنى ئۆگىنەلمەي قالىدۇ. بولۇپمۇ مەملىكىتىمىزنىڭ زېمىنى كەڭ، ھەرقايسى جايلارنىڭ تارىخى، جۇغراپىيەۋى شارائىتى ۋە تەرەققىيات ئەھۋالى ئوخشىمايدۇ. شۇنداق بولغاچقا، مەلۇم بىر تەجرىبە ياكى مۇۋەپپەقىيەت كونكرېت ئورۇن، ۋاقىت، ئوبيېكتىپ شارائىتتىن ئايرىۋېتىلىپ، نوقۇل سۇبيېكتىپ تىرىشچانلىق نۇقتىسىدىن خەۋەر قىلىنىلىدىكەن، ئەكس تەسىر كۆرسىتىپ، خىزمەتلەرنى زىيانغا ئۇچرىتىشى مۇمكىن، شۇڭلاشقا خەۋەرنىڭ ئارقا كۆرۈنۈشى نوقۇل يېزىقچىلىق ماھارىتى مەسىلىسى بولۇپلا قالماستىن، بەلكى خەۋەرنىڭ زۆرۈر تەركىبىي قىسمىدۇر.

خەۋەرلەردىكى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى تۆۋەندىكىدەك بىرقانچە خىل بولىدۇ:

1. سېلىشتۇرۇش خاراكتېرىدىكى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى.

بۇنداق ماتېرىياللار ئاخباراتلىق ۋەقە ياكى پاكىتنى تارىخىي چوڭقۇرلۇق نۇقتىسىدىن، كەڭلىك جەھەتتىن ۋە ئىجابىي، سەلبىي جەھەتتىن سېلىشتۇرۇپ، ئۇنىڭ مۇھىم ئەھمىيىتىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىدۇ ياكى مەركىزىي ئىدىيەنى مۇئەييەن جەھەتتىن شەرھلەش رولىنى ئۆتەيدۇ.

2. چۈشەندۈرۈش خاراكتېرىدىكى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى.

چۈشەندۈرۈش خاراكتېرىدىكى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى ئاخبارات پاكىتىنىڭ مەيدانغا كېلىش سەۋەبى، شارائىتى ۋە شەخسلەرنىڭ پائالىيىتىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىدىغان ماتېرىيال بولۇپ، ئۇ خەۋەرنىڭ مەزمۇنىنى چۈشىنىشكە ياردەم بېرىش، خەۋەرنىڭ ئەتراپلىق، چوڭقۇر بولۇشىنى ئىلگىرى سۈرۈش ھەمدە خەۋەرنىڭ ئەھمىيىتىنى ئېنىق، گەۋدىلىك كۆرسىتىپ بېرىش رولىنى ئوينايدۇ.

چۈشەندۈرۈش خاراكتېرىدىكى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرى تارىخىي ئارقا كۆرۈنۈش، جۇغراپىيەلىك ئارقا كۆرۈنۈش، شەخسلەر توغرىسىدىكى ئارقا كۆرۈنۈش ۋە شەيئى توغرىسىدىكى ئارقا كۆرۈنۈشتىن ئىبارەت تۆت خىل بولىدۇ.

بىرىنچى، تارىخىي ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى. تارىخىي ئارقا كۆرۈنۈش ئاخبارات پاكىتىنى سېلىشتۇرۇپ گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشتىن باشقا، دائىم ئاخبارات پاكىتىنى چۈشەندۈرۈش، شەرھلەشكە ئىشلىتىلىدۇ. مەسىلەن، 1985 ـ يىلى 18 ـ يانۋاردىكى «خەلق گېزىتى» گە بېسىلغان «جۇڭگو كوممۇنىستىك پارتىيەسى مەركىزىي كومىتېتى زۇنيى يىغىنىنىڭ ئەللىك يىللىقىنى خاتىرىلەش يىغىنى ئۆتكۈزدى» دېگەن خەۋەردە مۇنداق بىر ئابزاس بار:

«يېرىم ئەسىر ئىلگىرىكى 15 ـ يانۋاردىن 17 ـ يانۋارغىچە جۇڭگو كوممۇنىستىك پارتىيەسى مەركىزىي كومىتېتى قىزىل

ئارمىيە ئۆزۈن سەپەر داۋامىدا ئىشغال قىلغان زۇنيى شەھىرىدە سىياسىي بيۇرونىڭ كېڭەيتىلگەن يىغىنىنى چاقىردى. يىغىندا ئەينى ۋاقىتتىكى ھەل قىلغۇچ ئەھمىيەتكە ئىگە بولغان ھەربىي جەھەتتىكى ۋە تەشكىلىي جەھەتتىكى خاتالىق تۈزىتىلىپ، «سولچىل» لۇشيەنىنىڭ پارتىيە ئىچىدىكى ھۆكۈمرانلىقىغا خاتىمە بېرىلدى. يولداش ماۋ زېدۇڭ باشچىلىقىدىكى مەركەزنىڭ يېڭى رەھبەرلىكى باشلاندى. ئەڭ جىددىي پەيتتە پارتىيە ۋە قىزىل ئارمىيە قۇتۇلدۇرۇپ قېلىندى. بۇ پارتىيە ئىچىدىكى تارىخىي ئەھمىيەتلىك بۇرۇلۇش بولدى».

مانا بۇ تارىخىي ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى ئاخبارات پاكىتىنىڭ كېلىپ چىقىشىنى چۈشەندۈرۈپ، ئاخباراتلىق ۋەقەنىڭ ئەھمىيىتىنى كۆرسىتىپ بەرگەن.

ئىككىنچى، جۇغراپىيەلىك ئارقا كۆرۈنۈش. مەلۇم بىر رايوننىڭ ئۆزگىرىش ئەھۋالىنى خەۋەر قىلغاندا، ئاخبارات پاكىتىنىڭ ئەھمىيىتىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىش رولىغا ئىگە بولغان جۇغراپىيەلىك شارائىتى، ئالاھىدىلىكى قاتارلىق ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرىنى يېزىش خەۋەرنىڭ زۇرۇر مەزمۇنلىرىنى تولۇقلاش ۋە چوڭقۇرلاشتۇرۇش رولىنى ئوينايدۇ. مەسىلەن، «ئىستاتىستىكا جەدۋىلىدىن ئۆچۈرۈلگەن تۇر» سەرلەۋھىلىك خەۋەردە مۇنداق بىر ئابزاس بار:

«ئاقسۇ شەھەر رايونى ئەتراپىدىكى ئۇرۇمچى ـ قەشقەر تاشيولىنىڭ جەنۇبىغا، ئاقسۇ دەرياسىنىڭ شەرقىگە جايلاشقان بۇ مەيدان بەش كەنت، ئون ئىككى مەھەللە، ئۈچ مىڭ يەتتە يۈز ئەللىك تۆت نوپۇس، ئون بىر مىڭ مو تېرىلغۇ يەرگە ئىگە بولۇپ، كىشى بېشىغا توغرا كېلىدىغان تېرىلغۇ يەر ئۈچ موغىمۇ يەتمەيدۇ. مۇشۇنداق ئادىمى كۆپ، يېرى ئاز، ئۇنىڭ ئۈستىگە پۈتۈن شەھەرنى ئەلا سورتلۇق ئۇرۇقلۇق بىلەن تەمىنلەشنى

ئۈستىگە ئالغان بۇ مەيدان ئىلگىرى قۇم - بوران ئاپىتىنىڭ زىيىنى تۈپەيلىدىن ئىشلەپچىقىرىشنى يۈكسەلدۈرۈشتە ئېغىر توسقۇنلۇققا ئۇچراپ كەلگەنىدى. بوران ئاپىتى ئېغىر بولغان يىللىرى مەيدان بويىچە دېھقانچىلىق زىرائەتلىرىنىڭ يىگىرمە - ئوتتۇز پىرسەنتى زىيانغا ئۇچرايتتى.»

(«شىنجاڭ گېزىتى» 1991 - يىلى 12 - ئىيۇل)

مانا بۇ جۇغراپىيەلىك ئارقا كۆرۈنۈشنى بېرىپ، بۇ جايدىكى ئۆزگىرىش يېزىلغاندىن كېيىن، خەۋەردىكى پاكىتنىڭ ئەھمىيىتى تېخىمۇ يارقىن گەۋدىلىنىدۇ. مۇشۇ خىل شارائىت، مۇشۇ خىل مەسىلىگە دۇچ كەلگەن ئورۇنلار ئۇلارنىڭ تەجرىبىسىگە، نەتىجىسىگە قىزىقىدۇ.

ئۈچىنچى، شەخسلەر توغرىسىدىكى ئارقا كۆرۈنۈش. ئاخبارات خەۋەرلىرىدىكى ۋەقە بىلەن ئادەمنى ئايرىپ تاشلىغىلى بولمايدۇ. ھەرقانداق ۋەقە ئادەملەر ئارقىلىق ئېلىپ بېرىلىدۇ. خىلمۇخىل ئادەملەر دائىم خەۋەردىكى ئاساسىي رول ئوينىغۇچى بولىدۇ. خەۋەردىكى شەخسلەرنىڭ كېلىپ چىقىش تارىخى، سالاھىيەت ئالاھىدىلىكى، ئىجتىمائىي مۇناسىۋىتى قاتارلىقلار توغرىسىدىكى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرى خەۋەردە ئاخبارات پاكىتلىرىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىشتە ئالاھىدە ئەھمىيەتكە ئىگە. مەسىلەن، «شىنجاڭ گېزىتى» نىڭ 1991 - يىلى 19 - ئىيۇل سانىغا بېسىلغان «زەپەر ئابلىز دەرىجە ئاتلىتىپ دوتسېنتلىققا ئۆستۈرۈلدى» دېگەن خەۋەردە ئاخباراتلىق شەخسكە ئائىت مۇنداق بىر ئابزاس ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى بېرىلگەن:

«زەپەر ئابلىز ئۈنىۋېرسىتېتتا ئوقۇۋاتقان چاغلىرىدا كۆپ قېتىم ‹ئۈچتە ياخشى ئوقۇغۇچى›، ‹مۇنەۋۋەر ئىتتىپاق كادىرى› بولغان. 1983 - يىلى ئوقۇش پۈتكۈزۈپ مەكتەپتە قالغاندىن كېيىن، ئۇنىڭ ئىلمىي ماقالىسى شىنجاڭ ئۈنىۋېرسىتېتىنىڭ

3 ـ دەرىجىلىك پەن تەتقىقات مۇۋەپپەقىيىتى مۇكاپاتىغا ئېرىشكەن، 1985 ـ يىلى ياپونىيەنىڭ مېگشىڭ ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ ماگىستىرلىق ئىلمىي ئۇنۋانىنى ئېلىش ئۈچۈن ئوقۇۋاتقان مەزگىلىدە خىمىيە تەتقىقاتىغا دائىر ئالتە پارچە ئىلمىي ماقالە ئېلان قىلغان. ئۇنىڭ بەش پارچە ئىلمىي ماقالىسى مۇتەخەسسىسلەرنىڭ يۇقىرى باھاسىغا ئېرىشكەن، ئۆزى ياپونىيە خىمىيە ئىلمى جەمئىيىتىنىڭ ئەزاسى بولغان.»

يۇقىرىقى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى يىگىرمە توققۇز ياشلىق بۇ دوتسېنتنى ۋە بۇ ئاخباراتلىق پاكىتنىڭ ئەھمىيىتىنى چۈشىنىشتە مۇھىم رول ئوينايدۇ.

تۆتىنچى، شەيئى توغرىسىدىكى ئارقا كۆرۈنۈش. بۇ خىل ماتېرىيال مەلۇم بىر يېڭى شەيئى، يېڭى مۇۋەپپەقىيەتنىڭ ئەھمىيىتى، سىياسىي، ئىقتىسادىي قىممىتى، رولى توغرىسىدىكى چۈشەندۈرۈش، شۇنداقلا ئۇنىڭ ئەتراپىتىكى باشقا شەيئىلەر بىلەن بولغان مۇناسىۋىتى، ئۇلار ئوتتۇرىسىدا تۇتقان ئورنى ھەم ئۆزگىچە خاس ئالاھىدىلىكى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. بۇنداق ماتېرىياللار كۆپىنچە بىلىم خاراكتېرىگە ئىگە بولۇپ، ئوقۇرمەنلەر نەزەر دائىرىسىنى كېڭەيتىشتە ئالاھىدە ئەھمىيەتكە ئىگە.

3. ئىزاھلاش خاراكتېرىدىكى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى.

بۇ خىل ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى يېڭى مەھسۇلات ۋە ئۇلارنىڭ ئىقتىدار ئالاھىدىلىكى توغرىسىدىكى چۈشەندۈرۈش، پەن ـ تېخنىكا مۇۋەپپەقىيەتلىرى توغرىسىدىكى ئاممىباب تونۇشتۇرۇش، تېخنىكىلىق مەسىلە ۋە ئاتالغۇلار توغرىسىدىكى ئىزاھات، تارىخىي ماتېرىياللاردىكى بىلىم ۋە ئۆرپ ـ ئادەتلەر ھەققىدىكى تونۇشتۇرۇش قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ.

ئاخباراتنىڭ خەۋەر قىلىدىغان مەزمۇن دائىرىسى ناھايىتى كەڭ بولۇپ، دۇنيادىكى ئاجايىپ ـ غارايىپ ئىشلاردىن تارتىپ،

ئىشلەپچىقىرىش ۋە تۇرمۇشتىكى ھەربىر ساھە ئۇنىڭ دائىملىق ئوبيېكتى بولىدۇ. شۇڭا، ئۇنىڭ ئىچىدىكى بىر قىسىم مەزمۇنلارنى ئوقۇرمەنلەر تولۇق چۈشىنىپ كېتەلمەي قالىدۇ. بۇنداق ئەھۋال ئاستىدا مۇخبىر ئاممىباب ئىزاھلاپ، ئوقۇرمەنلەرگە ناتونۇش بولغان نۇقتىلاردا مۇناسىۋەتلىك بىلىم ۋە ماتېرىياللارنى تونۇشتۇرۇشى كېرەك. مەسىلەن، شىنخۇا ئاگېنتلىقى 1982 ـ يىلى تارقاتقان «دۇنيادىكى چوڭ مۆجىزىلەر» دېگەن خەۋەردە فرانسىيەنىڭ سابىق زۇڭتۇڭى شىراك شىئەندىكى چىن شىخۇاڭنىڭ قەبرىسىنى زىيارەت قىلغاندا، «ھازىر دۇنيادا يەتتە چوڭ مۆجىزە بار، چىن شىخۇاڭ لەشكەرلىرى ھەيكەللىرىنىڭ بايقىلىشىنى سەككىزىنچى چوڭ مۆجىزە دەپ ئاتىسا بولىدىكەن» دېگەن سۆزى يېزىلغاندىن كېيىن، دۇنيادىكى باشقا يەتتە مۆجىزە ھەققىدە ئىخچام ئىزاھاتلىق تونۇشتۇرۇش بېرىدۇ. بۇ ماتېرىيال ئوقۇرمەنلەرنىڭ بىلىش تەلىپىگە ئۇيغۇنلىشىپ، خەۋەرنى مۇكەممەللىككە ۋە قاتلاملىققا ئىگە قىلىدۇ.

ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ ھەرقاندىقىدا جەزمەن ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى بولۇش تەلەپ قىلىنمايدۇ. بەزى خەۋەرلەردە ئارقا كۆرۈنۈش بولمايدۇ. بەزىلىرىدە بولىدۇ. ئارقا كۆرۈنۈشنى يېزىشتىكى پرىنسىپ ۋە تەلەپ تۆۋەندىكىدەك بولىدۇ:

بىرىنچى، ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالىنى تاپشۇرۇشتا، خەۋەرنىڭ ئۆزىدىكى ئېھتىياجغا قاراش كېرەك. يەنى، ئۇ خەۋەر مەزمۇنىنىڭ كونكرېت ئىپادىلىنىش ئېھتىياجى ۋە ئوقۇرمەنلەرنىڭ بىلىش ئېھتىياجى تەرىپىدىن بەلگىلىنىشى كېرەك.

ئىككىنچى، ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى مەركىزىي ئىدىيەگە يېقىندىن ياندىشىشى، ئاخبارات پاكىتىنى تولۇق ئىپادىلەش ئۈچۈن خىزمەت قىلىشى كېرەك.

ئۈچىنچى، ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى بەك كۆپ بولۇپ

كەتمەسلىكى، ھالقىلىق مەسىلىلەرگە چېتىلىدىغان تېپىك ماتېرىياللار تاللىنىپ ئىخچام يېزىلىشى، نېگىزلىك بولۇشى كېرەك.

ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالىنىڭ خەۋەر قۇرۇلمىسىدا مۇقىملاشقان ئورنى يوق، ئۇنى خەۋەرنىڭ ئاخىرقى قىسمىغا ئورۇنلاشتۇرۇشقىمۇ، ئاساسىي گەۋدىسى ئىچىگە قويۇشقىمۇ، ھەتتا مۇقەددىمىسىدە بېرىشكىمۇ بولىدۇ. مەسىلەن، «شىنجاڭ گېزىتى» نىڭ 1991 ـ يىلى 22 ـ ئىيۇل سانىغا بېسىلغان بىر پارچە خەۋەرنىڭ ئارقا كۆرۈنۈشكە ئائىت ماتېرىيالى خەۋەرنىڭ مۇقەددىمىسىگە ئورۇنلاشتۇرۇلغان:

«شىنجاڭ نېفىتلىك ھۈنەر ـ سەنئەتتە تەتقىقات ئورنىنىڭ ياردەمچى ئىنژېنېرى شۆھرەت بۇنىڭدىن ئىككى يىل ئىلگىرى ئالىي مەكتەپنى پۈتكۈزۈپ يېڭىدىن خىزمەتكە چىققاندا، خەنزۇچىنى تولۇق بىلمىگەچكە، خىزمەتتە ناھايىتى قىينالغانىدى.»

ئومۇمەن قىلىپ ئېيتقاندا، ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالىنى خەۋەرنىڭ ئەمەلىي ئەھۋالى ۋە ئوبيېكتىپ ئېھتىياجىغا ئاساسەن، خەۋەرنىڭ ھەرقانداق بىر قىسمىغا جانلىق قىلىپ قىستۇرۇپ ئورۇنلاشتۇرۇشقا بولىدۇ.

توققۇزىنچى باب   ھەر خىل خەۋەرلەرنىڭ يېزىلىشى

ئاخبارات خەۋەرلىرىنىڭ ژانىر ۋە تۈرلىرى خىلمۇخىل بولىدۇ، خەۋەرلەرنى ئېلىپ ئېيتىدىغان بولساق، پاكىتنىڭ باي ۋە رەڭگارەڭلىكى ئۇنىڭ ژانىرلىرىنىڭ خىلمۇخىل بولۇشىنى بەلگىلىگەن. بىز ھەر خىل خەۋەرلەرنىڭ يېزىقچىلىقتىكى ئورتاق قانۇنىيەت ۋە تەلەپلىرى توغرىسىدا ئالدىنقى قىسىمدا توختىلىپ ئۆتتۇق. بۇنىڭدىن باشقا ھەربىر خەۋەرنىڭ كونكرېت يېزىقچىلىق تەلىپى ۋە ئىپادىلەش ئۇسۇلى جەھەتتە ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىكلىرى بولىدۇ. تۆۋەندە ھەر خىل خەۋەرلەرنىڭ يېزىقچىلىق ئالاھىدىلىكى توغرىسىدا توختىلىمىز.

بىرىنچى پاراگراف ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەر

ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەر يېقىندا يۈز بەرگەن ۋە يۈز بېرىۋاتقان ھەر خىل ۋەقە، پائالىيەتلەرنى ئەكس ئەتكۈزۈشنى ئاساس قىلىدىغان بىر خىل ئاخبارات شەكلىدىن ئىبارەتتۇر. ئۇ جەمئىيىتىمىزدە بارلىققا كەلگەن يېڭى شەيئى، يېڭى ئەھۋال، يېڭى نەتىجە، يېڭى مەسىلە، يېڭى كەيپىيات، يېڭى يۈزلىنىشلەرنى تېزلىك بىلەن ئەكس ئەتكۈزىدۇ. ئۇ گېزىت ۋە رادىيولىرىمىزدا ئەڭ كۆپ ئۇچرايدىغان بىر خىل خەۋەر تۈرى.

ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەرلەرنىڭ ئەكس ئەتكۈزىدىغان مەزمۇنى بىرقەدەر يەككە بولۇپ، ئۇنىڭدا ئاساسەن خەلقئارادىكى ۋە مەملىكىتىمىزدىكى مەلۇم بىر يېڭى يۈزلىنىش ھالىتى، مەسىلەن، خەلقئارادىكى مۇھىم ۋەقەلەر، چوڭ يىغىنلار،

رەھبەرلەر ۋە مەشھۇر زاتلارنىڭ پائالىيىتى، سانائەت، يېزا ئىگىلىكىدىكى تەرەققىيات قەدىمى، ھەر خىل ئىجادىيەت ـ كەشپىياتلار، ئەدەبىيات ـ سەنئەت، تەنتەربىيە پائالىيەتلىرى قاتارلىقلارنىڭ ھەممىسى ئەھۋال خەۋىرى شەكلىدە ئەكس ئەتكۈزۈلىدۇ. يېقىنقى يىللاردىن بۇيان گېزىت بەتلىرى ۋە رادىيو پىروگراممىلىرىدىكى خەۋەرلەرنىڭ سىغىمچانلىقىنى، ئۇچۇر مىقدارىنى ئاشۇرۇش ئۈچۈن قىسقا خەۋەرلەرنى يېزىش تەكىتلەندى. ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەر بۇ جەھەتتە روشەن ئەۋزەللىككە ئىگە، بۇ شەكىل ئارقىلىق ئەڭ يېڭى ئۆزگىرىش، ئەھۋاللارنى ۋاقىتچانلىقتا تولۇق ئېتىبار بەرگەن ئاساستا ئەڭ ئىخچام شەكىل ئارقىلىق ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىش مەقسىتىگە يەتكىلى بولىدۇ. ئۇنىڭدا يېڭى بىر ئەھۋال، يېڭى بىر يۈزلىنىشلا يېزىلىدىغان بولغاچقا، پاكىتلار بىۋاسىتە بايان قىلىنىدۇ، سەھىپىسى قىسقا بولىدۇ. ئوقۇرمەنلەر ئۇنىڭدىن ھەر تەرەپتىكى يېڭى ئۇچۇرلارغا تېز ئىگە بولالايدۇ.

ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەر ئەكس ئەتكۈزۈلگەن ۋەقەنىڭ ئالاھىدىلىكىگە قاراپ ئىككى خىلغا ئايرىلىدۇ. بىرى، يېقىندا يۈز بەرگەن يەككە ۋەقەلەر توغرىسىدىكى خەۋەر. بۇنداق ۋەقەلەرنىڭ ئۆزى ئادەتتە بىر شەيئىنىڭ مۇكەممەل تەرەققىيات جەريانىدىن ئىبارەت بولۇپ، ئۇنىڭ داۋاملىششچانلىقى بولمايدۇ. خەۋەردە شۇ بىر ۋەقە يىغىنچاقلىنىپ بايان قىلىنىدۇ. مەسىلەن، «شاڭخەيدىكى ئەڭ ئاخىرقى ئىككى قول ھارۋىسى مۇزېيغا كىرگۈزۈلدى». يەنە بىرى، ئۆزگىرىۋاتقان، داۋاملىشىۋاتقان ۋەقە توغرىسىدىكى خەۋەر، يەنى «چاتما خەۋەر» بولۇپ، ئۇنىڭدا ۋەقە تەرەققىياتىنىڭ مەلۇم بىر باسقۇچىدىكى ئەھۋاللار ئايرىم ـ ئايرىم خەۋەر قىلىنىدۇ. مەسىلەن، 1991 ـ يىلى يازدا ئېلىمىزنىڭ جېجياڭ، ئەنخۇي قاتارلىق ئۆلكىلىرىدە يۈز بەرگەن قاتتىق سۇ ئاپىتى توغرىسىدىكى خەۋەرلەر.

جەمئىيەتتە ھەر كۈنلۈكى خىلمۇخىل ئەھۋال ۋە ۋەقەلەر يۈز

209

بېرىپ تۇرىدۇ. بۇنى قانداق قىلغاندا ياخشى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىش مەقسىتىگە يەتكىلى بولىدۇ؟ ھالقىلىق مەسىلە — مۇخبىرلاردا ئاخبارات سەزگۈرلۈكى بولۇشى، بۇ خىل خەۋەر شەكلىنىڭ ئالاھىدىلىكى ۋە قانۇنىيىتىنى ياخشى ئىگىلىشى كېرەك.

1. يېڭى ئەھۋال، يېڭى يۈزلىنىشنى تۇتۇشقا ماھىر بولۇش كېرەك.

ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەرلەردە ئەكس ئەتكۈزۈلگەن ئەھۋاللار ھېچقانداق يېڭى ئۇچۇرنى، يېڭى ئالاھىدىلىكنى ئۆز ئىچىگە ئالمىغان كۈندىلىك تۇرمۇش ۋە خىزمەتلەردىكى ئادەتتىكى پائالىيەت بولماستىن، بەلكى يېڭى مەزمۇنغا ئىگە بولغان، خەلقنىڭ تۇرمۇش ۋە خىزمىتىگە مەدەت بېرەلەيدىغان ئەھمىيەتلىك ئاخبارات پاكىتلىرى بولۇشى كېرەك. بۇنىڭ ئۈچۈن، مۇخبىرلار كۈچلۈك ئاخبارات سەزگۈرلۈكىنى ئىشقا سېلىپ، ھەقىقىي خەۋەرلىك قىممىتىگە ئىگە ۋەقە، ئەھۋاللارنى تېز ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشى كېرەك.

كۆپىنچە ھاللاردا ئايرىم ۋەقە ۋە يۈزلىنىشلەرنىڭ خەۋەرلىك قىممىتى ھەم ئەھمىيىتى ئۆزىدىنلا مەلۇم بولۇپ تۇرىدۇ. مەسىلەن، پارتىيە ۋە ھۆكۈمەتنىڭ مۇھىم يىغىنلىرى، ئۇشتۇمتۇت يۈز بەرگەن زور ۋەقەلەر، چوڭ كۆلەملىك مۇھىم پائالىيەتلەر، پەن ـ تېخنىكا تەتقىقاتىدىكى بۆسۈش خاراكتېرلىك كەشپىيات قاتارلىقلار. بۇنداق روشەن يېڭىلىق ئەھمىيىتىگە ئىگە نەرسىلەرنى مۇخبىرلار ئاسانلا بايقىيالايدۇ. لېكىن، بۇنداق زور ئەھمىيەتكە ئىگە ۋەقە ھەم پائالىيەتلەر ھەر كۈنلۈكى بولىۋەرمەيدۇ. بۇنىڭ ئۈچۈن مۇخبىرلار كۈندىلىك رېئال تۇرمۇشتىكى ھادىسىلەرنى ئىنچىكىلىك بىلەن كۆزىتىپ، ئۇنىڭدىن ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە يېڭى خەۋەرلەرنى تېپىپ چىقىشقا ماھىر بولۇشى كېرەك.

2. ھەر خىل يىغىنلاردىن يېڭى ئەھۋاللارنى بايقاشقا ماھىر

بولۇش كېرەك.

يىغىن خەۋەرلىرى ئادەتتە ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەرلەرگە كىرىدۇ. بىز يىغىنلارنى خەۋەر قىلغان ۋاقتىمىزدا يىغىنلاردىن مۇھىم يۈزلىنىش خاراكتېرلىك ئەھۋاللارنى بايقاپ، بىرقەدەر زور ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە ئىشلارنى گەۋدىلىك ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشكە تىرىشىشىمىز كېرەك. دەرۋەقە، مۇھىم سىياسىي ئەھمىيەتكە ئىگە بولغان مەملىكەت خاراكتېرلىك ۋە ئاپتونوم رايون دەرىجىلىك يىغىنلار تولۇق، ئەتراپلىق خەۋەر قىلىنىدۇ. شۇنداقتىمۇ، يەنە بۇ يىغىنلارنىڭ ئالاھىدىلىكىنى ھەرقايسى تەرەپلەردىن ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشكە دىققەت قىلىش لازىم. بىزدە ئادەتتىكى خىزمەت يىغىنلىرى ۋە كەسپىي يىغىنلار ناھايىتى كۆپ ئېچىلىدۇ. بۇ يىغىنلارنى يىغىن كۈنتەرتىپى بويىچە يېپىدىن يىڭنىسىغىچە يېزىش ھاجەتسىز. ئۇنىڭدىن يېڭى ۋە ئەھمىيەتلىك بولغان، ئوقۇرمەنلەر ئەڭ كۆڭۈل بۆلىدىغان تېما ھەم پاكىتلارنى تاللاپ خەۋەر قىلىش كېرەك. چۈنكى، ئوقۇرمەنلەرنىڭ كۆڭۈل بۆلىدىغىنى ئادەتتە قانداق يىغىننىڭ ئېچىلىشى ۋە يىغىننىڭ كۈنتەرتىپى بولماستىن، بەلكى قانداق ئەھمىيەتلىك ئىشلارنىڭ بولغانلىقى، قانداق مەسىلىلەرنىڭ ھەل قىلىنغانلىقى بولىدۇ. مەسىلەن، «ئاپتونوم رايونلۇق كادىرلار خىزمەت يىغىنىدا مۇنۇلار تەكىتلەندى» دېگەن خەۋەردە، «ھازىردىن باشلاپ ھەر دەرىجىلىك مەمۇرىي ئورگانلاردا ئىشتات كۆپەيتىلمەيدىغانلىقى، يېڭى ئورگان تەسىس قىلىنمايدىغانلىقى، ھازىر بار ئورگانلارنىڭ دەرىجىسى ئۆستۈرۈلمەيدىغانلىقى، ئاپپاراتلار ئىخچاملىنىپ، ئادەم كۆپ بولۇش، ئىش ئاز بولۇشتەك ھالەت تەدرىجىي ئۆزگەرتىلىدىغانلىقى» دىن ئىبارەت مۇھىم ئۇچۇر گەۋدىلىك خەۋەر قىلىنغان. يىغىندا قانداق دوكلاتلارنىڭ بېرىلگەنلىكى، قانداق رەھبەرلەرنىڭ قاتناشقانلىقى ۋە قانداق كۈنتەرتىپ بويىچە ئۆتكۈزۈلگەنلىكى بولسا نەزەردىن ساقىت قىلىنغان. ئوقۇرمەنلەرنى قىزىقتۇرالمايدىغان نەرسىلەرنى

قالدۇرۇپ، ئاساسىي نۇقتىنى گەۋدىلەندۇرۇپ بېرىشتەك بۇ خىل ئۇسۇل يىغىن مەزمۇن قىلىنغان ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەرلەرنىڭ ئۈنۈملۈك ئىپادىلەش ئۇسۇلىدۇر.

3. ئۆزۈكسىز خەۋەر قىلىش شەكلى ئارقىلىق ئەھۋاللارنى ئەكس ئەتكۈزۈش كېرەك.

ئۆزۈكسىز خەۋەر قىلىش مەلۇم بىر زور ۋەقە، مەلۇم بىر شەيئىنىڭ تەرەققىيات جەريانىدىكى ھەربىر باسقۇچ، ھەربىر مەزمۇنغا ئاساسەن ئايرىم ـ ئايرىم خەۋەر بېرىش بولۇپ، ئۇ چاتما خەۋەر، يەنى سىجىل خەۋەر دەپمۇ ئاتىلىدۇ. بۇ شەيئىلەرنىڭ تەرەققىياتى ۋە ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنىڭ قانۇنىيىتىگە تولىمۇ ئۇيغۇن كېلىدىغان ئۇسۇل. خەۋەرنىڭ ئەڭ تۈپكى ئالاھىدىلىكلىرىدىن بىرى، ئۇ مۇكەممەل بولۇشنى مۇتلەق ئۆلچەم قىلمايدۇ. مۇخبىرلار تارىخقا ئوخشاش يۈرۈشلەشكەن مۇكەممەل تۈستە ئەمەس، بەلكى ھاياتنىڭ تەرەققىيات ئەھۋالى بويىچە خەۋەر يازىدۇ. مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، ھەربىر پارچە خەۋەر خۇددى كىنو فىلىملىرىدىكى مونتاژلىق كۆرۈنۈشلەرگە ئوخشايدۇ. ئۇ ئوقۇرمەنلەرگە ھاياتلىق ھەرىكىتى ۋە تەرەققىياتىنى نامايان قىلىپ بېرىدۇ. ئۇلارغا ئۆزۈكسىز يېڭىلىق بېغىشلايدۇ.

ئۆزۈكسىز خەۋەر قىلىشنىڭ شەكىللىرى خىلمۇخىل بولىدۇ. مەسىلەن، زور ۋەقە ۋە مەخسۇس مەسىلىلەر توغرىسىدىكى خەۋەر؛ مەلۇم بىر ھەل قىلغۇچ سىياسەت توغرىسىدىكى خەۋەر؛ نۇقتىلىق قۇرۇلۇشلار توغرىسىدىكى خەۋەر؛ مۇھىم ئىلغار شەخس ۋە ئىلغار ئورۇنلار توغرىسىدىكى خەۋەر؛ تەبىئىي ئاپەت ۋە ۋەقەلەر توغرىسىدىكى خەۋەر؛ تەنقىد خاراكتېرلىك خەۋەر قاتارلىقلار. مەيلى قايسى خىل شەكىلدىكى ئۆزۈكسىز خەۋەر قىلىش بولسۇن، مۇخبىرلار بۇنىڭدا خۇددى ئىز قوغلاپ ماڭغۇچى يېنىك ئاتلىق ئەسكەرگە ئوخشاش يېڭى ئۆزگىرىش، يېڭى تەرەققىيات ئەھۋاللىرىنى ئاختۇرۇپ تېپىپ،

ئۇنىڭ ئاخباراتلىق قىممىتىگە ھۆكۈم قىلغان ھامان ئىككىلەنمەستىن خەۋەر قىلىشى لازىم. مەسىلەن، «شىنجاڭ گېزىتى»نىڭ 1988 ـ يىلى 19 ـ سېنتەبىر سانىغا بېسىلغان «بۇ شىركەتلەرنىڭ خىمىيەۋى ئوغۇتنى قولدىن ـ قولغا ئۆتكۈزۈپ ھايىنىغا سېتىپ، دېھقانلارنى زىيانغا ئۇچرىتىش ھەرىكىتىگە قاراڭ» دېگەن خەۋەر بىلەن «دېھقانچىلىق ماددىي ئەشيالىرىنىڭ باھاسىنى ئۆستۈرۈش شامىلى نەدىن چىقتى؟ بۇ شامال ھايانكەشلىك بىلەن شۇغۇللانغان ھۆكۈمەت ئورۇنلىرىدىن چىقتى» دېگەن ئىككى پارچە خەۋەردە دېھقانلارغا جىددىي ئېھتىياجلىق بولغان بىر تۈركۈم خىمىيەۋى ئوغۇت يېرىم يىلدا قولدىن ـ قولغا ئۆتۈپ، بەش ـ ئالتە ئورۇننى چۆرگۈلەپ، ئىككى قېتىم يۇقىرى باھادا ھايىنىغا سېتىلىپ، ئاخىر سودا ـ سانائەت مەمۇرىي باشقۇرۇش ئورۇنلىرىنىڭ قولىغا چۈشكەنلىك ئەھۋالى ئىز قوغلاپ يېزىلىپ، بەزى ئورۇنلارنىڭ ھايانكەشلىك بىلەن شۇغۇللىنىپ، دېھقانلارنى زىيانغا ئۇچراتقانلىق ئەھۋالى پاش قىلىنغان. بۇ ئىككى چاتما خەۋەر ۋەقەنىڭ ماھىيىتىنى قەدەممۇقەدەم چوڭقۇرلاپ ئېچىپ تاشلاپ، ئوقۇرمەنلەردە چوڭقۇر تەسىرات قالدۇرغان ھەم بىر قەدەر ياخشى تەشۋىقات ئۈنۈمىگە ئېرىشكەن.

ئەھۋاللارنى ئۈزۈكسىز خەۋەر قىلىش ئۇسۇلى تۆۋەندىكىدەك بىر قانچە ئەۋزەللىكلەرگە ئىگە:

بىرىنچى، شەيئىلەرنىڭ تەرەققىيات جەريانىنى ئايرىم ـ ئايرىم يېزىش ئارقىلىق، ئوقۇرمەنلەرنى يېڭى يۈزلىنىش، يېڭى ئەھۋاللار بىلەن تەمىنلىگىلى، نەق پاكىتلار ئارقىلىق شەيئىلەرنىڭ ھەقىقىي قىياپىتىنى ۋە مۇقەررەر يۈزلىنىشىنى كۆرسىتىپ بەرگىلى بولىدۇ.

ئىككىنچى، خەۋەرنى تەدرىجىي چوڭقۇرلاشتۇرۇپ، ۋەقەنىڭ ئىچكى قاتلىمىغا چوڭقۇرلاپ كىرگىلى بولىدۇ.

ئۈچىنچى، ئوقۇرمەنلەرنىڭ مەلۇم بىر ۋەقە تەرەققىياتىغا

قىزىقتۇرۇپ، خەۋەرنىڭ جەلپ قىلىش كۈچىنى ئاشۇرغىلى بولىدۇ.

تۆتىنچى، مەلۇم بىر شەيئى ۋە ۋەقەنى ئوخشاش بولمىغان نۇقتىلاردىن يورۇتۇپ، خەۋەرنىڭ ئۇچۇر مىقدارىنى ئاشۇرغىلى ۋە تەربىيەۋى ئەھمىيەتلىك مەزمۇنلارنى كېڭەيتكىلى بولىدۇ.

بەشىنچى، مۇخبىرلارنىڭ تېز، ئىخچام، دەل خەۋەر بېرىش ئىستىلى ۋە ئىقتىدارىنى يېتىلدۇرۇپ، ئۇلارنىڭ ئوقۇرمەنلەر ۋە خەۋەر ئوبيېكتىغا بولغان مەسئۇلىيەتچانلىق تۇيغۇسىنى كۈچەيتكىلى بولىدۇ.

يىغىپ ئېيتقاندا، ئەھۋاللارنى ئۈزۈكسىز خەۋەر قىلىشتا، ھەربىر پارچە خەۋەردە يېڭى ئۆزگىرىش، يېڭى ئەھۋال ۋە ئۇچۇرلار بولۇشقا، شەيئىلەرنىڭ ھەربىر باسقۇچتىكى تەرەققىيات ئالاھىدىلىكىنى روشەن گەۋدىلەندۈرۈشكە، قەدەممۇقەدەم چوڭقۇرلاشتۇرۇشقا دىققەت قىلىش كېرەك.

ئىككىنچى پاراگراف ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەر

ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەر — بىر مەركىزىي ئىدىيەنى چۆرىدىگەن ھالدا مەلۇم بىر ئورۇن، مەلۇم بىر ساھەدىكى بىر مەزگىللىك ئەھۋال، نەتىجە، يۈزلىنىش ۋە مەسىلىلەرنى ئومۇملاشتۇرۇپ ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىدىغان خەۋەر شەكلىدۇر.

ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەردە ئەھۋال تۇغرىسىدىكى خەۋەرگە ئوخشاش بىرلا ۋەقە يەككە ھالدا خەۋەر قىلىنمايدۇ، بەلكى ئوخشاش بولمىغان ۋاقىت، ئوخشاش بولمىغان ئورۇندىكى خىلمۇخىل ۋەقەلەر يىغىنچاقلىنىپ، روشەن بىر مەركىزىي نۇقتا گەۋدىلەندۈرۈلىدۇ. ئۇنىڭدا ۋاقىت ۋە ئورۇن مۇھىم ئورۇندا تۇرمايدۇ. پاكىتلارنىڭ تىپىك ھەم يېڭى بولۇشى بۇ خىل خەۋەرلەرنىڭ مۇھىم قىممەت ئامىلى قىلىنىدۇ.

ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەرلەرنىڭ مەزمۇن دائىرىسى كەڭ، ۋەقەلەر كۆپ بولىدىغان بولغاچقا، ئۇ يېتەرلىك ماتېرىيال بولۇشنى تەلەپ قىلىدۇ. كۆپىنچە ھاللاردا مۇخبىرلار بىرقەدەر ئۇزاق ۋاقىت ئىچىدە مەلۇم بىر مەسىلىنى كۆزىتىش، تەھلىل قىلىش، تەتقىق قىلىش ئارقىلىق ئەتراپلىق ماتېرىيال ئىگىلەيدۇ. شۇ ئاساستا شەيئىلەرنىڭ ماھىيىتى ۋە تەرەققىيات قانۇنىيىتى توغرىسىدا يېڭى مەسىلىلەرنى، يېڭى كۆزقاراشلارنى ئوتتۇرىغا قويۇپ، شەيئىلەر توغرىسىدا ئوقۇرمەنلەر بىرقەدەر مۇكەممەل بولغان تەسىراتنى بېرىدۇ. ئىپادىلەش ئۇسۇلى ۋە شەكلى جەھەتتە ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەر ۋەقە خاراكتېرلىك خەۋەرلەرگە قارىغاندا ئەركىن ھەم جانلىقراق بولىدۇ. ۋەقە خاراكتېرلىك خەۋەرلەردە ئاخبارات يېزىقچىلىقىدىكى ئايرىم پرىنسىپلارغا جەزمەن ئەمەل قىلىش تەلەپ قىلىنىدۇ. مەسىلەن، ئاخباراتنىڭ بەش ئامىلى ئەڭ مۇھىم، گەۋدىلىك بولغان پاكىتلارنى ئالدىغا قويۇپ يېزىش، مۇھاكىمىدىن ساقلىنىش، ئومۇملاشتۇرۇش خاراكتېرىدىكى مۇقەددىمىلەرنى ئىشلىتىش قاتارلىقلار. بۇ تەلەپلەر ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەرلەردە جەزمەن شۇنداق قىلىش تەلەپ قىلىنمايدۇ. ئۇنىڭدا خەۋەر قىلىنىدىغان مەزمۇن ئالاھىدىلىكىگە ئاساسەن كۆپ خىل ۋە جانلىق ئىپادىلەش شەكلىنى قوللىنىشقا بولىدۇ.

ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەر يۇقىرىقىدەك ئالاھىدىلىكلەرگە ئىگە بولغاچقا، ئۇنىڭدا بىر مەركىزىي ئىدىيەنى يادرو قىلغان ئاساستا بىر رايون، بىر ساھەدىكى مۇئەييەن بىر ۋاقىت ئىچىدە يۈز بەرگەن ۋەقە، ئۆزگىرىشلەرنى، يېڭى يۈزلىنىشلەرنى يىغىنچاق ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشكە قولايلىق يارىتىلىدۇ. كىشىلەر ئۇنىڭدىن شەيئىلەر تەرەققىياتىنىڭ كۆلىمىنى ۋە ئومۇمىي ۋەزىيەتنى ئېنىق كۆرۈۋالالايدۇ.

بۇ خىل خەۋەردىكى ئومۇملاشتۇرۇش ئۇسۇلى ئىككى خىل بولىدۇ. بىرى، كەڭلىك جەھەتتىن (تۇز سىزىق بويىچە)

ئومۇملاشتۇرۇش؛ يەنە بىرى، چوڭقۇرلۇق جەھەتتىن (تىك سىزىق بويىچە) ئومۇملاشتۇرۇش.

1. كەڭلىك جەھەتتىن ئومۇملاشتۇرۇش.

بۇ بىر قىسىم رايون، بىر قىسىم تارماقلارنىڭ مەلۇم بىر خىزمەتنى قانات يايدۇرۇش ئەھۋالى، مەلۇم بىر ھەرىكەتتە قولغا كەلتۈرگەن نەتىجىلىرى قاتارلىقلارنى ئومۇملاشتۇرۇپ، ئومۇمىي قىياپەتنى ئەكس ئەتتۈرۈش ئۇسۇلىنى كۆرسىتىدۇ. بۇ خىل ئۇسۇلنى قوللانغاندا دائىرە بويىچە يېزىشقىمۇ بولىدۇ. مەسىلەن، ئاپتونوم رايون بويىچە ئېلىپ بېرىلىدىغان مىللەتلەر ئىتتىپاقلىقى تەربىيەسى ئېيى پائالىيىتىنىڭ ئەھۋالىنى ئومۇمىيۈزلۈك تونۇشتۇرۇپ بولغاندىن كېيىن، ھەرقايسى ۋىلايەت، ئوبلاست، شەھەرلەردىكى مۇناسىۋەتلىك ئەھۋاللارنى نۇقتىلىق ھالدا ئايرىم ـ ئايرىم يېزىشقا بولىدۇ. يەنە بىرى، تۈرلەر بويىچە يېزىشقىمۇ بولىدۇ. مەسىلەن، خەلق ئاممىسىنىڭ مەلۇم بىر زور سىياسىي ۋەقە، مەلۇم بىر ئالاھىدە ئەھمىيەتلىك قارارغا بولغان ئىنكاسىنى ئەكس ئەتتۈرمەكچى بولغاندا، جەمئىيەتتىكى ھەرقايسى قاتلاملار بويىچە ۋەكىل خاراكتېرلىك ئادەملەرنىڭ ئىنكاسلىرىنى ئايرىم ـ ئايرىم قىلىپ يېزىشقا بولىدۇ. مىللىي ئاخباراتچىلىقىمىزدا كۆپرەك قوللىنىلىدىغان ئۇسۇل ـ مەسىلىلەر بويىچە ئومۇملاشتۇرۇپ يېزىش، يەنى بۇنىڭدا مەلۇم بىر رايون، مەلۇم بىر تارماقنىڭ مەلۇم جەھەتتە ئىشلىگەن خىزمىتى ۋە پائالىيىتىدىكى نەتىجىلەر كەڭلىك ھەم چوڭقۇرلۇق جەھەتتىن بىر ـ بىرىگە ئالاقىدار بولغان ھەم بىر ـ بىرىگە ئانچە چېتىلمايدىغان مەسىلىلەر بويىچە ئەكس ئەتتۈرۈلىدۇ. مەسىلەن، «شىنجاڭ گېزىتى»گە بېسىلغان «ئاپتونوم رايونىمىزدىكى رېۋىزىيە تارماقلىرى ئۆز رولىنى جارى قىلدۇرماقتا» دېگەن خەۋەر رايونىمىزنىڭ رېۋىزىيە خىزمىتىدە قولغا كەلتۈرگەن نەتىجىلىرىنى «ناھىيەدىن يۇقىرى دەرىجىلىك رېۋىزىيە ئاپپاراتلىرىنى تەشكىللەپ قۇرۇش خىزمىتى ئاساسىي

جەھەتتىن ئورۇنلاندى»، «چەت ئەللەرگە چېتىشلىق ئىقتىسادىي توختاملار ئېنىقلىنىپ بىر تەرەپ قىلىندى»، «بىر تۈركۈم قانۇن - ئىنتىزامغا خىلاپلىق قىلىش دېلولىرى تەكشۈرۈلدى ۋە بىر تەرەپ قىلىندى»، «پاش قىلىش، مەلۇم قىلىش مەركىزى قۇرۇلۇپ، خەلق پاش قىلىش تۈزۈمى ساغلاملاشتۇرۇلدى» دېگەن مەسىلىلەر بويىچە ئومۇملاشتۇرۇپ ئەكس ئەتكۈزۈپ بەرگەن.

كەڭلىك جەھەتتىن ئومۇملاشتۇرۇش ئۇسۇلى بويىچە يازغاندا، خەۋەرنىڭ ماتېرىياللار تىزمىسىغا ئايلىنىپ قېلىشىدىن ساقلىنىش كېرەك. خىلمۇخىل تەرەپتىن ئېلىنغان خام ماتېرىياللار ئاساسىدا مۇخبىر ۋە مۇھەررىر تەھلىل ۋە تەتقىق قىلىپ، ئەڭ گەۋدىلىك، ئەڭ ھالقىلىق نەرسىلەرنى تاللاپ چىقىپ، شەيئىنىڭ ئاساسىي تەرەپتىكى ئالاھىدىلىكىنى ۋە ماھىيىتىنى ئومۇملاشتۇرۇپ كۆرسىتىپ بېرەلىشى لازىم. مەسىلەن، ئاپتونوم رايونلۇق ئىتتىپاق كومىتېتىنىڭ مۇئاۋىن شۇجىسى، شاڭخەيلىك زىيالىي ياش ياڭ يۈكچىڭنىڭ ئۆزى تەلەپ قىلىپ ئىشلەپچىقىرىشنىڭ بىرىنچى سېپىگە قايتقانلىقى توغرىسىدىكى خەۋەر ئېلان قىلىنغاندىن كېيىن، مەملىكەتنىڭ ھەرقايسى جايلىرىدىكى ياشلار ئۇنىڭغا خەت يېزىپ، ئۇنىڭدىن ئۆگىنىدىغانلىقى ۋە ئۆزلىرىنىمۇ چېگرا رايونغا بېرىشنى تەلەپ قىلىدىغانلىقلىرىنى ئىپادىلەيدۇ. شىنخۇا ئاگېنتلىقى بۇ خەتلەرنى ئومۇملاشتۇرۇپ، «ياشلىق باھارىنى چېگرا رايون قۇرۇلۇشىغا بېغىشلاش» دېگەن خەۋەرنى تارقىتىدۇ. خەۋەردە ئالدى بىلەن ئومۇمىي ئەھۋال قىسقىچە تونۇشتۇرۇلغاندىن كېيىن، ئوتتۇرا مەكتەپ ئوقۇغۇچىلىرى، شەھەردىكى زىيالىي ياشلار، كەسىپ ئالماشتۇرغان ھەربىيلەر ئىچىدىكى ياشلاردىن كەلگەن يەتتە پارچە خەتنىڭ مەزمۇنى ئىخچام خەۋەر قىلىندۇ. بۇ خەۋەردىكى شەخسلەر ۋەكىل خاراكتېرىگە ئىگە بولۇپلا قالماستىن، خەتلەرنىڭ مەزمۇنىمۇ ئۆزگىچە ئالاھىدىلىككە ئىگە بولغاچقا، ئەينى ۋاقىتتىكى ھەر ساھە ياشلىرىنىڭ ئۆزلىرىنى ۋەتەن قۇرۇلۇشىغا بېغىشلاشتەك ئارزۇسى ۋە ئىرادىسىگە زور

ئىلھام بېرىدۇ.

كەڭلىك جەھەتتىن ئومۇملاشتۇرۇش ئۇسۇلى بويىچە يېزىلىدىغان خەۋەرلەرنىڭ بەزىلىرىنى مۇخبىرلار ئۆزى ئەتراپلىق ماتېرىيال ئىگىلەش ئاساسىدا يېزىپ چىقىدۇ، بەزىلىرىنى تەھرىر بۆلۈملىرى ئوخشاش بولمىغان جايلاردىن ئەۋەتىلگەن بىر خىل تېمىدىكى خەۋەرلەرنى يىغىنچاقلاپ بېرىدۇ.

2. چوڭقۇرلۇق جەھەتتىن ئومۇملاشتۇرۇش.

بۇ مەلۇم بىر ئورۇننىڭ بىر مەزگىللىك خىزمەت جەريانىدا قولغا كەلتۈرگەن نەتىجىلىرىنى ۋە مەلۇم بىر زور ۋەقەنى ئومۇملاشتۇرۇپ ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشنى كۆرسىتىدۇ. ئۇ خىزمەتلەردىكى سەۋەب ـ نەتىجە ئامىللىرىنى، ۋەقەنىڭ تەرەققىيات ۋە ئۆزگىرىش ئەھۋاللىرى قاتارلىقلارنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. بۇنىڭدا مۇخبىر سېلىشتۇرۇش ۋە ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرىنى ئىشلىتىش ئارقىلىق تەدرىجىي چوڭقۇرلاپ، ئاخبارات پاكىتلىرىنى شەرھلەيدۇ. بۇ خىل ئۇسۇلدا يېزىلغان خەۋەرنىڭ ۋاقىت تەرتىپى ۋە لوگىكىلىق تەرتىپى بىرقەدەر ئېنىق بولىدۇ. يېزىش ئۇسۇلى جەھەتتە بەزىلىرى مەسىلىلەرگە بۆلۈنۈپ، ماددىلار بويىچە قاتلامۇقاتلام چوڭقۇرلاپ يېزىلىدۇ. بەزىدە سەۋەب ـ نەتىجە مۇناسىۋىتى بويىچە يېزىلىدۇ. يەنى، ئاۋۋال مۇۋەپپەقىيەتلەر يېزىلىپ، كېيىن بۇ مۇۋەپپەقىيەتلەرنىڭ قولغا كېلىشىدىكى سەۋەبلەر تەھلىل قىلىنىدۇ ياكى بۇ مۇۋەپپەقىيەتلەرنىڭ قانداق مەسىلىلەرنى چۈشەندۈرۈپ بېرىدىغانلىقى شەرھلىنىدۇ. مەسىلەن، تۆۋەندىكى بىر پارچە خەۋەرنى كۆرۈپ باقايلى:

«شىنجاڭ كومبايىن زاۋۇتى ئىگىلىك باشقۇرۇش ئۇسۇلىنى ئۆزگەرتىپ ئىچكى ئۆلكىلەردە بازار تاپتى

ئاپتونوم رايونىمىزدىكى بەزى زاۋۇتلار مەھسۇلاتلىرىنى

ساتالماي قايغۇرۇۋاتقاندا، شىنجاڭ كومبايىن زاۋۇتى ئىشلەپچىقارغان كومبايىن ئېھتىياجنى قاندۇرالمايۋاتىدۇ.

بۇ زاۋۇتنىڭ سېتىش ۋەزىيىتى قانداق قىلىپ ياخشىلاندى؟ يېقىندا گېزىتىمىز خېبېي ئۆلكىسىنىڭ شىگجى شەھىرىدىن كەلگەن بىر پارچە ماقالىنى تاپشۇرۇۋالدى، ماقالىدە بۇ زاۋۇت ئايغا، خېرىدارلار بولۇتقا ئوخشىتىلغان، ئاينىڭ بولۇت نەگە بارسا، شۇ يەرگىچە قوغلىشىپ بارغانلىقى ئېيتىلغان. مانا بۇ كومبايىن زاۋۇتىنىڭ مۇلازىمەت خىزمىتىنى ياخشىلىغانلىقىنى چۈشەندۇرىدۇ.

بۇ زاۋۇت بىرنەچچە يىلدىن بۇيان جىددىي بازار رىقابىتىگە قاتنىشىپ، ئون نەچچە ئۆلكىدە بازار تاپتى.»

خەۋەرنىڭ بۇ بىرىنچى بۆلىكىدە كومبايىن زاۋۇتىنىڭ بازار كاساتلاشقان ئەھۋال ئاستىدا مەھسۇلاتلىرىنىڭ سېتىلىش يوللىرىنى ئېچىپ، خېرىدارلارنى جەلپ قىلغان نەتىجىسى ئوبرازلىق ئومۇملاشتۇرۇلغان ھالدا ئىخچام يېزىلغان.

«بۇ زاۋۇت مەملىكەت بويىچە بەش چوڭ كومبايىن زاۋۇتىنىڭ بىرى. ئۇنىڭ ئىشلەپچىقارغان كومبايىنىنىڭ سۈپىتى ۋە ئىقتىدارى ئىزچىل مەملىكەت بويىچە ئالدىنقى قاتاردا تۇرۇپ كەلدى. 1970 ـ يىللارنىڭ ئاخىرىدا مەھسۇلاتلىرى خېنەن، بېيجىڭ قاتارلىق جايلاردا سېتىلدى. شىنجاڭنىڭ ئىككى يېرىم تونىلىق كومبايىنى مىنىستىرلىق دەرىجىلىك ئەلا سۈپەتلىك مەھسۇلات دېگەن نامغا ئېرىشتى. 1980 ـ يىللارنىڭ باشلىرىدا پۈتۈن مەملىكەت يېزىلىرىدا مەھسۇلاتقا بىرلەشتۈرۈپ ئائىلىلەرگە كۆتۈرە بېرىش تۈزۈمى ئومۇميۈزلۈك يولغا قويۇلدى. كومبايىنغا بولغان ئېھتىياج ئازىيىپ كەتتى. بۇ زاۋۇتنىڭ كومبايىنلىرى بىرمەھەل سېتىلماي قالدى.»

بۇ خەۋەرنىڭ ئىككىنچى بۆلىكى بولۇپ، بۇنىڭدا ئاساسەن زاۋۇتنىڭ ئورنى، ئىشلەپچىقىرىش ئىقتىدارى ۋە بۇرۇنقى ئەھۋاللىرى توغرىسىدىكى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرى بېرىلىپ، سەۋەب ئامىلى كۆرسىتىلگەن.

«زاۋۇتنىڭ تەدبىر بەلگىلىگۈچىلىرى ئىلگىرىكىدەك ئىشلەپچىقىرىشقىلا ئەھمىيەت بېرىپ، سېتىشقا ئەھمىيەت بەرمەيدىغان ئۇسۇلنى ئۆزگەرتمىسە بولمايدىغانلىقىنى چوڭقۇر تونۇپ يەتتى. شۇڭا، ئۇلار بازارغا قاراپ ئىشلەپچىقىرىشنى بەلگىلەش، سېتىش ئارقىلىق ئىشلەپچىقىرىشنى ئىلگىرى سۈرۈش فاڭجېنىنى قوللاندى. تىجارەت داۋامىدا سۈپەتلىك مۇلازىمەت قىلىپ، مەھسۇلاتنىڭ رىقابەت ئىقتىدارىنى كۈچەيتىپ، مەھسۇلاتنىڭ سېتىلىشىنى ئىلگىرى سۈرۈش تاكتىكىسىنى قوللاندى، ئۇلار تېخنىكا مۇلازىمەت سۈپىتىگە ھەقىقىي كاپالەتلىك قىلىش ئۈچۈن، بۆلۈم، ئىشخانا ۋە سېخلاردىن بىر تۈركۈم تېخنىك تايانچىلىرىنى ئاجرىتىپ، ئوتتۇز نەچچە كىشىلىك تېخنىكا مۇلازىمەت قوشۇنى تەشكىللىدى، ھەر يىلى بىر مۇئاۋىن زاۋۇت باشلىقىنىڭ يېتەكلىشى بىلەن يازلىق يىغىم - تېرىم باشلىنىشتىن ئىلگىرى جايلارغا بېرىپ سەييارە تەكشۈرۈپ رېمونت قىلىش بىلەن شۇغۇللاندى.»

بۇ خەۋەرنىڭ ئۈچىنچى بۆلىكى ئاساسلىق بۆلىكى بولۇپ، بۇ قىسىمدا زاۋۇتنىڭ قانداق كونكرېت چارە - تەدبىرلەرنى قوللانغانلىقى قەدەممۇقەدەم چوڭقۇرلاپ بايان قىلىنغان. نەتىجىلەرنىڭ قانداق قولغا كەلگەنلىكىدىكى سەۋەب يەنمۇ ئىلگىرىلىگەن ھالدا كۆرسىتىپ بېرىلگەن.

«بۇ زاۋۇت ئىستېمالچىلارغا سۈپەتلىك مۇلازىمەت قىلىپ، كونا بازارنى مۇستەھكەملەپ، يېڭى بازار ئېچىپ، كارخانىنىڭ

ئىناۋىتىنى ئۆستۈردى. بۇ زاۋۇتنىڭ كومبايىنلىرىنىڭ توقسان پىرسەنتى ئىچكىرى ئۆلكىلەردە سېتىلدى. بازارنىڭ كېڭەيتىلىشى بۇ زاۋۇتنىڭ ئىشلەپچىقىرىشىنى ئىلگىرى سۈردى. يېقىنقى ئۈچ يىلدىن بۇيان كومبايىنىنىڭ سانى، مەھسۇلات قىممىتى زور دەرىجىدە ئۆستى. مۆلچەرلىنىشىچە، بۇ يىلقى مەھسۇلاتى بۇلتۇرقىدىن يىگىرمە پىرسەنت ئېشىشى، مەھسۇلات قىممىتى بىر ھەسسىدىن كۆپرەك ئېشىشى مۇمكىن.

(«شىنجاڭ گېزىتى» 1991 ـ يىلى 4 ـ ئاۋغۇست)»

بۇ، خەۋەرنىڭ ئاخىرقى بۆلىكى ياكى چۈشۈرگىسى بولۇپ، بۇ قىسىمدا يۇقىرىقى تىرىشچانلىقلار نەتىجىسىدە قولغا كەلگەن نەتىجىلەر ۋە تەرەققىيات ئەھۋالى ئىخچام، كونكرېت قىلىپ يېزىلغان. شۇنداقلا، زاۋۇتنىڭ كېيىنكى تەرەققىيات ئىستىقبالىمۇ كۆرسىتىپ بېرىلگەن.

بۇ خىل خەۋەرلەرنى يېزىشتا سېلىشتۇرۇش ئارقىلىق شەيئىلەرنىڭ ئالاھىدىلىكىنى گەۋدىلەندۈرۈشكە ئالاھىدە كۈچ سەرپ قىلىش كېرەك. سېلىشتۇرۇش شۇ شەيئىنى ئۆزىنىڭ تەرەققىيات جەريانىغا قويۇپ، ئۇنىڭ ئۆتمۈشى بىلەن ھازىرقى ھالىتىنى سېلىشتۇرۇش ئارقىلىق، ھازىرنى گەۋدىلەندۈرۈش ۋە شۇ شەيئىنى ئۆزى بىلەن ئوخشاش تۈردىكى، ئوخشاش ئورۇندىكى باشقا شەيئىلەرگە سېلىشتۇرۇش ئارقىلىق، ئۇنىڭ ئۆزىگە خاس ئەۋزەللىكىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشتىن ئىبارەت ئىككى خىل بولىدۇ. يۇقىرىقى خەۋەردە ئىككىنچى خىل سېلىشتۇرۇش ئۇسۇلى قوللىنىلىپ، باشقا كومبايىن زاۋۇتلىرى مەھسۇلاتلىرىنى ساتالماي قايغۇرۇۋاتقان ئەھۋالدا، بۇ زاۋۇتنىڭ قانداق قىلىپ روناق تاپقانلىقى كۆرسىتىپ بېرىلگەن. داڭلىق خەۋەر «ئۇچقۇر چىكەتكىنىڭ دەۋر سۈرىدىغان كۈنلىرى كەلمەسكە كەتتى»دە، مەملىكىتىمىزگە نەچچە مىڭ يىللاردىن بېرى زىيان سېلىپ كېلىۋاتقان شەرقىي ئاسىيا ئۇچقۇر چىكەتكە

ئاپتىنىڭ ئېلىمىز پەن ـ تېخنىكا خادىملىرى تەرىپىدىن كونترول قىلىنغانلىقى، ئۇن يىل ئۇدا چېكەتكە ئاپتى كۆرۈلمىگەنلىكىدىن ئىبارەت زور مۇۋەپپەقىيەت يېزىلىپ، «بۈگۈن كىشىلەر بۇرۇنقى چېكەتكە ئاپتى ئەڭ ئېغىر بولغان خۇاڭخې ۋادىلىرىغا كېلىپ نەزەر سالىدىغان بولسا، ئورمان بەلباغلىرىنىڭ ياپېشىل بولۇپ ياشناۋاتقانلىقىنى، شالزارلىقلارنىڭ مەخمەلدەك يېيىلىپ ياتقانلىقىنى، بۇرۇنقى ‹چېكەتكە ماكانى›نىڭ ئاشلىق، بېلىق كانىغا ئايلانغانلىقىنى كۆرەلەيدۇ، دېگەن جانلىق سېلىشتۇرما ماتېرىيالى بېرىلىدۇ. بۇنىڭ بىلەن خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى تېخىمۇ روشەنلىشىدۇ ۋە رەڭدارلىقىقا ئىگە بولىدۇ.

3. نۇقتا بىلەن دائىرىنى بىرلەشتۇرۇش.

ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەرلەردە مەلۇم دائىرىدىكى ۋەزىيەتنى ۋە ئۇنىڭ ئالاھىدىلىكىنى ئەكس ئەتكۈزۈش ئۈچۈن، نۇقتىدىكى ماتېرىياللار بىلەن دائىرىدىكى ماتېرىياللارنى ئۆزئارا سېلىشتۇرۇشقا توغرا كېلىدۇ. دائىرىدىكى ماتېرىياللار ئومۇمىي ۋەزىيەتنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بەرسە، نۇقتىدىكى ماتېرىياللار شەيئىلەرنىڭ چوڭقۇرلۇقىنى كۆرسىتىپ بېرىدۇ، مۇئەييەن بىر مەسىلىنى كونكرېت چۈشەندۈرۈپ، چوڭقۇر تەسىرات پەيدا قىلىدۇ. بۇ ئىككىسى بىرلەشتۇرۈلگەندىلا ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەر مەزمۇن جەھەتتىن ھەم كەڭلىككە، ھەم چوڭقۇرلۇققا ئىگە بولىدۇ.

نۇقتىدىن ئېلىنغان ماتېرىياللار جەزمەن ۋەكىل خاراكتېرگە ئىگە بولۇشى، ئالاھىدىلىككە ئىگە بولۇشى، دائىرىدىكى ئەھۋال ۋە مەسىلىلەرنى يەنىمۇ ئىلگىرىلەپ چۈشەندۈرۈپ بېرەلەيدىغان بولۇشى لازىم. دائىرىدىكى ماتېرىيال بولسا ئومۇملۇقنى يىغىنچاقلاپ، مۇكەممەل، ئىخچام ھالدا كۆرسىتىپ بېرەلىشى ھەم شەيئىلەرنىڭ ئەسلىي ھالىتىگە ئۇيغۇن كېلىشى لازىم. شۇنداقلا، ھەددىدىن زىيادە

ئومۇملاشتۇرۇۋېتىلىپ، قۇرۇق، مەۋھۇم، كىشىلەرگە ھەقىقىي تۇيغۇ بېرەلمەيدىغان بولۇپ قالماسلىقى كېرەك. بۇ تەلەپكە يېتىش ئۈچۈن مۇخبىرلار يۇقىرى بىلەن تۆۋەننى بىرلەشتۈرۈش ئاساسىدا مۇخبىرلىق قىلىپ، رەھبىرىي ئورگانلارغىمۇ، ئاساسىي قاتلامدىكى ئامما ئارىسىغىمۇ تەڭ چۆكۈشى، تىرىشىپ كونكرېت ھەم جانلىق بولغان بىرىنچى قول ماتېرىيالنى ئىگىلىشى لازىم. ئايرىم ۋاقىتلاردا مۇخبىرلار ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەرنى كۆرگەن، ئاڭلىغان نەرسىلەر ئاساسىدا ۋە تەسىرات شەكلىدە يازسىمۇ بولىدۇ. بۇنداق خەۋەر كىشىلەرگە يېقىملىق ھەم ھەقىقىي تۇيۇلىدۇ. مەسىلەن، «شىنجاڭ گېزىتى»نىڭ 1991 ـ يىلى 7 ـ ئاۋغۇست سانىغا بېسىلغان «ھازىرقى داجەيلىكلەر» دېگەن خەۋەرنى كۆرۈپ باقايلى:

«داجەيلىكلەر قارا ئىشتان ـ چاپان كىيىپ يۈرىدىغان، بېشىغا ئاق لۆڭگە سېلىۋالىدىغان كىشىلەر ئەمەس، ھازىر قىزلارمۇ رەڭگارەڭ كىيىنىدىغان بولدى، ياشلار شەھەر ـ بازارلارغا موتوسىكلىت بىلەن بارىدىغان، بوۋايلار ئېتىزلىققا ‹تۆمۈر بۇقا› بىلەن بارىدىغان بولدى.

ھازىر داجەيدە شەخسلەرنىڭ ئاپتوموبىل ۋە تىراكتورلىرى قاتار ـ قاتار بولۇپ قاتنايدىغان بولدى. تىرانسپورت داجەيدە يېڭىدىن گۈللەنگەن كەسىپ بولۇپ قالدى. تال سۆگەتلەرنىڭ ئاستىلىرىدا شەخسلەر ئاچقان دۇكانلارمۇ كۆزگە تاشلىنىپ تۇرىدۇ. ئەينى يىللاردا باشقىلارنىڭ قول سائىتى تاقىغانلىقىنى ‹ئەيش ـ ئىشرەتكە بېرىلىش› دەپ تەنقىد قىلغان جاۋ سۇنتاڭمۇ ھازىر موتوسىكلىت سېتىۋالدى. ‹تۆمۈر مورە›سى بىلەن داڭ چىقارغان لياڭ بەنلياڭ خىمىيە سانائىتى زاۋۇتى قۇردى. پارتىيە ياچېيكىسىنىڭ شۇجىسى بولغان جيا جاڭسۇ كىچىك كانغا رەھبەرلىك قىلماقتا، ساۋاتلىق بولغان جياڭ شىنۋېن ‹مېۋىلىك دەرەخ تېغى› نى ھۆددىگە ئالدى.

پېشقەدەم قەھرىمان جىيا جىڭسەينىڭ خوتۇنى سۇڭ لىيىڭ مۇنداق دېدى: ھازىر داجەي ھەقىقەتەن بارغانسېرى ياخشى بولۇپ كېتىۋاتىدۇ. لېكىن، كەيپىيات ئۆلگىرىكىگە يەتمەيدۇ، كوچا ـ رەستىلەرنى سۈپۈرىدىغان، ھاجەتخانىلارنىڭ گەندىلىرىنى تارتىدىغان ئادەملەر يوق، بەزى ياشلار جاپا ـ مۇشەققەتكە چىداپ كۆرەش قىلىش دېگەننىڭ نېمە ئىكەنلىكىنى بىلمەيدۇ.»

ئومۇمىي دائىرىدىن ۋە نۇقتىدىن ئېلىنغان جانلىق، ئىخچام بۇ ماتېرىياللار ئۆزئارا بىر ـ بىرىنى تولۇقلاپ، داجەينىڭ ھازىرقى تەرەققىياتى، قىياپىتى، تۇرمۇش ئەھۋالى، شۇنداقلا كىشىلەرنىڭ روھىي ھالىتىنى ئەتراپلىق، چوڭقۇر، ئەينەن قىلىپ ئەكس ئەتكۈزۈپ بەرگەن.

4. بايان بىلەن مۇھاكىمىنى بىرلەشتۈرۈش.

ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەرلەردە پاكىتنى بايان قىلىش ئاساسىي ئورۇندا تۇرىدۇ، لېكىن «ئومۇملاشتۇرۇش» بولغانىكەن، جەزمەن ماتېرىياللارنى يىغىنچاقلاپ تاۋلاش بولىدۇ. پاكىتمۇ، تەھلىلمۇ بولۇشنى قولغا كەلتۈرۈش ئۈچۈن، بايانمۇ، مۇھاكىمىمۇ بولىدۇ. ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەردىكى بۇ خىل «مۇھاكىمە» جەزمەن خەۋەردىكى پاكىتلارغا بىرلەشتۈرۈلۈشى، پاكىت ئارقىلىق بىۋاسىتە ئوتتۇرىغا قويۇلۇشى لازىم. چۈنكى، بۇ خىل مۇھاكىمىنىڭ رولى خەۋەردىكى نۇقتىئىنەزەرنى ئوتتۇرىغا قويۇش، ئەھمىيىتىنى چۈشەندۈرۈش ۋە شەيئىنىڭ ئىستىقبالىدىن بېشارەت بېرىشتىن ئىبارەت.

ئومۇملاشتۇرۇلغان خەۋەردىكى ماتېرىيال بىلەن مۇھاكىمىلىك كۆزقاراش چوقۇم ئۆزئارا ماسلىشىشى، مۇھاكىمە مۇۋاپىق ۋە دەل جايىدا بولۇشى، كۆزقاراش بەك چوڭ، بەك يۇكسەك بولۇپ كەتمەسلىكى لازىم. شۇنداقلا، بەزى تولۇق ۋە ئېنىق بولمىغان ماتېرىياللار ئۈستىدە ئالدىراپ ھۆكۈم چىقارماسلىق كېرەك. بولۇپمۇ يېزا ئىگىلىك خەۋەرلىرىدە مەلۇم

بىر تەدبىرنى، يېڭىدىن باشلانغان ۋە بىر باسقۇچ داۋاملاشقان خىزمەتلەرنى خەۋەر قىلغاندا ئالدىراپ ـ تېنەپ، «يازلىق مول ھوسۇل ئۈچۈن پۇختا ئاساس سېلىندى. پۈتۈن يىللىق مەھسۇلاتنىڭ ئېشىشى ئۈچۈن ياخشى شەرت ھازىرلاندى، مول ھوسۇلدىن زور ئۈمىد بار» دېگەنگە ئوخشاش ھۆكۈملەرنى چىقارماسلىق كېرەك. چۈنكى، دېھقانچىلىق زىرائەتلىرىنىڭ ئۆسۈش ۋاقتى ئۇزاق، تەبىئىي شارائىتنىڭ تەسىرىگە ئۇچرىشى كۈچلۈك بولغاچقا، ھەقىقەتنى ئەمەلىيەتتىن ئېزدەش روھى بويىچە ئىمكانىيەت قالدۇرۇشقا، ئوبيېكتىپ باھا بېرىشكە توغرا كېلىدۇ.

ئۈچىنچى پاراگراف مۇلاھىزىلىك خەۋەر

مۇلاھىزىلىك خەۋەر ئاخبارات مۇلاھىزىسى ياكى مۇخبىرلار مۇلاھىزىسى دەپمۇ ئاتىلىدۇ. ئۇ ئوبزور خاراكتېرىنى ئالغان بىر خىل ئاخبارات ژانىرى بولۇپ، پاكىت ئاساسىدىكى ئوبزور ھەم ئوبزورنى يادرو قىلغان ئاخبارات ھېسابلىنىدۇ. ئۇنىڭدا بىر تەرەپتىن، مەملىكەت ئىچى ۋە سىرتىدا يۈز بەرگەن زور ۋەقەلەر ھەم ئومۇمىيۈزلۈك ئەھمىيەتكە ئىگە بولغان پاكىتلار خەۋەر قىلىنىدۇ، يەنە بىر تەرەپتىن، ۋەزىيەت، يۈزلىنىشلەرگە بىرلەشتۈرۈپ، پاكىت ئۈستىدە تەھلىل ۋە مۇھاكىمە يۈرگۈزۈلىدۇ، پاكىتنىڭ ماھىيەتلىك ئەھمىيىتى ئېچىپ بېرىلىپ، تەرەققىيات يۈزلىنىشى كۆرسىتىپ بېرىلىدۇ.

گېزىتلەردىكى مۇلاھىزىلىك خەۋەر ئاساسەن ئىككى خىل بولىدۇ: بىرى، ئاخبارات ماتېرىياللىرىنى ئومۇملاشتۇرۇپ، ئاخباراتلىق ۋەقەلەرنى چۈشەندۈرىدۇ، نۆۋەتتىكى ۋەزىيەت ئۈستىدە مۇلاھىزە يۈرگۈزىدۇ، شەيئىنىڭ ماھىيىتى ئېچىپ بېرىلىدۇ، بايان مۇھاكىمىدىن كۆپرەك بولىدۇ. بۇ ئاساسەن

ئاخبارات خەۋىرى خۇسۇسىيىتىنى ئالىدۇ. يەنە بىرىدە، مەلۇم بىر ئاخباراتلىق ۋەقە، ۋەقەدىكى مەلۇم بىر بۆلەك تۇتۇپ تۇرۇلۇپ مۇلاھىزە قىلىنىدۇ، مۇخبىرنىڭ نېمىنى قوۋۋەتلەپ، نېمىگە قارشى تۇرىدىغانلىقىدىن ئىبارەت روشەن مەيدانى ئىپادىلىنىدۇ. مۇلاھىزە بايانىدىن كۆپرەك بولىدۇ. بۇ ئاساسىي جەھەتتىن ئوبزور كاتېگورىيەسىگە تەۋە بولىدۇ.

مۇلاھىزىلىك خەۋەرلەرنى قانداق يېزىش كېرەك؟ تۆۋەندە بىز بىرقانچە نۇقتىنى كۆرسىتىپ ئۆتىمىز:

1. ئومۇمىي ۋەزىيەت يۇكسەكلىكىدە تۇرۇپ، شەيئىلەر ئۈستىدە ماكرولۇق تەھلىل ئېلىپ بېرىش.

مۇلاھىزىلىك خەۋەرنىڭ ئاپتورى ئېگىزدە تۇرۇپ يىراقنى كۆرەلىشى، نەزەر دائىرىسى كەڭ بولۇشى، ئومۇمىي ۋەزىيەتنى چىقىش قىلىپ، مەسىلىلەرنى ئوتتۇرىغا قويۇشى، تەھلىل قىلىشى، يەنى شەيئىلەر ئۈستىدە ماكرولۇق ئانالىز يۈرگۈزۈپ، ماكرولۇق بىلەن مىكرولۇقنى بىرلەشتۈرۈشى لازىم. شۇنداقلا، ھەرىكەتنىڭ يۆزلىنىشى، خىزمەت ۋە ۋەزىيەت ئەھۋالىنىڭ تەرەققىياتىغا قارىتا يىراقنى كۆرەرلىك بىلەن ئوقۇرمەنلەر يۆنىلىشىنى كۆرسىتىپ بېرىشى كېرەك.

مۇلاھىزىلىك خەۋەرلەردە شەيئىلەر ئۈستىدە ماكرولۇق تەھلىل ئېلىپ بارغاندا، بىرلا ۋەقە، بىرلا جاي بىلەن چەكلىنىپ قالماسلىق كېرەك. مۇخبىرلار كۆپرەك ئورۇنغا بېرىپ، كۆپرەك ماتېرىيال ئىگىلىشى، كۆپرەك سېلىشتۇرۇشى لازىم. ئۇچرىشىش دائىرىسى تار بولغاندا ، تونۇشمۇ چەكلىمىگە ئۇچرايدۇ. مۇلاھىزىلىك خەۋەرلەرنى يېزىشنىڭ قىيىنلىقىمۇ ئۇنىڭدا ئومۇمىي دائىرىنى چىقىش قىلىپ، قىسمەنلىك ئۈستىدە مۇلاھىزە يۈرگۈزۈلىدىغانلىقىدا. نەزەر دائىرە كەڭ بولمىغاندا، كۆڭۈلدە ئومۇمىي سان تۇرغۇزۇلمىغاندا، ياخشى مۇلاھىزىلىك خەۋەر يازغىلى بولمايدۇ. شەيئىلەرنىڭ تەرەققىيات نىشانىنى كۆرسىتىپ بەرگىلىمۇ بولمايدۇ.

2. پاكىتلارنى ئومۇملاشتۇرۇپ، مەسىلىلەرنى ماھىرلىق بىلەن تاللاش.

مۇلاھىزىلىك خەۋەرلەرنى يېزىشتا نىسبەتەن كەڭ بولغان ۋە مۇئەييەن چوڭقۇرلۇققا ئىگە بولغان ماتېرىياللارنى ئىگىلەشكە توغرا كېلىدۇ. نۇرغۇن ئىشلار يىغىنچاقلىنىپ بىرلا خەۋەر قىلىنىدۇ ھەم مۇلاھىزە يۈرگۈزۈلىدۇ. بۇنىڭ ئۈچۈن، مۇخبىر زىيارەت داۋامىدا قولغا كەلتۈرگەن دائىرىدىكى ماتېرىيال بىلەن نۇقتىدىكى ماتېرىيالنى، رېئال ماتېرىيال بىلەن ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالىنى، ئىجابىي تەرەپتىكى ماتېرىيال بىلەن سەلبىي تەرەپتىكى ماتېرىيالنى رەتكە تۇرغۇزۇپ، يىغىنچاقلاپ، تەھلىل قىلىپ ۋە ئۇنى توغرا كۆزقاراش ئاساسىدا ئۆزلەشتۈرۈپ، يېزىقچىلىق تەلىپى بويىچە ئومۇملاشتۇرۇپ بايان قىلىپ بېرىشى كېرەك.

3. كۆزقاراش بىلەن ماتېرىيالنى زىچ بىرلەشتۈرۈش، بايان بىلەن ئوبزورنى ماسلاشتۇرۇش.

مۇلاھىزىلىك خەۋەرلەردە كۆزقاراش بىلەن ماتېرىيالنى، بايان بىلەن ئوبزورنى زىچ بىرلەشتۈرۈش كېرەك. مانا بۇ مۇخبىرلاردىن ماتېرىياللار ئۈستىدە چوڭقۇر تەپەككۇر يۈرگۈزۈپ، ئوبدان ئۆزلەشتۈرۈشنى، ئۆزىنىڭ كۆزقارىشىنى شەكىللەندۈرۈپ، ئەركىن قەلەم تەۋرىتىشنى تەلەپ قىلىدۇ. مۇلاھىزىلىك خەۋەرگە قويۇلىدىغان تەلەپ باشقا خەۋەرلەرگە قارىغاندا يۇقىرىراق بولىدۇ. ئۇنىڭدا نوقۇل بايان قىلىپلا قويۇشتىن ھەم مۇلاھىزە بىلەن باياننى ئايرىۋېتىشتىن ساقلىنىش كېرەك. مۇلاھىزە يېتەرلىك پاكىتلارنى ئاساس قىلىشى، پاكىتتىن ئايرىلغان قۇرۇق سەپسەتە بولۇپ قالماسلىقى كېرەك. مۇلاھىزىلىك خەۋەر مۇئەييەن نوپۇزغا ئىگە، ئۇ بىرىنچى سەپتىكى مۇخبىر، ئىختىيارىي مۇخبىرلارنىڭ ساداسى، شۇنداقلا ئاخبارات ئورگىنىنىڭمۇ پوزىتسىيەسى. شۇڭا، مۇخبىر ۋە ئىختىيارىي مۇخبىرلار مۇلاھىزە قىلغاندا، ئۆزلىرىنىڭ

ئەتراپلىق ماتېرىيال ئىگىلەپ، سەزگۈرلۈك بىلەن كۆزەتكەن ھەم تەھلىل قىلغانلىقىنى تولۇق گەۋدىلەندۈرۈپ، شەيئى ۋە مەسىلىلەرگە مۇۋاپىق باھا بېرىشى، بايرىقى روشەن ھالدا ئۆتكۈر پىكىرلەرنى ئوتتۇرىغا قويۇشى لازىم. مەسىلەن، «ئوقۇتۇش سۈپىتىنىڭ تۆۋەنلەپ كېتىشىدىكى سەۋەب نەدە؟»① دېگەن خەۋەردە سانجى ئوبلاستلىق 3 ـ ئوتتۇرا مەكتەپنىڭ ئوقۇتۇش سۈپىتى تۆۋەنلەپ كەتكەنلىك پاكىتلىرى بايان قىلىنغاندىن كېيىن، مۇخبىر ئۆزىنىڭ كۆزقارىشى ۋە پىكرىنى مۇنداق ئوتتۇرىغا قويىدۇ:

«... بۇ مەكتەپنىڭ ئوقۇتۇش سۈپىتىنىڭ تۆۋەنلەپ كېتىشىدىكى سەۋەب شۇكى، باشقۇرۇش مۇكەممەل بولمىغان، رەھبەرلىك بەنزىسى ئىچىدە ئىتتىپاقسىزلىق ئېغىر بولۇپ، خىزمەتلەرنىڭ ئوخشۇشلۇق قانات يايدۇرۇلۇشى تەسىرگە ئۇچرىغان، مەكتەپ مۇدىرىدا ‹ئۆزۈمنىڭلا راست› دەيدىغان ئىدىيە باش كۆتۈرۈپ، ئىجابىي تەكلىپ ـ پىكىرلەر ئېتىبارغا ئېلىنمىغان ...

ئومۇمەن، مەكتەپ رەھبەرلىكىنىڭ ياخشى بولماسلىقى، باشقۇرۇشنىڭ مۇكەممەل بولماسلىقى سانجى خۇيزۇ ئاپتونوم ئوبلاستلىق 3 ـ ئوتتۇرا مەكتەپنىڭ سىياسىي ھاۋاسىنى بۇزۇپ، ئوقۇتۇش سۈپىتىنى يىلدىن ـ يىلغا تۆۋەنلىتىۋەتكەن. بۇ ئەھۋال مۇناسىۋەتلىك ئورۇنلارنىڭ دىققىتىنى قوزغىشى كېرەك.»

كۆزقاراش بىلەن ماتېرىيالنى بىرلەشتۈرۈش، بايان بىلەن ئوبزورنى ماسلاشتۇرۇشنىڭ ھالقىسى — كۆزقاراش ۋە ئوبزورنىڭ پاكىتلىق ماتېرىياللار ئاساسىدا تاۋلاپ چىقىلغانلىقى ياكى زورمۇزور قوشۇپ قويۇلغانلىقىدا. ئەگەر بۇ ئىككىسى

① «شىنجاڭ گېزىتى» 1989 ـ يىلى 30 ـ دېكابىر.

تەبىئىي ھالدا ماسلاشمايدىكەن، خۇددى تاشنى تاياققا تاڭغانغا ئوخشاش بولىدۇ ـ دە، ئوقۇرمەنلەرنى قايىل قىلىش، توغرا كۆزقاراش ۋە يۆنىلىشنى ئوتتۇرىغا قويۇش مەقسىتىگە يەتكىلى بولمايدۇ.

تۆتىنچى پاراگراف تەجرىبە خەۋىرى

تەجرىبە خەۋىرى پارتىيەنىڭ لۇشيەن، فاڭجېن ـ سىياسەتلىرىنى ئىجرا قىلىش جەريانىدىكى مەلۇم بىر ئورۇننىڭ مەلۇم تەرەپتىكى تىپىك تەجرىبىسى ۋە نەتىجىلىك چارە ـ تەدبىرىنى خەۋەر قىلىش ئارقىلىق، ئەمەلىي خىزمەتلەرگە يېتەكچىلىك قىلىشنى مەقسەت قىلىدىغان ئاخبارات ژانىرىدۇر. ئۇ بىر خىل تىپىك خەۋەر قىلىش بولۇپ، كۆپىنچە ئەھۋاللارنى تاپشۇرۇش، چارە ـ تەدبىرلەرنى تونۇشتۇرۇش، ئۆزگىرىش ۋە نەتىجىلەرنى ئەكس ئەتتۈرۈش ئارقىلىق، پاكىتلار بايانى جەريانىدا بىرەر تەجرىبىنى كۆتۈرۈپ چىقىدۇ. ئادەتتە ئۇ بىرقەدەر مۇكەممەل قىلىپ يېزىلىدۇ، ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرى كۆپرەك تاپشۇرۇلىدۇ، سەھىپىسى باشقا خەۋەرلەرگە قارىغاندا ئۇزۇنراق بولىدۇ.

تەجرىبە خەۋەرلىرى ئادەتتە ئىككى خىل بولىدۇ. بىرى، بىر پارچە خەۋەردە بىرلا تەجرىبە تونۇشتۇرۇلىدۇ. مەسىلەن، «ليۇداۋان كۆمۈر كېنى ئاممىۋى نازارەت قىلىش خىزمىتىنى كۈچەيتىپ ياخشى نەتىجىگە ئېرىشتى» ① دېگەن خەۋەردە بۇ ئورۇننىڭ بىخەتەرلىك خىزمىتىنى ياخشى ئىشلەشتە ئامما نازارەت قىلىش تۈزۈمىنى تۇرغۇزغانلىقى ۋە ئۇنى مۇكەممەللەشتۈرگەنلىك تەجرىبىسى تونۇشتۇرۇلغان. يەنە بىرى، بىر پارچە خەۋەردە بىر ـ نەچچە تەجرىبە تونۇشتۇرۇلىدۇ، يەنى

---

① «شىنجاڭ گېزىتى» 1990 ـ يىلى 5 ـ يانۋار سانى.

بۇنىڭدا بىر ئورۇننىڭ مەلۇم بىر نەتىجىنى قولغا كەلتۈرۈش جەريانىدا ھاسىل قىلغان بىرنەچچە تەرەپتىكى تەجرىبىسى تەڭلا يېزىلىدۇ. بۇ خىل خەۋەرلەردە تەجرىبە گاھىدا ماددىلارغا بۆلۈنۈپ ئايرىم ـ ئايرىم يېزىلسا، گاھىدا خەۋەرنىڭ قانات يايدۇرۇلۇشى بويىچە پەيدىنپەي چوڭقۇرلاپ يېزىلىدۇ.

تەجرىبە خەۋىرىنى يازغاندا تۆۋەندىكى تەرەپلەرگە ئەھمىيەت بېرىش لازىم:

1. تىپىك ھەم ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە بولغان تەجرىبىلەرنى تاللاپ خەۋەر قىلىش لازىم.

ئىلغار تەجرىبىلەرنى ئومۇملاشتۇرۇش بىزنىڭ ئاخبارات خەۋەرچىلىكىمىزنىڭ مۇھىم بىر ۋەزىپىسى. لېكىن، شۇنى كۆرۈش كېرەككى، ھەرقانداق بىر تەجرىبە ئوخشاش بولمىغان كەسىپلەرنىڭ ئالاھىدىلىكىگە ئىگە بولىدۇ، ئۇ كونكرېت شەرت ـ شارائىتى ۋە ۋاقىتنىڭ چەكلىمىسىگە ئۇچرايدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىللە ھەرقانداق تەجرىبە ئومۇمىيۈزلۈك ئەھمىيەتكە ئىگە بولىۋەرمەيدۇ، ھەممىسى ئوقۇرمەنلەرنىڭ ئورتاق قىزىقىشىغا ئىگە بولىۋەرمەيدۇ. شۇڭا، كەسپىي ئورۇنلار بىلەن ئاخبارات ئورۇنلىرىنىڭ تەجرىبە تونۇشتۇرۇشىدا پەرق بولىدۇ. كەسپىي ئورۇنلار ئىلغار تەجرىبىلەرنى ئۆز تارمىقىدىكى ئىشچى ـ خىزمەتچىلەرنىڭ ئۆرنەك قىلىشى، خىزمەتلەرگە شۇ ئاساستا يېتەكچىلىك قىلىش مەقسىتىدە تونۇشتۇرىدۇ. شۇڭا، ئۇ ئەتراپلىق، تەپسىلىي بولىدۇ. ئاخبارات ۋاستىلىرى بولسا، تەجرىبىنى بىر خىل ئاخبارات سۈپىتىدە ئوقۇرمەنلەرگە يەتكۈزىدۇ.

شۇڭلاشقا، ئالدى بىلەن تەجرىبە خەۋەرلىرىدە تونۇشتۇرۇلىدىغىنى تىپىك بولمىغان ئادەتتىكى تەجرىبىلەر بولماستىن، بەلكى كىشىلەرگە يېڭىلىق ئېلىپ كېلىدىغان، مۇئەييەن ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە تەجرىبە بولۇشى لازىم. بىزنىڭ ئاخباراتچىلىقىمىزدا مەلۇم بىر خىزمەت خۇلاسىسىنى،

مەلۇم بىر ئورۇننىڭ يىللىق خىزمەت يەكۈنىنى ئومۇمىي ھېسابات دەپتىرى شەكلىدە تەجرىبە دەپ تونۇشتۇرىدىغان ئەھۋاللار ئاز ئەمەس. بۇ ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ تۈپ خۇسۇسىيىتىگە ئۇيغۇن كەلمەيدۇ، ئەلۋەتتە.

ئاخبارات خەۋەرچىلىكى ئوقۇرمەنلەرگە جەزمەن بىرقەدەر ئومۇميۈزلۈك ئەھمىيەتكە ئىگە بولغان تەجرىبىلەرنى تونۇشتۇرۇشى لازىم. چۈنكى، گېزىتلەردە ئېلان قىلىنغان تەجرىبە ئومۇملاشتۇرۇش كېڭەيتىش قىممىتىگە ئىگە بولغان بولۇشى، كىشىلەرگە مەنپەئەت يەتكۈزەلەيدىغان، ئەمەلىيەتنىڭ سىنىقىدىن ئۆتكەن، رېئال خىزمەتلەرگە يېتەكچىلىك قىلالايدىغان ياكى ئىلھام بولالايدىغان بولۇشى كېرەك. شۇنىڭ بىلەن بىللە تەجرىبە خەۋەرلىرىدە نىشانلىق ئوق ئېتىشنى قولغا كەلتۈرۈش كېرەك، يەنى تونۇشتۇرۇلغان تەجرىبە مۇئەييەن قاراتمىلىققا ئىگە بولۇشى، خىزمەتلەردە جىددىي ھەل قىلىشقا تېگىشلىك بولغان ھالقىلىق مەسىلىلەرنى بىر تەرەپ قىلىشقا ياردەم بېرەلەيدىغان بولۇشى كېرەك.

2. تەجرىبىنىڭ ھاسىل قىلىنىش شارائىتىنى تاپشۇرۇشقا ۋە تەجرىبىنى كونكرېت يېزىشقا دىققەت قىلىش كېرەك.

ئېلىمىز چوڭ مەملىكەت، ھەرقايسى رايونلارنىڭ ئەھۋالىدا پەرق ناھايىتى زور، ھەرقايسى ئورۇن، ھەرقايسى سەپلەرنىڭ ئەھۋالىمۇ بىر - بىرىدىن پەرقلىنىدۇ. شۇڭا، تەجرىبە خەۋەرلىرىدە مەلۇم بىر تەجرىبىنى تونۇشتۇرۇپ ئومۇملاشتۇرۇش مەقسەت قىلىنغاندا، تەجرىبىنىڭ ھاسىل بولۇشتىكى كونكرېت جەريانىنى ۋە تەتبىقلىنىش دائىرىسىنى يېزىشقا دىققەت قىلىش كېرەك. چۈنكى، بىر تەجرىبە مەلۇم رايون، مەلۇم تارماققا ئۇيغۇن كەلسە، .يەنە بىر رايون، يەنە بىر تارماققا ئۇيغۇن كەلمەي قالىدۇ. يېزا ئىگىلىكىگە ئۇيغۇن كەلسە، سودا - سانائەت ساھەسىگە ئۇيغۇن كەلمەي قالىدۇ. چوڭ كارخانىلارغا ئۇيغۇن كەلسە، ئوتتۇرا، كىچىك تىپتىكى كارخانىلارغا ئۇيغۇن كەلمەي قالىدۇ.

گاھىدا ئوخشاش بىر ساھەنىڭ تەجرىبىسىمۇ شەرت ـ شارائىتى ئوخشاش بولمىغان ئىككىنچى بىر ئورۇنغا مۇۋاپىق كەلمەي قالىدۇ.

دېمەك، تەجرىبە خەۋەرلىرىدە تەجرىبە باشقىلار ئۆز ئەھۋالىغا تەتبىقلاپ ئۆگىنەلەيدىغان دەرىجىدە كونكرېت يېزىلىشى كېرەك. دەرۋەقە، خەۋەر يازغاندا ئومۇملاشتۇرۇش بولىدۇ. لېكىن، ئۇنى ھەددىدىن ئارتۇق ئومۇملاشتۇرۇۋېتىپ، ئابستراكت، تومتاق نەرسىگە ئايلاندۇرۇپ قويۇشتىن ساقلىنىش كېرەك. كىشىلەر ئۇنىڭدىن ئېنىق چۈشەنچە ھاسىل قىلالمىسا نېمىنى ئۆگىنىدۇ؟ شۇڭا، تەجرىبىنى يازغاندا قانداق ئەھۋال ئاستىدا، قانداق چارە قوللىنىلغانلىقى، بۇ چارە قايسى تەرەپلەرنى ئۆز ئىچىگە ئالىدىغانلىقى ھەمدە ئۇلارنىڭ ئەمەلىيەتتە قانداق يولغا قويۇلغانلىقى قاتارلىقلار ئېنىق تاپشۇرۇلۇشى لازىم. مەسىلەن، «شاڭخەي نېفىت سانائەت باش زاۋۇتى ھەربىر قەدەمنى پۇختا باسقانلىقتىن، ئاساسىي قۇرۇلۇش بىلەن ئىختىساسلىق كىشىلەرنىڭ تەربىيەلىنىشى تەڭ ئىلگىرى سۈرۈلدى» دېگەن خەۋەردە، شاڭخەي خىمىيە سانائەت باش زاۋۇتىنىڭ ئىككىنچى باسقۇچلۇق قۇرۇلۇشىدىكى ئاساسىي قۇرۇلۇش بىلەن ئىختىساسلىق خادىملارنى تەربىيەلەشنى تەڭ تۇتۇپ، قۇرۇلۇۋاتقان چوڭ تىپتىكى زامانىۋى كارخانا بىر يىلدىن كېيىن سىناق تەرىقىسىدە ئىش باشلىماقچى بولغان بولسىمۇ، لېكىن تېخنىك كادىرلار ۋە مەشغۇلات ئىشچىلىرىنىڭ بىر يىل بۇرۇن تەربىيەلىنىپ بولغانلىقىدىن ئىبارەت تەجرىبىسى كونكرېت تونۇشتۇرۇلغان.

بۇ زاۋۇت كادىرلارغا قاتتىق تەلەپ قويۇش بىلەن بىللە، ئۇلارنىڭ كەسپىي جەھەتتىن تەربىيەلىنىشى ئۈچۈنمۇ شارائىت يارىتىپ بەرگەن. ئىككىنچى باسقۇچلۇق قۇرۇلۇشنىڭ تېخنىك خادىملىرى ۋە كادىرلىرىنى قۇرۇلۇش تەييارلىقى باشلىنىشتىن بۇرۇنلا، بىرىنچى باسقۇچلۇق قۇرۇلۇش جەريانىدىكى تايانچ

كۆچلەر ئىچىدىن تاللاپ ئىشقا قويغان، مەشغۇلات قىلىدىغان ئىشچىلارنى مەملىكەت ئىچىدىكى ئوخشاش تۈردىكى قۇرۇلۇشلارغا ئەۋەتىپ يېتىشتۈرگەن. بىر قىسىملىرىنى چەت ئەللەرگە بىلىم ئاشۇرۇشقا ئەۋەتكەن. زاۋۇت ئىچىدە چەت ئەل تىلى كۇرسلىرىنى ئېچىپ، تېخنىكلار ۋە كادىرلارنىڭ تىل ئۆگىنىشىگە ياردەم بەرگەن. شۇنىڭ بىلەن بىللە زاۋۇت ئۈسكۈنىلىرىنىڭ تېخنىكىلىق باشقۇرۇش قائىدىسى، ئۈسكۈنىلەرنى ئىشلىتىش، رېمونت قىلىش چۈشەندۈرۈشلىرىنى كادىر ۋە ئىشچىلارغا بېسىپ تارقىتىپ بېرىپ، ئىشلەپچىقىرىشنىڭ راۋان ئېلىپ بېرىلىشى ئۈچۈن ئاساس ياراتقان. مانا بۇ تەجرىبە كونكرېت يېزىلغان بولۇپ، نۇرغۇن ئورۇنلارنىڭ ئۆرنەك قىلىشىغىمۇ ئەرزىيدۇ.

3. تەجرىبىنى پاكىت ئارقىلىق يېزىپ، جانلىق ئىپادىلەشكە تىرىشىش كېرەك.

تەجرىبە ئەمەلىيەت جەريانىدا يەكۈنلەپ چىقىلغان نەرسە بولغاچقا، تەبىئىي ھالدا كونكرېت بولمايدۇ. ۋاھالەنكى، بۇ تەجرىبىنى ئوقۇرمەنلەرنىڭ ھەقىقىي قايىللىق بىلەن قوبۇل قىلىشىنى قولغا كەلتۈرۈش ئۈچۈن، ئومۇملاشتۇرۇش ئارقىلىق ئابستراكتلاشتۇرۇشقا، تەجرىبىنى كونكرېت پاكىتلار بىلەن ئىپادىلەشكە توغرا كېلىدۇ، يەنى تەجرىبىنى پەقەت كونكرېت پاكىتلار ئارقىلىق شەرھلەپ، پاكىت ئارقىلىق مەسىلىلەرنى ئوتتۇرىغا قويۇپ ھەم ھەل قىلىپ بەرگەندىلا، ئوقۇرمەنلەر تەجرىبىنىڭ زادى نېمە ئىكەنلىكىنى، قانداق ھاسىل بولغان تەجرىبە ئىكەنلىكىنى كۆرەلەيدۇ. بۇ مەقسەتكە يېتىش ئۈچۈن تەجرىبە خەۋەرلىرىنى خىزمەت خۇلاسىسى، خىزمەت دوكلاتى شەكلىدىكى قاتمال رامكا ئىچىدە يېزىشتىن قۇتۇلۇپ، ماتېرىياللارنى ئاخباراتنىڭ خۇسۇسىيىتىگە ماس ھالدا تاللاپ، جانلىق مىساللارنى قىستۇرۇپ، ئوبرازلىق بايان قىلىپ بېرىشكە تىرىشىش كېرەك. بۇ، مۇخبىرلارنىڭ قېتىرقىنىپ ئىزدىنىشى ۋە ئىدىيەنى ئازاد قىلىپ، يېڭىچىلىق ئىقتىدارىنى ئەركىن جارى قىلدۇرۇشىغا باغلىق، ئەلۋەتتە.

بەشىنچى پاراگراف ئاخبارات ئوچېرىكى

ئاخبارات ئوچېرىكى ئاخباراتقا خاس ئۇقۇم. ئۇ ئاخبارات خەۋەرچىلىكىدىكى ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىككە ئىگە بولغان بىر خىل ژانىر شەكلى. ئۇ ئۆزىدە ئەكس ئەتكۈزۈلگەن مەزمۇن، ئىپادىلەش ئۇسۇلى جەھەتلەردە ئوچېرىكتىن ياكى ئەدەبىي ئاخباراتتىن روشەن پەرقلىنىدۇ. ئۇنىڭ تۈپكى ئالاھىدىلىكى «چوڭقايتىش»، «قايتا گەۋدىلەندۈرۈش» بولۇپ، ئۇنىڭدا ئاخباراتلىق ۋەقەلەرنىڭ پۈتكۈل جەريانى ئەمەس، بەلكى شۇ ئاخباراتلىق ۋەقەنىڭ ئەڭ ئەھمىيەتلىك، ئەڭ گەۋدىلىك بولغان قىسمى ياكى بۆلىكى ئۈزۈۋېلىنىپ، خۇددى كىنولاردىكى ئالاھىدە كۆرۈنۈشلەرگە ئوخشاش جانلىق، ئوبرازلىق سۈرەتلىنىپ، ئوقۇرمەنلەر خۇددى شۇ ۋەقە ئىچىدە تۇرۇۋاتقاندەك، خۇددى شۇ ئادەمنى كۆرۈۋاتقاندەك ئەينەن تۇيغۇغا كەلتۈرۈلىدۇ. ئۇنىڭدا قانداق ۋەقەنىڭ يۈز بەرگەنلىكىنى ئەمەس، بەلكى ۋەقەنىڭ قانداق يۈز بەرگەنلىكىنى يېزىش ئاساسىي ئورۇندا تۇرىدۇ. شۇڭا، ئۇ بىرقەدەر كۈچلۈك نەق مەيدان تۇيغۇسىغا ئىگە بولىدۇ.

ئاخبارات ئوچېرىكىنى يېزىشتا تۆۋەندىكى نۇقتىلارغا دىققەت قىلىش كېرەك:

1. پاكىت ئاساسىي نۇقتىسىدىن ئالغاندا، ئۇنىڭدىكى پاكىتلار جەزمەن ئوچېرىك قىلىپ يېزىشقا بولىدىغان، جانلىق، ئەھمىيەتلىك بولۇشى، شۇنداقلا مۇخبىرنىڭ بىۋاسىتە كۆزىتىشى ئارقىلىق قولغا كەلگەن ماتېرىيال بولۇشى لازىم.

ئاخبارات ئوچېرىكى ئوقۇرمەنلەرنى كۈچلۈك جەلپ قىلىدىغان، ئۇلاردا چوڭقۇر تەسىرات پەيدا قىلىدىغان خەۋەر شەكلى. لېكىن، ھەرقانداق ئاخبارات ماتېرىياللىرىنىڭ

234

ھەممىسىنى مۇشۇ خىل شەكىل ئارقىلىق ئەكس ئەتكۈزۈشكە
بولىۋەرمەيدۇ. مۇئەييەن شەكىل مۇئەييەن مەزمۇن ئۈچۈن
خىزمەت قىلىدۇ. ئەسلىي پاكىتنىڭ ئۆزى كۈچلۈك
ئوبرازچانلىققا، روشەن ئالاھىدىلىككە، ئوچېرىك قىلىپ يېزىش
قىممىتىگە ئىگە بولۇشى كېرەك. ئەكسىچە، ماتېرىياللار
تەسىرچانلىققا ئىگە بولمىسا، كۆرۈنۈشلەر ئوقۇرمەنلەرنى جەلپ
قىلالمىسا، تىپىك ۋەقەلەردىكى ئالاھىدە شەخسلەرنىڭ مۇئەييەن
ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە ھەرىكەت جەريانى بولمىسا، بۇنداق
ئەسەر ئادەتتىكىچە بولۇپ قالىدۇ ـ دە، ياخشى ئۈنۈمگە
ئېرىشەلمەيدۇ. شۇڭا، مۇھىم تارىخىي ئەھمىيەتكە ئىگە زور
ۋەقەلەر، مۇھىم خاتىرىلەش پائالىيەتلىرى، جەڭ مەنزىرىلىرى،
جىددىي تۇس ئالىدىغان مۇسابىقىلەر ھەمدە كىشىلەرگە ئىلھام
بېرەلەيدىغان مۇھىم پائالىيەتلەر ئاخبارات ئوچېرىكى ئارقىلىق
ئەكس ئەتكۈزۈشكە تولىمۇ باب كېلىدۇ.

ئاخبارات ئوچېرىكىدا ۋەقەنىڭ قانداق يۈز بەرگەنلىكى
سۈرەتلەپ بېرىلىدىغان بولغاچقا، ئۇنىڭدىكى ماتېرىياللار جەزمەن
مۇخبىر ئىگىلىگەن بىرىنچى قول ماتېرىيال بولۇشى، بىرىنچى
قول ماتېرىيال بولغاندىمۇ مۇخبىر ۋەقە يۈز بېرىۋاتقان نەق
مەيداندا تۇرۇپ ئۆز كۆزى بىلەن كۆرگەن، ئۆز قۇلىقى بىلەن
ئاڭلىغان پاكىتلىق ماتېرىياللار بولۇشى كېرەك. باشقىلاردىن
ئاڭلىغان ماتېرىياللاردىن ئاخبارات ئوچېرىكى يازغىلى بولمايدۇ،
يازغان تەقدىردىمۇ ئۇ ئوچېرىك بولماي قالىدۇ، ئوچېرىكقا
ئوخشىتىلغان تەقدىردىمۇ چىنلىققا ئىگە بولمىغان توقۇلما بولۇپ
قالىدۇ. شۇڭا، مۇخبىرنىڭ نەق مەيداندا بىۋاسىتە كۆزىتىشى
ئاساسىدا يېزىلمىغان ئەسەرنى ئاخبارات ئوچېرىكى دەپ قاراشقا
بولمايدۇ.

ئاخبارات ئوچېرىكى يازماقچى بولغان مۇخبىر نەق مەيداننى
كۆزەتكەندە شۇنىڭغا دىققەت قىلىشى كېرەككى، ئۇنىڭ كۆز
ئالدىدا ئۆزۈكسىز ئۆزگىرىپ تۇرۇۋاتقان مەيداندىكى ھەربىر

كىشىنىڭ ئەڭ كىچىك ھەرىكىتىدىن تارتىپ، نەچچە مىڭلىغان ئادەمنىڭ سەلتەنەت بىلەن دەۋرەۋاتقان كەڭ ھەرىكەت كۆرۈنۈشىگىچە ئەسەردە تەسۋىرلىنىدىغان ئوبيېكت بولۇشى مۇمكىن. ۋاھالەنكى، نۇرغۇن نادىر كۆرۈنۈشلەر، تەسىرلىك كەيپىياتلار، كىشىلەر ھەرىكىتىدىكى قىياپەت، روھىي ھالەتلەر كۆزنى يۇمۇپ - ئاچقۇچە ئۆتۈپ كېتىدۇ. بۇنداق ئەھۋالدا مۇخبىر تولۇق ئىدىيەۋى تەييارلىق بىلەن تۇرۇپ، كۆزى، قۇلىقى، كاللىسىنى تەڭ ئىشقا سېلىپ، «دەقىقىلىق كۆرۈنۈش» لەرنى ماھىرلىق بىلەن بايقاپ قولغا كەلتۈرەلىشى، شۇنىڭ بىلەن بىللە بىرقەدەر جانلىق تىل ئارقىلىق ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشى لازىم. تۆۋەندىكى مىسالنى كۆرۈپ باقايلى:

«جۇڭگونىڭ ماۋ زېدۇڭ بىلەن ۋىدالىشىش مۇراسىمى
ئىنتايىن تەسىرلىك بولدى

جۇڭگونىڭ ماۋ زېدۇڭ بىلەن ۋىدالىشىش مۇراسىمى ھەيۋەتلىك، ئاددىي - ساددا ۋە ئىنتايىن تەسىرلىك بولدى.

بېيجىڭ ۋوگزالىدىكى چوڭ سائەت ئۈچكە داڭ ئۇرغان چاغدا، مەن ۋوگزال مەيدانىدا نەچچە ئون مىڭلىغان جۇڭگولۇق ئامما بىلەن بىللە تۇرۇۋاتقان بىردىنبىر چەت ئەللىك ئىدىم.

كىشىلەر ئۈچ مىنۇت سۈكۈتتە تۇرۇشتى. ئۇلار يۈك - تاقلىرىنى يەردە قويۇپ، قوللىرىنى تاشلاپ، ماۋ جۇشىنىڭ چوڭ سىزما رەسىمىگە تىكىلگىنىچە تۇرۇشتى. رەسىمنىڭ ئەتراپىغا سېرىق ۋە قارا رەڭلىك ماتەم لېنتىسى ئورالغانىدى.

ھېچقانداق ئاۋاز ئاڭلانمايتتى، پۈتۈن پائالىيەتلەر تامامەن توختىغانىدى. پۈتكۈل شەھەر قىمىر قىلىپمۇ قويمايتتى.

سائەت ئۈچىنچى داڭنى ئۇرۇش بىلەن پاراۋۇزنىڭ ئېچىنىشلىق گۈدۈك ئاۋازى جىمجىتلىقنى بۇزۇپ تاشلىدى.

بۇ چاغدا مەيداندىكى كانايلاردىن جۇڭگونىڭ ھەسرەتلىك

ماتەم مۇزىكا ساداسى ئاڭلىنىشقا باشلىدى.

مەيداندىكى پۇتكۇل كىشىلەر بىردىنلا باشلىرىنى تۆۋەن سېلىشتى. ھەممەيلەننىڭ كۆزى يەرگە تىكىلگەنىدى. ئۇلارنىڭ ئارىسىدا بالىسىنى دۈمبىسىگە تېڭىۋالغان يېزا ئاياللىرىمۇ، خەلق ئازادلىق ئارمىيەسىنىڭ پېشقەدەم جەڭچىلىرىمۇ، كونا پاسوندىكى قارا چاپان كىيگەن دېھقانلارمۇ بار ئىدى. بىلەكلىرىگە قارىلىق ۋە ئاق گۈل تاقاپ، مەيدىسىگە ماۋ زېدۇڭنىڭ ئىزنىكىنى ئېسىۋالغان ياشلارمۇ، بالىلارمۇ ئۇلارنىڭ ئارىسىدا تۇرۇشاتتى.

ئەتراپتىكىلەر يىغلاشقا باشلىدى. ئۇلارنىڭ ھېچقانداق زىيادە ھەرىكىتى ۋە نالە - پەريادى يوق بولۇپ، تولۇق غۇرۇرىنى ساقلاپ تۇراتتى.

ھېسسىيات ئىنتايىن كۈچەيگەن بۇ پەيتتە، مەن ئۆزۈمنى زادىلا يات ئادەم دەپ ھېس قىلالمىدىم. مەن ئۆزۈمنى كىشىلەرگە ئوخشاش قايغۇلۇق ھېس قىلدىم، كۆز يېشىمنى زادىلا توختىتالمىدىم.

پويىز ۋە زاۋۇتلاردىكى گۈدۈكلەر توختىغاندىمۇ نۇرغۇن كىشىلەر تېخىچە بېشىنى تۆۋەن سېلىشىپ تۇراتتى.

بەزىلەر كۆز ياشلىرىنى سۈرتۈشتى. بەزىلەر گويا بىرەر نەرسىسىنى يوقىتىپ قويغاندەك «ئۇلۇغ ئۇستاز»نىڭ رەسىمىگە تىكىلىپ تۇراتتى.

ئاھ، ماۋ زېدۇڭ راستىنلا ئالەمدىن ئۆتتى.»

(فىرانسىيە ئاخبارات ئاگېنتلىقى، 1976 - يىلى 18 - سېنتەبىر، مۇخبىر پېئاننىك)»

بۇ ئاخبارات ئوچېرىكى يۇقىرىقى تەلەپلەرنى تولۇق ئىسپاتلاپ بېرەلەيدۇ. مۇخبىر ئۇنىڭدا جۇڭگو خەلقىنىڭ 1976 - يىلى 18 - سېنتەبىردە ئۆتكۈزۈلگەن رەئىس ماۋ زېدۇڭغا تەزىيە بىلدۈرۈش زور پائالىيىتىنى ئۆز كۆزى بىلەن كۆرگەن بېيجىڭ

ۋوگزالىدىكى قىسمەن كۆرۈنۈش ئارقىلىق سۈرەتلەپ بېرىدۇ. قىسمەن كۆرۈنۈش بولغاندىمۇ كىشىلەرنىڭ قىياپىتى، چىرايى، كۆزىدىكى پەۋقۇلئاددە تەسىرلىك ھالەتلەر ئارقىلىق ھېسسىياتلىق سۈرەتلەپ بېرىدۇ.

2. ماتېرىيال تاللاش نۇقتىسىدىن مۇھىم ۋە ئەھمىيەتلىك بولغان ۋەقەنىڭ مەلۇم قىسىملىرىنى، شۇ قىسىملارنىڭ ئەڭ نادىر كۆرۈنۈشلىرىنى تاللاپ ئۆزۈۋېلىپ، مەركەزلىك سۈرەتلەپ بېرىش لازىم.

ئاخبارات ئوچېرىكىدا ۋەقەنىڭ ھەممىسىنى ئۇجۇر ـ بۇجۇرىغىچە يېزىشتىن ۋە پۈتۈن جەريانىنى، سەۋەب، نەتىجە مۇناسىۋەتلىرىنى باشتىن ـ ئاخىر بىرمۇبىر سۆزلەپ چىقىشتىن قاتتىق ھەزەر ئەيلەش كېرەك. پەقەت ۋەقەنىڭ چوڭقۇر ئەھمىيىتىنى چۈشەندۈرۈپ بېرەلەيدىغان «جان يېرى» نى تاللىۋېلىپ، نۇقتىلىق سۈرەتلەپ بەرگەندىلا، ئەسەرنىڭ ئىخچام، جانلىق، جەلپ قىلارلىق بولۇشتەك خۇسۇسىيىتىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بەرگىلى بولىدۇ. مەسىلەن، «ئۇرۇشتىن كېيىنكى لياڭشەن» ناملىق ئوچېرىكتا، ۋېيېتنامغا زەربە بېرىپ، ئۆزىمىزنى قوغداش ئۇرۇشىدا ئارمىيەمىزنىڭ قولغا كەلتۈرگەن شانلىق غەلىبىسى، يەنى دۈشمەننىڭ قاتمۇقات ئىستىھكاملىرىنى بىتچىت قىلىپ، لياڭشەن شەھىرىنى ئىشغال قىلغانلىقى بەش بۆلەككە ئايرىلغان ئايرىم ـ ئايرىم كۆرۈنۈشلەردە نۇقتىلىق سۈرەتلىنىدۇ:

«......

مۇخبىر سىم ـ سىم يامغۇر ۋە تۇمان ئىچىدە لياڭشەننىڭ شىمالىدىكى بىر ئېگىزلىك يېنىغا كېلىپ، ئۇ يەردە توختىتىپ قويۇلغان دۈشمەننىڭ بىر قوماندانلىق ئاپتوموبىلىنى كۆردى. بۇ ئاپتوموبىلنى يالاپ كەلگەن جەڭچىلەر بىزگە ياشانغان، بېشى تاقىر بولۇپ كەتكەن بىر دۈشمەن ئوفىتسېرىنىڭ مۇشۇ

ئاپتوموبىلدا ئېتىپ ئۆلتۈرۈلگەنلىكىنى سۆزلەپ بەردى.

قويۇق تۇمان لياڭشەن ئاسمىنىنى قاپلاپ تۇراتتى. شەھەرنىڭ جەنۇبى ۋە شىمالىدىكى ھەممە جايلار خارابىلىككە ئايلانغان بولۇپ، پۈتۈن كوچىلاردا ۋيېتنام قوشۇنى تاشلاپ كەتكەن قورال ـ ياراغ ۋە ھەر خىل يېمەكلىكلەر دۆۋىلىنىپ تۇراتتى. بۇ قورال ـ ياراغ ۋە يېمەكلىكلەرنىڭ كۆپىنچىسىنى ئېلىمىز ياردەم ھېسابىدىكى ماددىي ئەشيا قاتارىدا ۋيېتنامغا سوۋغا قىلغان.

.......»

(1979 ـ يىلى 6 ـ مارت شىنخۇا ئاگېنتلىقى گۇاڭشى ئالدىنقى سەپ تېلېگراممىسى، مۇخبىر يەن ۋۇ)

مۇخبىر لياڭشەندىكى بەزى دۈشمەن ئىستىھكاملىرىدا ھەممە كالېندارلارنىڭ تېخى 28 ـ فېۋرالغا ئۆرۈلمىگەنلىكىنى، بەزىلىرىنىڭ پەقەت 27 ـ فېۋرالغا ئۆرۈلگەنلىكىنى كۆردى. تەسەۋۋۇر قىلىشقا بولىدۇكى، ئۇلار كالېندارنى 26 ـ چېسلاغا ئۆرۈشى بىلەنلا ئارمىيەمىزنىڭ قاتتىق زەربىسىدىن ئەس ـ ھوشىنى يوقىتىپ، ئىككىنچى كۈنگە ئۆرۈشكە ئۈلگۈرەلمەي قالغان. بىر ۋيېتنام ئەسكىرىنىڭ ئائىلىسىگە يېزىپ سېلىشقا ئۈلگۈرەلمىگەن خېتىدە مۇنداق دەپ يېزىلغان: «بىزنىڭ بۇ يەردە ۋەزىيەت ئىنتايىن جىددىيلىشىپ كەتتى، ھەر كۈنى دېگۈدەك ئادەم ئۆلۈپ تۇرىدۇ. قايسى كۈنى مېنىڭ بېشىمغا كېلىدىغانلىقىنى بىلمەيمەن».

مانا بۇ يۇقىرىقى ئاخبارات ئوچېرىكىنىڭ 2 ـ، 3 ـ ۋە 5 ـ بۆلەكلىرى. مۇخبىر بۇ يەردە زىيارەت جەريانىدا بىۋاسىتە كۆرگەن پاكىتلىرىنى قاتتىق تاللاشتىن ئۆتكۈزۈپ، ئۇلارنى خۇددى كىنو فىلىملىرىدىكى يىراق كۆرۈنۈش، ئوتتۇرا كۆرۈنۈش ۋە ئالاھىدە كۆرۈنۈشلەرگە ئوخشاش، ئوخشىمىغان ئورۇن، ئوخشىمىغان دائىرىدىكى پەۋقۇلئاددە كۆرۈنۈشلەرگە بۆلۈپ،

نۇقتىلىق سۈرەتلەش ئارقىلىق، ئەسەر مەزمۇنىنىڭ جان يېرىنى كۆرسىتىپ بېرىش مەقسىتىگە يەتكەن.

3. ئىپادىلەش جەھەتتە ھەقىقىي پاكىتلار ئاساسىدا ئۇنۇملۇك تىل ۋاسىتىلىرىدىن پايدىلىنىپ، جانلىق ئوبرازلارنى سۈرەتلەپ بېرىش كېرەك.

ئاخبارات ئوچېرىكىدا مەزمون پاكىت ئارقىلىق سۆزلىنىپلا قالماستىن، يەنە جانلىق ئوبرازلار ئارقىلىق سۆزلىنىدۇ. جانلىق ئوبراز ئابستراكت ئۇقۇم بىلەن ئوخشىمايدۇ، كونكرېت مىسال بىلەنمۇ ئوخشىمايدۇ. كونكرېت مىسال ھەرقانچە كونكرېت بولغاندىمۇ، ئۇنىڭ ئوبرازلىق بولۇشى ناتايىن. جانلىق ئوبراز بولۇشى تېخىمۇ مۇمكىن ئەمەس. ئاخبارات ئوچېرىكىدىكى ئوبراز كىشىگە كۆز بىلەن كۆرگىلى بولىدىغان، قول بىلەن تۇتقىلى بولىدىغان، ھېس قىلغىلى بولىدىغان كونكرېت، روشەن شەيئىلەر تۇيغۇسىنى بېرىشى، ھەقىقىي، ئىشەنچلىك بولۇشى، ئوقۇرمەنلەرنىڭ قەلبىنى ھاياجانغا سالالىشى لازىم. شىنخۇا ئاگېنتلىقىنىڭ مۇخبىرى يەن ۋۇ 1949 ـ يىلى يازغان «ئارمىيەمىزنىڭ چاڭجياڭ دەرياسىنى كېسىپ ئۆتۈشى» ناملىق ئاخبارات ئوچېرىكى باشتىن ـ ئاخىر جانلىق ئوبرازلار بىلەن تولغان. ئوچېرىكتىكى بىر جۈملىنىڭ ئۆزىلا بىر جانلىق كارتىنىنى سۈرەتلەپ بەرگەن:

«سانسىز ئوت سىزىقچىلىرى جەنۇبىي قىرغاققا قاراپ ئۇچتى»، «زەمبىرەكلەردىن ئېتىلىپ چىققان يالقۇنلار دېڭىز يۈزىنى ۋە ئاسمانىنى قىزارتىۋەتتى»، «سانسىزلىغان چوڭ ـ كىچىك كېمىلەر جەنۇبقا قاراپ خۇددى ئوقيادەك ئۇچتى»، «كۆپچىلىك تىنىقىنى تۇختىتىپ ئوت يالقۇنىدا جىمىرلاۋاتقان دەريا سۈيىگە جىمجىت تىكىلىپ تۇرۇشاتتى» ... مانا بۇ جۈملىلەر ھەقىقىي پاكىت ئاساسىغا قۇرۇلغان جانلىق، ئوبرازلىق كۆرۈنۈشلەردۇر.

4. شەيئىلەرنىڭ ئالاھىدىلىكىنى ۋە ۋەقەلەرنىڭ يۇقىرى پەللىسىنى تۇتۇپ يېزىش كېرەك.

ئاخبارات ئوچېرىكىدا جەزمەن مۇھىم نۇقتا گەۋدىلەندۈرۈلۈشى لازىم. مۇھىم نۇقتا تۇتۇلمايدىكەن، ئاخبارات ئوچېرىكى مۇۋەپپەقىيەتلىك چىقمايدۇ. بۇ مۇھىم نۇقتا دەل شەيئىلەرنىڭ خۇسۇسىيىتىنى، ئالاھىدىلىكىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرەلەيدىغان بۆلەكلەر بىلەن، شۇنداقلا ۋەقە تەرەققىياتىدىكى يۇقىرى پەللە بىلەن بىۋاستە باغلىنىدۇ. بىز يۇقىرىدا مىسال قىلىپ كۆرسەتكەن «جۇڭگونىڭ ماۋ زېدۇڭ بىلەن ۋىدالىشىش مۇراسىمى ئىنتايىن تەسىرلىك بولدى» دېگەن ئاخبارات ئوچېرىكىدا ماتەم مۇراسىمىغا گۇدۇك چېلىنغان دەقىقە (يۇقىرى پەللە) ئىچىدىكى كىشىلەرنىڭ قىياپىتى، بولۇپمۇ كۆز ھەرىكىتى (مۇھىم نۇقتا) ئارقىلىق جۇڭگو خەلقىنىڭ قايغۇلۇق ھېسسىياتىنى ۋە ماۋجۇشىغا بولغان سېغىنىشىنى ناھايىتى تەسىرلىك سۈرەتلەپ بېرىدۇ.

5. مول ئالاھىدىلىككە ئىگە تەپسىلات تەسۋىرى بولۇشى لازىم.

شۇنداق ئېيتىشقا بولىدۇكى، تەپسىلات تەسۋىرى ئاخبارات ئوچېرىكىغا جان كىرگۈزىدىغان، كىشىلەردە ئۇنتۇلماس تەسىرات پەيدا قىلىدىغان ئەڭ مۇھىم ھالقا. ئاخبارات ئوچېرىكىدا نەق مەيدان مەنزىرىسى ۋە كەيپىياتىنى جانلىق ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىشتە تەسۋىري سۆزلەرگە تايانغان بىلەن بولمايدۇ، ئەڭ مۇھىمى مەيداندا پائالىيەت ئېلىپ بېرىۋاتقان شەخسلەرنىڭ پائالىيەت تەسۋىرى ئارقىلىق ئەكس ئەتتۈرۈش كېرەك. شەخسلەرنىڭ پائالىيىتى بولغانىكەن، ئۇنىڭدا سۆزمۇ، ھەرىكەتمۇ بولىدۇ. چىرايلاردىكى كۈلكە ـ تەبەسسۇم ۋە ھەيرانلىقمۇ بولىدۇ، ۋەقەلىك دېتاللىرىمۇ بولىدۇ. مانا بۇنىڭدىكى ئالاھىدىلىككە ئىگە تەپسىلاتلارنى تۇتۇپ تەسۋىرلىگەندە، نەق مەيدان مەنزىرىسىنى قايتا گەۋدىلەندۈرۈپ، ھېسسىيات بىلەن

سۇغىرىلغان جانلىق ئوبرازلارنى سۈرەتلەپ بەرگىلى بولىدۇ. مەسىلەن، شىنخۇا ئاگېنتلىقى مۇخبىرى ۋاھاپ ئەزىمەت يازغان «ماھارەت كۆرسىتىشتىكىمۇ مۇۋەپپەقىيەتلىك بولدى» ناملىق ئاخبارات ئوچېرىكى بۇنىڭغا مىسال بولالايدۇ:

«مۇشۇ ئاينىڭ 11 ـ كۈنى چۈشتىن كېيىن، ئۈرۈمچى نەنمېن تەنتەربىيە مەيدانىدا مىللىيچە كىيىم كىيگەن بىر ئۇيغۇر قىز دارۋازلىق ماھارىتى كۆرسەتتى.

ئۇ ئىككى قولىدا بىر تال بادرىنى چىڭ تۇتۇپ، بېشىغا سەككىز چىنىنى دەستىلەپ، سالماق قەدەم تاشلاپ، يەتتە قەۋەتلىك بىنا ئېگىزلىكىگە تەڭ كېلىدىغان ھاۋا بوشلۇقىدا قىرىق بەش گىرادۇس يانتۇلۇقتىكى ئارقان ئۈستىدە يالاڭ ئاياغ ماڭدى. تاماشىبىنلار ئۇنىڭدىن قاتتىق ئەنسىرىدى. لېكىن، ئۇ بىر ـ بىرىدىن قىيىن ھەرىكەتلەرنى كەينى ـ كەينىدىن ئېغىر ـ بېسىقلىق بىلەن ئورۇنلىدى.

ئۇ دار ئۈستىدە بىر پۈتىنى قولىدىكى بادرىنىڭ ئۈستىدىن ئۆتكۈزگەندە، مەيىن شامال چىققاندەك بولدى. قىز داۋالغۇپ كەتتى. بىرمۇنچە تاماشىبىنلار ئىختىيارسىز ھالدا «ۋايجان!» دەپ ۋارقىرىۋەتتى. لېكىن، قىزچاق قىلچە ھودۇقماي، ئۆزىنى تۇختىتىپ، ماھارەت كۆرسىتىشنى داۋاملاشتۇردى.

ئۇ شوخ چېلىنىۋاتقان ناغرا ـ سۇناي، مۇزىكا ساداسى ۋە تاماشىبىنلارنىڭ تەنتەنىسى ئىچىدە تاختىپەرگە چىقتى. بۇ چاغدا تاماشىبىنلار ئۇنىڭ ماھارىتىگە ئاپىرىن ئوقۇپ، ئۇزاققىچە قىزغىن ئالقىش ياغدۇراتتى.

......»

6. بىر خىل ئۇسۇل بىلەن چەكلىنىپ قالماسلىق، تۈرلۈك يوللار ئارقىلىق جانلىق ئىپادىلەپ بېرىش لازىم.

يۇقىرىدا كۆرسىتىلگەن تەلەپلەر بىر پارچە ئاخبارات ئوچېرىكىدا ئاشۇلارنىڭ ھەممىسىنى بىراقلا ئورۇنلاش كېرەك،

دېگەندىن دېرەك بەرمەيدۇ. ئاپتور ئاخبارات ئوچېرىكىنىڭ تۈپ ئالاھىدىلىكىگە ھۆرمەت قىلغان ئاساستا ئۆزى ئىگىلىگەن پاكىتلىق ماتېرىياللارنى جانلىق ئىپادىلەپ بېرىشكە مۇۋاپىق كېلىدىغان ھەر خىل ئۇسۇل ۋە شەكىللەردىن بىمالال پايدىلانسا بولىۋېرىدۇ. ئاخبارات ئوچېرىكىدا ئادەمنىمۇ، ۋەقەنىمۇ يېزىشقا بولىۋېرىدۇ. ئادەمنى يازغاندا شۇ مەزگىل ئىچىدە كىشىلەرنىڭ دىققەت مەركىزى بولغان ئالىم، يازغۇچى، سەنئەتكار ۋە ھەرقايسى ساھەلەردىكى تۆھپە ياراتقان ئاخباراتلىق شەخسلەرنى مۇئەييەن ھەرىكەت مۇھىتى ئىچىگە قويۇپ كۆزىتىپ، ئۇلارنىڭ خىزمەت پائالىيىتى، سۆزى، قىياپىتى ۋە خاراكتېرى قاتارلىقلارنى ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىك نۇقتىسىدىن گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشكە تىرىشىش كېرەك. ۋەقەنى يازغاندا، زور سىياسىي، ئىجتىمائىي پائالىيەتلەرنى، ئۇشتۇمتۇت يۈز بەرگەن ۋەقەلەرنى، تۇرمۇشتىكى ئەھمىيەتلىك كۆرۈنۈش ۋە يېڭى ئۆزگىرىشلەرنى قىسمەنلىكتىن تاللاپ، روشەن بىر مەركىزىي ئىدىيە ئاستىدا يىغىنچاق گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشكە ئەھمىيەت بېرىش لازىم. بۇلار ئۈستىدە قەلەم تەۋرەتكەندە، ئاپتور باشتىن ـ ئاخىر نەق مەيداندىكى ئەھۋاللارنى ئەينەن ئىپادىلەش ئۇسۇلىنى قوللانسىمۇ ياكى ئومۇملاشتۇرۇپ بايان قىلىش بىلەن ئوبيېكتىپ سۈرەتلەشنى بىرلەشتۈرسىمۇ، زۆرۈر تېپىلغاندا دىيالوگلارنى بەرسىمۇ، ھېكايە ۋە رىۋايەتلەرنى قىستۇرسىمۇ، مۇھاكىمە يۈرگۈزۈپ، لىرىك ھېسسىياتنى ۋەقەگە باغلاپ تۇرۇپ بىۋاسىتە ئىپادىلىسىمۇ، زۆرۈر ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرىنى بېرىپ، ئوچېرىكنىڭ مەزمۇن قاتلىمىنى بېيىتسىمۇ بولىدۇ. مەسىلەن، 1988 ـ يىلى ئاپتونوم رايونىمىز بويىچە ياخشى ئاخبارات ئەسەرلىرىنى باھالاشتا ئالاھىدە مۇكاپاتقا ئېرىشكەن يۈسۈپجان ئەخمىدىنىڭ «ئىتتىپاقلىق مەركىزى» ناملىق ئاخبارات ئوچېرىكىدا يۇقىرىقى نۇقتىلار بىرقەدەر ياخشى ئىپادىسىنى تاپقان. ئومۇمەن ئېيتقاندا، ئاخبارات ئوچېرىكىدا ئاپتورنىڭ بەدىئىي ئىقتىدارى ۋە ئۆز خاسلىقىنى ئەركىن جارى قىلدۇرۇش

ئۇچۇن بىرقەدەر كەڭ ئىمكانىيەت بېرىلىدۇ.

ئالتىنچى پاراگراف قىسقا خەۋەر

قىسقا خەۋەر يېقىنقى يىللاردىن بۇيان گېزىت ئىستونلىرىدا ئايرىم كۆزگە تاشلىنىدىغان بىر خىل خەۋەر تۈرى بولۇپ قالدى. ئۇ ئاخبارات خەۋەرچىلىكىدىكى ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەرلەرگە مەنسۇپ بولۇپ، ھەجمى كىچىك، سەھىپىسى قىسقا كېلىدۇ، ئادەتتە ئىككى ـ ئۈچ جۈملىدىن ئاشمايدۇ. ئۇنىڭ ئەڭ روشەن ئالاھىدىلىكى، ئەڭ تېز سۈرئەت بىلەن، ئەڭ ئىخچام تىل ئارقىلىق مەلۇم بىر يېڭى ۋەقە، يېڭى ئەھۋال، يېڭى يۈزلىنىش، يېڭى نەتىجىنى دەرھال خەۋەر قىلىپ، ئوقۇرمەنلەرنى قانداق ئەھۋال يۈز بەرگەنلىكىدىن دەل ۋاقتىدا خەۋەردار قىلىش.

قىسقا خەۋەرلەرنىڭ كۆپىيىشى ۋە تەكىتلىنىشىدىكى سەۋەب، بىرى، ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنىڭ تېز ھەم قىسقا بولۇشتەك ئالاھىدىلىكى تېخىمۇ يۇقىرى تەلەپ نۇقتىسىغا كۆتۈرۈلگەنلىكىدىن بولسا، يەنە بىرى، دەۋر ۋە ئوقۇرمەنلەرنىڭ تەلىپىگە ئۇيغۇنلىشىشقا توغرا كەلگەنلىكىدىن بولدى. دەۋر تەرەققىي قىلغانسېرى يېڭىلىقلار ئۈزۈكسىز بارلىققا كېلىپ، خەۋەر قىلىشقا تېگىشلىك نەرسىلەر كۆپەيدى، گېزىت، رادىيو ۋە تېلېۋىزورنىڭ چەكلىك سەھىپىسى، ۋاقتى ئىچىدە بۇ نەرسىلەرنى خەلق ئاممىسىغا دەل ۋاقتىدا يەتكۈزۈپ بېرىش ئۇچۇن قىسقا خەۋەر شەكلىگە مۇراجىئەت قىلماي بولمىدى؛ دەۋر تەرەققىي قىلغانسېرى كىشىلەرنىڭ خىزمەت ۋە تۇرمۇش رىتىمى تېزلەشتى. نۇرغۇنلىغان كىشىلەر ئۆزۈندىن ـ ئۇزۇن خەۋەرلەرنى ئاڭلاشقا، ئوقۇپ ئولتۇرۇشقا ۋاقىت ئاجرىتالمايدىغان بولۇپ قالدى. ئۇلار قىسقا ۋاقىت ئىچىدە قىسقا سەھىپىلەر ئارقىلىق تېخىمۇ كۆپرەك ئۇچۇرغا ئىگە بولۇشنى ئۈمىد قىلدى. ئەمەلىيەتتىمۇ ھازىر نۇرغۇن ئوقۇرمەنلەر گېزىت خەۋەرلىرىنىڭ

ماۋزۇسى ۋە مۇقەددىمىسىگە بىر قۇر كۆز يۈگۈرتۈپ قويۇش بىلەنلا كۇپايىلىنىدۇ. مانا بۇ قىسقا خەۋەرلەرنىڭ زۆرۈرلۈكى، رولى ۋە قىممىتىنى مەلۇم نۇقتىدىن كۆرسىتىپ بېرىدۇ.

ئۇنداقتا قىسقا خەۋەر قانداق يېزىلىدۇ؟

1. قىسقا خەۋەردە بىرلا ۋەقە يېزىلىپ، ۋەقەنىڭ ئەھۋالى ئەڭ ئىخچام جۈملە ئارقىلىق يىغىنچاقلىنىپ ئەكس ئەتكۈزۈلىدۇ.

ئۇنىڭدا ۋەقەنىڭ جەريانى، تەپسىلاتى سۆزلەنمەيدۇ، نېمە ئەھۋال يۈز بەرگەنلىكى يېزىلسىلا بولىدۇ. ئادەتتە ئىككى ـ ئۈچ جۈملىدىن ئاشمايدۇ. گاھىدا بىر جۈملە ئارقىلىقمۇ ئىپادىلىنىدۇ. شۇڭا، «بىر جۈملىلىك خەۋەر» دەپمۇ ئاتىلىدۇ. مەسىلەن:

«شىنخۇا ئاگېنتلىقى گۇاڭشى، يۈننەن چېگرا مۇداپىئە ئالدىنقى سېپى 22 ـ فېۋرال تېلېگراممىسى: جۇڭگو خەلق ئازادلىق ئارمىيەسى گۇاڭشى، يۈننەن چېگرا مۇداپىئە قىسىملىرىنىڭ ۋيېتنام تاجاۋۇزچىلىرىغا قايتۇرما زەربە بېرىش جېڭى يەنە داۋام قىلماقتا».

(«خەلق گېزىتى» 1979 ـ يىلى 21 ـ فېۋرال)

2. قىسقا خەۋەردە مۇقەددىمە بولمايدۇ.

خەۋەرنىڭ ئارقا كۆرۈنۈشىمۇ تاپشۇرۇلمايدۇ، خەۋەرنىڭ بەش ئاملى ئىچىدىكى «قانداق سەۋەب» دېگەن ئاملى كۆپىنچە هاللاردا يېزىلمايدۇ. شۇڭا، ئۇ يېڭىدىن يۈز بەرگەن ئەھۋاللارنى تېز، ئىخچام خەۋەر قىلىشقا، يېڭى يۈزلىنىش هالەتلىرىنى كۆپرەك ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشكە ئەڭ مۇۋاپىق كېلىدۇ. مىسال ئۈچۈن تۆۋەندىكى ئىككى پارچە خەۋەرنى كۆرۈپ باقايلى:

«جەنۇبىي جۇڭگونىڭ شېكەر قومۇشى تارىمدا ئۆستۈرۈلدى

تارىم ئويمانلىقىدا تۇنجى قېتىم شېكەر قومۇشى تېرىلىپ مۇۋەپپەقىيەت قازىنىلدى. بۇ سىناقنى يېزا ئىگىلىك ئىشچىسى

ليۇ يەنبىڭ دادىللىق بىلەن ئېلىپ باردى. ئۇ شىنجاڭ ئىشلەپچىقىرىش – قۇرۇلۇش بىڭتۇەننىڭ 16 – تۇەن مەيدانىدا ئىشلەيدۇ. ئۇ بۇ يىل ئاپرىلدا جەنۇبىي جۇڭگونىڭ شېكەر قومۇشى ئۇرۇقىنى ئالدۇرۇپ، يېرىم مو يەرگە سىناق تەرىقىسىدە تېرىدى. ئۇنىڭدىن يەتمىش ئالتە مىڭ تۈپتىن ئارتۇق شېكەر قومۇشى ئۈنۈپ، ئون مىڭ كىلوگىرامدىن ئارتۇق ھوسۇل ئالدى. بۇ مۇۋەپپەقىيەت شۇ جايىنىڭ شېكەر ئىشلەپچىقىرىشىنى راۋاجلاندۇرۇش ئۈچۈن يېڭى يول ئېچىپ بەردى.»

(شىنخۇا ئاگېنتلىقى)

بۇ قىسقا خەۋەردە ئايرىم مۇقەددىمە بېرىلمىگەن، شۇنداقلا شېكەر قومۇشىنىڭ ئەسلىي ئۆسۈش شارائىتىغا دائىر ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرىمۇ تاپشۇرۇلمىغان. پەقەت جەنۇبىي جۇڭگودىلا كۆپ ئۆسىدىغان بۇ ئۆسۈملۈكنىڭ تارىمدىن ئىبارەت قۇرغاق رايون شارائىتىدىمۇ تېرىپ ئۆستۈرۈلۈپ، مۇۋەپپەقىيەت قازىنىلغانلىقىدىن ئىبارەت بىر يېڭىلىق ئەكس ئەتكۈزۈلگەن.

246

«ھاۋا ئارمىيەسىنىڭ تىك ئۇچار ئايروپىلانى تۇنجى قېتىم ئالى رايونىغا قاتنىدى

شىنخۇا ئاگېنتلىقى ئۈرۈمچى خەۋىرى: 5 – سىنتەبىر كۈمۈش رەڭلىك بىر ھەربىي تىك ئۇچار ئايروپىلان شىمالىي شىنجاڭنىڭ ئالى ئېگىزلىكىدىكى رىتۇ ناھىيەسىگە قوندى. بۇ قېتىمقى ھاۋا قاتنىشىنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك بولۇشى ئالى رايونىغا ئايروپىلان قاتنىيالماسلىق تارىخىغا خاتىمە بەردى.

بۇ تىك ئۇچار ئايروپىلان ئۈرۈمچى ھاۋا ئارمىيە قىسىملىرى تەرىپىدىن ئەۋەتىلگەن، جەنۇبىي شىنجاڭنىڭ مەلۇم ئايرودۇرۇمىدىن ئۇچقانىدى.»

بۇ قىسقا خەۋەردە يۇقىرىدىكى ئىككى ئالاھىدىلىك بولغاندىن تاشقىرى، سەۋەب ئامىلىمۇ تاپشۇرۇلمىغان. يەنى، ئالى رايونىغا

ئايروپىلان قونالىماسلىقىنىڭ سەۋەبى نېمە؟ بۇ ئايروپىلاننىڭ تۇنجى قاتنىشىدىكى ۋەزىپىسى، مەقسىتى نېمە؟ دېگەن مەسىلىلەرگە جاۋاب بېرىلمىگەن. يېڭى ئەھۋالنىڭ ئۆزىلا مەلۇم قىلىنغان.

3. قىسقا خەۋەرلەردە چوڭ، مۇھىم ئىشلارنى يېزىشقىمۇ، ئادەتتىكى ئىشلارنى يېزىشقىمۇ بولىدۇ.

قىسقا خەۋەرلەرنىڭ قىسقا قىلىپ يېزىلىشى ھەرگىزمۇ ئۇنىڭدىكى مەزمۇنلارنىڭ ئەتراپلىق، تەپسىلىي قىلىپ يېزىشقا ئەرزىمەيدىغانلىقىدىنلا ئەمەس. بەزى مۇھىم زور ۋەقەلەردە ۋاقىتنى قولغا كەلتۈرۈش، ئاساسىي پاكىتنىلا گەۋدىلەندۈرۈش ئۈچۈن، بۇ ئىخچام شەكىل قوللىنىلىدۇ. شۇنداقلا، گېزىتتىكى كۆزگە كۆرۈنەرلىك ئورۇنغا بېرىلىدۇ. بۇنىڭدىن باشقا، ۋاقىتچانلىقى ئانچە كۈچلۈك بولمىغان، مۇھىملىق دەرىجىسى ئانچە يۇقىرى بولمىغان، ئەمما يەنىلا خەۋەر قىلىش قىممىتىنى ھازىرلىغان بەزى ۋەقەلەر كۆپىنچە قىسقا خەۋەر قىلىپ يېزىلىدۇ. گېزىتلەردە يۇقىرىقىدەك كۆزگە كۆرۈنەرلىك ئورۇنغىمۇ بېرىلمەيدۇ. بۇ خىلدىكى خەۋەرلەر مەلۇم سانغا يەتكەندە بىرتۇتاش پىلانلىنىپ، «قىسقا خەۋەرلەر»، «ۋەتىنىمىزنىڭ ھەرقايسى جايلىرىدا»، «تىيانشان ئەتراپلىرىدا» دېگەنگە ئوخشاش سەھىپىلەر ئاستىدا بېرىلىدۇ.

قىسقا خەۋەر ئاخبارات خەۋەرچىلىكىدىكى چاققان ھەم ئىخچام، بىر ئوقۇپلا چۈشەنگىلى بولىدىغان، ئاز ۋاقىت سەرپ قىلىنىدىغان خەۋەر بولغاچقا، خىزمىتى ئالدىراش، گېزىت كۆرۈش ۋاقتى ئاز بولغان ئوقۇرمەنلەرنىڭ قارشى ئېلىشىغا ئېرىشىدۇ. ئۇ قىسقا سەھىپە ئارقىلىق كۆپ تەرەپلىمە ئەھۋاللارنى ئەكس ئەتكۈزۈشكە، گېزىتنىڭ سىغىمچانلىقىنى، رەڭدارلىقىنى، ئۇچۇر مىقدارىنى ئاشۇرۇشقا نىسبەتەن سەل قاراشقا بولمايدىغان رولغا ئىگە بولۇپلا قالماي، ئوقۇرمەنلەرنىڭ نەزەر دائىرىسىنى كېڭەيتىشكىمۇ ياردىمى تېگىدۇ.

ئونىنچى باب تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ يېزىلىشى

بىرىنچى پاراگراف تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ ئالاھىدىلىكى ۋە تۈرلىرى

تەپسىلىي خەۋەر ئېلىمىز گېزىتلىرىدە كۆپ ئۇچرايدىغان بىر خىل ژانىر بولۇپ، ئۇ خەۋەرلەرگە ئوخشاشلا ئاخباراتقا مەنسۇپ بولغان يېزىقچىلىق تۈرىدۇر. تەپسىلىي خەۋەر ئۆز ئىسمىدىن مەلۇمكى، ئۇ خەۋەرلەرگە سېلىشتۇرغاندا رېئال پاكىتلارنى تەپسىلىي، ئەتراپلىق ۋە مۇكەممەل خەۋەر قىلىش يولى بىلەن كىشىلەرگە مۇئەييەن ئوبراز ئارقىلىق تەسىر كۆرسىتىدىغان خەۋەرچىلىك شەكلىدۇر. گېزىتلەردە مەلۇم بىر ئاخبارات پاكىتى خەۋەر قىلىنغاندا، گاھىدا يالغۇز تەپسىلىي خەۋەر شەكلىلا قوللىنىلىدۇ، گاھىدا ئادەتتىكى خەۋەر بىلەن بىللە ياكى ئۇنىڭدىن كېيىن تەپسىلىي خەۋەر بېرىلىدۇ. بۇنىڭدىن قارىغاندا، تەپسىلىي خەۋەر مەلۇم مەنىدىن خەۋەرنىڭ كېڭەيتىلىشى ياكى تولۇقلىنىشىدۇر.

ئەمەلىيەت شۇنى ئىسپاتلىدىكى، تەپسىلىي خەۋەر گېزىت ۋە رادىيو خەۋەرچىلىكىدىكى ئاساسلىق تەشۋىقات ۋاسىتىسى، ئۇ ئۆزىدە ئەكس ئەتكۈزۈلگەن ئىلغار كوللېكتىپ ۋە ئىلغار شەخسلەر ئوبرازى ئارقىلىق ھەرقايسى ساھەلەردىكى خىزمەتلەرنى ئىلگىرى سۈرۈشتە، كىشىلەرنىڭ روھىغا ئىلھام بېرىپ ئەۋلادلارنى تەربىيەلەشتە، بىر ئەۋلاد قەھرىمانلارنى يېتىشتۈرۈشتە زور تۈرتكىلىك رول ئوينايدۇ. 1950 ـ يىللارنىڭ

دەسلەپتە يېزىلغان مەشھۇر تەپسىلىي خەۋەر «ئەڭ سۆيۈملۈك كىشىلەر كىم» تاكى ھازىرغىچە كىشىلەرنىڭ ئاغزىدا تارقىلىپ يۈرمەكتە. ئۇنىڭدىكى يۈكسەك ۋەتەنپەرۋەرلىك ۋە ئىنتېرناتسيونالىزملىق روھقا ئىگە سۆيۈملۈك پىدائىي قىسىم جەڭچىلىرىمىزنىڭ ئوبرازى مىليونلىغان ئوقۇرمەنلەرنىڭ قەلبىدە ئۆچمەس تەسىر قالدۇرغان. 1960 ـ يىللاردىكى «ناھىيەلىك پارتكوم شۇجىلىرىنىڭ ئۈلگىسى ــ جياۋ يۈلۇ» ھېلىمۇ كەڭ كادىر ۋە ئاممىنىڭ سوتسىيالىستىك زامانىۋىلاشتۇرۇش قۇرۇلۇشىدىكى جاپاغا چىداپ كۆرەش قىلىش روھىغا ئىلھام بەرمەكتە.

ئۇنداقتا تەپسىلىي خەۋەر قانداق ئالاھىدىلىككە ئىگە؟

تەپسىلىي خەۋەر ئاخبارات خەۋەرچىلىكىگە مەنسۇپ بولغانىكەن، ئۇ خەۋەرچىلىكتىكى ھەر خىل ژانىرلاردا بولۇشقا تېگىشلىك ئورتاق خۇسۇسىيەتنى ھازىرلىشى كېرەك. بۇ ئورتاق خۇسۇسىيەت تەپسىلىي خەۋەرنىڭ تۆۋەندىكى ئۈچ تەرەپتىكى ئالاھىدىلىكىنى شەكىللەندۈرىدۇ:

بىرىنچى، ھەقىقىيلىق. تەپسىلىي خەۋەرلەردە ئاخباراتنىڭ ھەقىقىيلىق پرىنسىپىغا ھەرگىز خىلاپلىق قىلىنماسلىقى لازىم. ھەقىقىيلىق ــ تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ جېنى. ئۇنىڭدا يېزىلغان پاكىتلار پۈتۈنلەي ھەقىقىي، چىن بولمايدىكەن ياكى قىسمەن ساختىلىق ئارىلىشىپ قالىدىكەن، ئۇ تەپسىلىي خەۋەر بولالماي قالىدۇ. چۈنكى، تەپسىلىي خەۋەر ھېكايىگە ئوخشىمايدۇ، ھېكايە توقۇلما بولىدۇ، ئۇنىڭدا ئاپتور تۇرمۇشتا يۈز بېرىشى مۇمكىن بولغان ئىشلارنى ئۆزىنىڭ تەسەۋۋۇرىغا تايىنىپ توقۇپ چىقىرىدۇ ياكى ئىجتىمائىي تۇرمۇشتىكى خىلمۇخىل ھادىسە، خىلمۇخىل ئادەملەرنى يىغىنچاقلاپ بىر گەۋدە قىلىپ، تىپىك شارائىتتىكى تىپىك قەھرىماننىڭ ئوبرازىنى يارىتىدۇ. ھېكايىلەردىمۇ تۇرمۇش چىنلىقىغا ھۆرمەت قىلىش تەلەپ قىلىنىدۇ. لېكىن، ئۇنىڭدىكى چىنلىق

رېئاللىقتىكى ھەقىقىي چىنلىقنىڭ ئۆزى ئەمەس. ئاخبارات پاكىتلىرىنى يەتكۈزۈپ بېرىشنى ئۇستىگە ئالغان تەپسىلىي خەۋەرلەردە بولسا، بۇ خىل ئۇسۇلنى قوللىنىشقا بولمايدۇ. مەيلى ئۇنىڭدا يېزىلغىنى ئادەم بولسۇن، ۋەقە بولسۇن، مەيلى مۇھىت، ئورۇن، ۋاقىت، تەپسىلات بولسۇن، ھەممىسى ئوبيېكتىپ پاكىتقا تامامەن ئۇيغۇن بولۇشى، قىلچىلىك توقۇلما ۋە مۇبالىغە بولماسلىقى لازىم. شۇڭا، ھېكايىلەردىكى شەخسلەرنىڭ كونكرېت، ھەقىقىي، ئىزدەپ تاپقىلى بولىدىغان ئىسمى، ئادرېسى بولمايدۇ. ئۇلار توقۇلما ۋە غايىۋى شەخسلەر. تەپسىلىي خەۋەرلەردىكى شەخسلەر بولسا شۇ ئىسىم ۋە ئادرېس بويىچە تاپقىلى بولىدىغان، رېئال تۇرمۇشتا ھەقىقىي مەۋجۇت، كونكرېت شەخسلەر بولىدۇ.

ئىككىنچى، يېڭىلىق. تەپسىلىي خەۋەر يەنە ئاخباراتقا خاس يېڭىلىقنى ھازىرلىشى كېرەك. كىشىلەر تەپسىلىي خەۋەرنى ئوقۇغاندا يېقىندا ۋە يېڭىدىن يۈز بەرگەن تەپسىلىي، جانلىق پاكىتلاردىن خەۋەردار بولۇشنى ئۈمىد قىلىدۇ. شۇڭا، ئۇنىڭدىكى پاكىتلار مەيلى مەزمۇنى جەھەتتىن بولسۇن، مەيلى ۋاقىت جەھەتتىن بولسۇن، جەزمەن يېڭى بولۇشى لازىم. بۇ نۇقتىدا تەپسىلىي خەۋەر بىلەن ھېكايە ئوخشىمايدۇ. ھېكايىدە ئۆتمۈشتىكى تارىخىي تېمىلارنى يېزىشقىمۇ بولىدۇ، لېكىن تەپسىلىي خەۋەردە جەزمەن يېڭىدىن يۈز بەرگەن پاكىتلار يېزىلىشى كېرەك. دەرۋەقە، بىرمۇنچە تەپسىلىي خەۋەرلەردە مەلۇم شەخس ۋە مەلۇم ۋەقەلەرگە مۇناسىۋەتلىك بولغان تارىخىي ئەھۋاللار يېزىلىدۇ. لېكىن، ئۇ تەپسىلىي خەۋەردە پەقەتلا قوشۇمچە خاراكتېردىكى ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىيالى سۈپىتىدىلا ئوتتۇرىغا چىقىدۇ. شۇنداقلا تارىخىي ئەھۋال بولغان تەقدىردىمۇ ئۇ تۇنجى قېتىم بايقىلىپ ئوتتۇرىغا چىققان بولسا، ئۇ يەنىلا يېڭىلىققا ئىگە بولىدۇ.

ئۈچىنچى، بىۋاستىلىك. تەپسىلىي خەۋەرلەردە پاكىت بايان

قىلىنغاندا قوللىنىلغان ھەر خىل ئىپادىلەش ۋاستىلىرى جەزمەن بىۋاستىلىككە ئىگە بولۇشى كېرەك. پاكىت ئاساسىدا بىۋاستە يېزىش — ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنىڭ تۈپ پرىنسىپى. ھېكايە ئادەتتە بۇنداق چەكلىمىگە ئۇچرىمايدۇ. ئۇنىڭدا مۇبالىغە قىلىنغان تەسۋىر ئارقىلىق كىشىلەرنىڭ كەيپىياتىغا تەسىر كۆرسىتىشكە، ئەقلىي يەكۈن ئارقىلىق ئوقۇرمەنلەرگە بىرەر خۇلاسىنى كۆرسىتىپ بېرىشكە، شۇنداقلا تېخىمۇ كۆپ بايان ۋە لىرىكىلار ئارقىلىق ئوقۇرمەنلەرنى ۋەقەلىك تەرەققىياتىنى چۈشىنىشكە يېتەكلەشكە بولىدۇ. تەپسىلىي خەۋەردە بولسا ئوقۇرمەنلەرگە جەزمەن ئېنىق، مۇكەممەل، ھەقىقىي ۋە ئىشەنچلىك بولغان پاكىت تاپشۇرۇلۇشى لازىم. ئەگەر ئۇنىڭدىكى بايان، چۈشەندۈرۈش، مۇھاكىمە ۋە لىرىكىلار بىۋاستە، ھەقىقىي، لايىقىدا بولمىسا، تەسۋىر بىۋاستە كۆرگەن نەرسىلەر ئاساسىدا بولمىسا، ئۇنداقتا ئۇ ئۆز خۇسۇسىيىتىدىن يىراقلىشىپ كېتىدۇ.

مانا بۇ ئۈچ نۇقتا تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ئاخبارات ژانىرى بولۇش سۈپىتى بىلەن ھازىرلىشى كېرەك بولغان ئورتاق ئالاھىدىلىكى.

ئۇنداقتا تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىكى نېمە؟ بۇنى ئادەتتىكى خەۋەرلەرگە سېلىشتۇرغاندا تۆۋەندىكى تەرەپلەرنى كۆرۈۋالايمىز:

1. مەزمۇن جەھەتتىن ئالغاندا، تەپسىلىي خەۋەر بىر خىل ئىنچىكە، چوڭقۇرلاپ خەۋەر قىلىش بولۇپ، بۇ ئۇنىڭ ئادەتتىكى خەۋەرلەردىن پەرقلىنىپ تۇرىدىغان روشەن ئالاھىدىلىكى.

خەۋەرلەردە پاكىتلار بىرقەدەر يىغىنچاق، ئىخچام يېزىلىدۇ. تەپسىلىي خەۋەرلەردە بولسا كونكرېت تەپسىلاتلىرىنى سۈرەتلەشكە كۆپرەك ئېتىبار بېرىلىدۇ. خەۋەرلەردە پاكىتنىڭ ئۆزى ئارقىلىق سۆزلىنىدۇ، تەپسىلىي خەۋەردە كونكرېت پاكىتلار سۈرەتلەنگەندىن تاشقىرى، ئاپتورنىڭ ھېسسىياتى

بىۋاستە ئىپادىلىنىپ، ئوقۇرمەنلەرنىڭ پاكىتنىڭ ئەھمىيىتىنى چۈشىنىشىگە ياردەم بېرىلىدۇ. شۇڭا، بەزى ھاللاردا مەلۇم بىر ۋەقە ۋە ئادەملەر توغرىسىدا گېزىتلەردە خەۋەر بېرىلگەندىن كېيىن، بۇ ھەقتە ئوقۇرمەنلەرنى تېخىمۇ ئەتراپلىق چۈشەنچىگە ئىگە قىلىش ئۈچۈن، تەپسىلىي خەۋەر شەكلى ئارقىلىق تولۇقلاش، چوڭقۇرلاشتۇرۇش ئۇسۇلى قوللىنىلىدۇ.

مەزمۇن جەھەتتە تەپسىلىي خەۋەرنىڭ خەۋەرلەردىن پەرقلىنىپ تۇرىدىغان يەنە بىر مۇھىم ئالاھىدىلىكى — خەۋەرلەردە ۋەقەنى يېزىش ئاساس قىلىنىپ، بىر خەۋەردە بىرلا ۋەقە ئەكس ئەتكۈزۈلسە، تەپسىلىي خەۋەرلەردە شەخسلەرنىڭ پائالىيىتىنى، ئۇلارنىڭ ئىدىيەۋى ھېسسىياتىنى، خاراكتېر قىياپىتىنى، زىددىيەت كۆرۈنۈشىنى يېزىش ئاساس قىلىنىدۇ، شەخسلەرنىڭ پەزىلىتى، ئالاھىدىلىكىنى يورۇتۇپ بېرىدىغان بىر قانچە ۋەقەلەر يېزىلىدۇ.

2. قۇرۇلمىسى جەھەتتىن، خەۋەر كۆپىنچە مۇقەددىمە، ئاساسىي قىسىم، ئارقا كۆرۈنۈش ۋە ئاخىرلاشتۇرۇشتىن ئىبارەت بىر قەدەر مۇقىم شەكىل بويىچە قۇراشتۇرۇلىدۇ.

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ بولسا بۇنداق مۇقىملاشقان شەكلى بولمايدۇ. ئۇنىڭ قۇرۇلمىسى ماتېرىيالغا، مەزمۇنغا ۋە مۇخبىرنىڭ سەۋىيەسى، ئۇسلۇبىغا ئاساسەن ئەركىن، جانلىق تەشكىللىنىدۇ.

3. سەھىپىسى جەھەتتىن، خەۋەردە دائىم ئاخبارات پاكىتلىرى يىغىنچاقلىنىپ، ئومۇملاشتۇرۇلۇپ ئەكس ئەتكۈزۈلىدىغان بولغاچقا، ھەجمى كىچىك، قىسقا بولىدۇ.

تەپسىلىي خەۋەرلەردە مول پاكىتلىق ماتېرىياللار ئارقىلىق ئوقۇرمەنلەرگە ۋەقەنىڭ بىر پۈتۈن جەريانى تاپشۇرۇلىدۇ. شۇڭلاشقا، ئۇنىڭ سەھىپىسى ئوخشاش بىر ۋەقە يېزىلغان خەۋەرلەردىن ئۇزۇنراق بولىدۇ. دەرۋەقە، ئىخچام يېزىلغان

تەپسىلىي خەۋەرلەردىن ئايرىم خەۋەرلەرنىڭ سەھىپىسى ئۇزۇن بولىدىغان ئەھۋاللارمۇ كۆرۈلىدۇ. لېكىن، ئوخشاش بىر ۋەقە يېزىلغاندا مۇنداق ئەھۋالنىڭ كېلىپ چىقىشى مۇمكىن ئەمەس.

4. ۋاقىت جەھەتتىن خەۋەر ۋە تەپسىلىي خەۋەرلەردە ئوخشاشلا ۋاقىتچانلىق تەكىتلەنسىمۇ، لېكىن خەۋەر تېخىمۇ تېز ۋە دەل ۋاقتىدا بولىدۇ.

ئۇنىڭدا ۋاقىتقا قىلچە سەل قاراشقا بولمايدۇ. تەپسىلىي خەۋەردە بولسا چوڭقۇرلاپ مۇخبىرلىق قىلىپ، ئەتراپلىق ماتېرىيال ئىگىلەشكە توغرا كېلىدىغان بولغاچقا، خەۋەردىن سەل ئاستىراق بولىدۇ ۋە كېيىنرەك بېسىلىدۇ. ئەمەلىيەتتىمۇ گېزىتلەر بۇ ئىككى خىل ئەسەرنى بىر تەرەپ قىلغاندا ئاۋۋال خەۋەرنى بېرىپ، ئاندىن تەپسىلىي خەۋەرنى باسىدۇ. بۇمۇ ئۇنىڭ ۋاقىت جەھەتتىكى بىر تەلىپىنى چۈشەندۈرۈپ بېرىدۇ.

5. ئىپادىلەش ئۇسۇلى جەھەتتىن، خەۋەرگە يۇقىرىقى تۆت تەرەپتە قاتتىق تەلەپ قويۇلىدىغان بولغاچقا، مۇخبىر ئىپادىلەش ئۇسۇللىرىنى ئىشلىتىش جەھەتتە چەكلىمىگە ئۇچرايدۇ.

تەپسىلىي خەۋەردە بولسا مۇخبىر ئۆز قابىلىيىتى ۋە ئۇسلۇبىنى بىرقەدەر ئەركىن جارى قىلدۇرۇپ، بايان، لىرىكا، مۇھاكىمە ۋاسىتىلىرىدىن پايدىلىنىپ، ئەسەرنى ئۆزگىرىشچان، ئەگرى ـ توقاي، جەلپ قىلارلىق قىلىپ يېزىپ چىقالايدۇ.

يىغىپ ئېيتقاندا، تەپسىلىي خەۋەرلەرنى بەدىئىي ئەسەرلەرگە سېلىشتۇرغاندىكى ئۈچ ئورتاق ئالاھىدىلىكى ۋە خەۋەرلەرگە سېلىشتۇرغاندىكى بەش ئالاھىدىلىكىنى ئاخباراتچىلىق، مۇكەممەللىك ۋە ئوبرازچانلىقتىن ئىبارەت ئۈچ تەرەپكە خۇلاسىلەشكە بولىدۇ.

رېئال تۇرمۇش مۇرەككەپ ۋە رەڭگارەڭ بولغانلىقى ئۈچۈن، ئۇنى ئەكس ئەتتۈرىدىغان تەپسىلىي خەۋەرنىڭ تۈرلىرىمۇ خىلمۇخىل بولىدۇ. تەپسىلىي خەۋەرلەر ئادەتتە مۇنداق تۆت تۈرگە بۆلۈنىدۇ:

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر. بۇ خەۋەر قىلىش قىممىتىگە ئىگە بولغان ئىلغار شەخسلەرنىڭ ئىش ئىزلىرى ۋە كەچۈرمىشلىرىنى ئەكس ئەتتۈرىدىغان تەپسىلىي خەۋەر بولۇپ، ئۇنىڭدا شەخسلەرنىڭ نەمۇنىلىك ئىش - پائالىيەتلىرى، جەمئىيەتكە قوشقان تۆھپىسى يېزىلىش ئارقىلىق، ئۇلارنىڭ ئىلغار ئىدىيەسى ۋە خاراكتېرى يورۇتۇپ بېرىلىدۇ، شۇنداقلا ئۇلارنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىش جەريانى كۆرسىتىپ بېرىلىدۇ.

ۋەقە ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر. بۇ ئومۇميۈزلۈك تەربىيەۋى ئەھمىيەتكە ئىگە بولغان ئاخباراتلىق ۋەقەلەر يېزىلىدىغان تەپسىلىي خەۋەر بولۇپ، ئۇنىڭدا بىر ۋەقەنىڭ كېلىپ چىقىشىدىكى سەۋەب - نەتىجىلىرى كونكرېت يېزىلىدۇ ياكى پۈتۈن جەريان ئومۇملاشتۇرۇلۇپ بايان قىلىنىدۇ، گاھىدا ۋەقە جەريانىدىكى تىپىك تەپسىلاتلار ۋە ئايرىم بۆلەكلەر نۇقتىلىق تەسۋىرلىنىدۇ. شۇ ئارقىلىق جەمئىيەتتىكى مەلۇم بىر خىل يۈزلىنىش، مەلۇم بىر خىل كەيپىيات ئەكس ئەتتۈرۈلىدۇ ياكى كىشىلەرنىڭ مۇشۇ ۋەقە توغرىسىدا بىلمەكچى بولغانلىرىغا جاۋاب بېرىلىدۇ.

قىياپەت توغرىسىدىكى تەپسىلىي خەۋەر. بۇ، رېئال تۇرمۇشتىكى ئۆزگىرىشلەر، تەبىئىي شارائىت ۋە ئۆرپ - ئادەت، جەمئىيەت ئەھۋالى قاتارلىقلار نۇقتىلىق ئەكس ئەتتۈرۈلىدىغان تەپسىلىي خەۋەر بولۇپ، ئۇنىڭدا مۇخبىرنىڭ زىيارەت داۋامىدا كۆرگەن - ئاڭلىغانلىرى ئارقىلىق، مەلۇم بىر جاينىڭ تەرەققىيات جەريانىدىكى ئۆزگىرىشى، يېڭى قىياپىتى، تەبىئىي شارائىتىدىكى ئەۋزەللىكلىرى، ئادەملەرنىڭ روھىي قىياپىتىدىكى خاسلىقلىرى يېزىلىپ، ئوقۇرمەنلەرگە ئىلھام، زوق ۋە بىلىم بېرىش مەقسەت قىلىنىدۇ.

خىزمەت ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر. بۇ، نۆۋەتتىكى خىزمەتلەر جەريانىدىكى تەجرىبە - ساۋاقلار نۇقتىلىق ئەكس ئەتتۈرۈلىدىغان تەپسىلىي خەۋەر بولۇپ، ئۇنىڭدا مەلۇم بىر

ئورۇننىڭ تىپىك تەجرىبىسى ۋە ساۋاقلىرى يېزىلىش ئارقىلىق، ئومۇمىي دائىرىدىكى خىزمەتلەرگە يېتەكچىلىك قىلىش ئاساسىي مەقسەت قىلىنىدۇ.

تەپسىلىي خەۋەر ئىپادىلەش شەكلى ۋە ئۇسۇلىغا قاراپ يەنە مۇنداق تۈرلەرگە بۆلۈنىدۇ:

ۋەقە ۋە ئىشلار ئادەتتىكىچە خاتىرىلىنىدىغان تەپسىلىي خەۋەر. بۇ پەۋقۇلئاددە شەكىل ۋە خۇسۇسىيەتكە ئىگە بولمىغان، ئادەم ۋە ئىشلار يېزىلغاندا ھەر خىل ئىپادىلەش ۋاستىلىرى ئەركىن، جانلىق قوللىنىلىدىغان، ھېكايىۋىلىكى ۋە ئاخباراتچانلىقى بىرقەدەر كۈچلۈك بولغان تەپسىلىي خەۋەرلەر بولۇپ، گېزىت ـ ژۇرناللاردا ئەڭ كۆپ ئۇچرايدۇ.

زىيارەت خاتىرىسى. بۇ، كۆپىنچە كىشىلەر ئورتاق كۆڭۈل بۆلىدىغان شەخس، ئورۇنلارنى تۇتقا قىلىپ، مەخسۇس زىيارەت قىلىش ئارقىلىق يېزىلىدىغان ئاخبارات ئەسىرى. ئۇ بىرىنچى شەخس تىلىدا يېزىلىدۇ، سوئال ـ جاۋابنى ئاساسىي لىنىيە قىلىدۇ، نەق مەيدان كۆرۈنۈشى تەسۋىرلىنىدۇ، مۇخبىر ئىگىلىگەن زۆرۈر ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرى تاپشۇرۇلىدۇ.

ئاخبارات ھېكايىسى. بۇ خىل تەپسىلىي خەۋەردە ئادەتتە رېئال تۇرمۇشتىكى ۋەقەلەرنىڭ ئۈزۈۋېلىنغان مەلۇم بىر بۆلىكى ئەكس ئەتكۈزۈلىدۇ، يىپ ئۇچى يەككە بولىدۇ، بىرلا ئادەم، بىرلا ۋەقە يېزىلىدۇ. ھېكايىۋىلىكى كۈچلۈك، ئىخچام، جانلىق بولىدۇ. كىچىك ئىشلار ئارقىلىق چوڭ تەرەپنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىش مەقسەت قىلىنىدۇ.

ئاخبارات سېكىلى. بۇنىڭدا بىرقانچە مۇستەقىل ھېكايىلەر بىر مەركىزىي ئىدىيە ئاستىغا يىغىلىدۇ. بۇ ھېكايە ـ ۋەقەلەرنىڭ يۈز بەرگەن ۋاقتى ئوخشاش بولۇشىمۇ، ئوخشاش بولماسلىقىمۇ، بىر ئورۇندا يۈز بەرگەن بولۇشىمۇ، باشقا ـ باشقا ئورۇندا يۈز بەرگەن بولۇشىمۇ مۇمكىن.

ساياھەت خاتىرىسى. بۇ، مۇخبىرنىڭ جايلارنى ئايلىنىش،

سایاھەت قىلىش داۋامىدا كۆرگەن ـ ئاڭلىغانلىرىنى ئەركىن ھالدا يېزىپ، ئوقۇرمەنلەرگە يەتكۈزىدىغان بىر خىل تەپسىلىي خەۋەر شەكلى. ئۇ نەق مەيدان تۇيغۇسىغا، ئەھۋال ـ ھالەت تۇيغۇسىغا ئىگە قىلىنىپ، يېقىملىق يېزىلىدۇ. مۇخبىرنىڭ مۇھاكىمە ۋە لىرىك ھېسسىياتلىرىمۇ بىرقەدەر قويۇق بېرىلىدۇ.

مۇخبىرلىق خاتىرىسى. بۇ بىر قېتىملىق مۇخبىرلىق بىلەن يېزىپ چىقىلىدىغان ئەسەر ئەمەس. ئۇنىڭدا مۇخبىر ئۇزاق ۋاقىت كۆزىتىش، ئاڭلاش، ئويلىنىش ئاساسىدا تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىپ، مەلۇم بىر مەسىلىنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ، شۇ مەسىلە ئۈستىدە چوڭقۇر، ئەتراپلىق مۇھاكىمە يۈرگۈزىدۇ، كىشىلەرنى ئويلىنىشقا يېتەكلەيدۇ. ئۆزىنىڭ كۆزقاراشلىرىنى، مۇستەقىل پىكرىنى ئوتتۇرىغا قويىدۇ. گاھىدا بىر چوقان سالغۇچى سۈپىتىدە ئاممىغا ۋاكالىتەن سۆزلەيدۇ. رېئال تۇرمۇشتا ھەل بولماي كېلىۋاتقان، دىققەتكە سازاۋەر بولۇۋاتقان ياكى مۇنازىرە قىلىنىۋاتقان مەسىلىلەر قويۇلۇپ، مۇلاھىزە ئېلىپ بېرىلىدۇ. بۇ، كېيىنكىلەردە كۆپىنچە «كۆزىتىش ۋە ئويلىنىش» دېگەن ئىستونلار ئاستىغا بېرىلىدۇ.

ئىككىنچى پاراگراف تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى

ھەرقانداق بىر ئەسەردە روشەن بولغان بىر مەركىزىي ئىدىيە بولۇشى لازىم، ئاخبارات ژانىرى بولغان تەپسىلىي خەۋەرمۇ بۇنىڭدىن مۇستەسنا ئەمەس، ئەلۋەتتە. مەركىزىي ئىدىيە تەپسىلىي خەۋەرنىڭ جېنى دېمەكتۇر. بىر پارچە تەپسىلىي خەۋەردە رېئاللىقتا مەۋجۇت بولۇپ تۇرغان پاكىتلار خەۋەر قىلىنىش ئارقىلىق مەلۇم بىر خىل ئىدىيە تەشۋىق قىلىنىدۇ، مەلۇم بىر مەسىلە ئوتتۇرىغا قويۇلىدۇ، مەلۇم بىر تەجرىبە

يەتكۈزۈلىدۇ. مانا بۇ ئۇنىڭدىكى مەركىزىي ئىدىيەدىن ئىبارەتتۇر. تەپسىلىي خەۋەردە ئىپادىلەنگەن مۇشۇ خىل مەركىزىي ئىدىيە خۇددى بىر قىزىل يىپقا ئوخشاش پۈتۈن ئەسەرگە باشتىن - ئاخىر سىڭدۈرۈلۈپ، پاكىتلىق ماتېرىياللارغا تاللاش ۋە تەشكىللەشنىڭ ئۆلچىمى ھەم ئاساسى بولىدۇ، شۇنداقلا ئۇ تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك يېزىلىش - يېزىلماسلىقىغا بىۋاسىتە تەسىر كۆرسىتىدۇ. شۇڭلاشقا، تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا مەركىزىي ئىدىيەنى تاۋلاشقا ئالاھىدە ئەجىر سىڭدۈرۈش كېرەك.

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى ئەمەلىيەتتىن كېلىدۇ، يەنى مۇخبىر رېئال تۇرمۇشقا چوڭقۇر چۆكۈش جەريانىدا ئىگىلىگەن زور مىقداردىكى پاكىتلىق ماتېرىياللاردىن كېلىدۇ. مۇخبىر پەقەت قولىغا كەلتۈرگەن ماتېرىياللارنى چوڭقۇر تەھلىل قىلىپ، ئۇنىڭ ماھىيەتلىك ئالاھىدىلىكىنى تېپىپ چىقسىلا مەركىزىي ئىدىيەنى ياخشى يورۇتۇپ بېرەلەيدۇ. بەزى كىشىلەر تەكشۈرۈپ تەتقىق قىلىشقا ئەھمىيەت بەرمەستىن، مەركىزىي ئىدىيەنى ئالدىن بەلگىلىۋېلىش ئۇسۇلىنى قوللىنىپ، يىغىنلارنىڭ روھىنى ئەسەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى قىلىۋالىدۇ، ئاندىن جايلارغا بېرىپ، شۇ ئىدىيەنى شەرھلەيدىغان ماتېرىياللارنى ئىزدەيدۇ. شۇنىڭ بىلەن مەركىزىي ئىدىيە ئەمەلىيەتتىن ئايرىلىپ قالىدىغان، شەيئىلەرنىڭ ماھىيىتىگە خىلاپلىق قىلىدىغان، ھەتتا خاتا تەشۋىقات ئېلىپ بارىدىغان ئەھۋاللار كېلىپ چىقىدۇ. يەنە بىر قىسىم كىشىلەر مەركىزىي ئىدىيەنى قەستەن «كۆپتۈرۈش» ئۇسۇلىنى قوللىنىپ، سۇبيېكتىپ نەرسىلەرنى ئاخباراتلىق شەخس ۋە ۋەقەلەرگە زورمۇزور تاڭىدۇ. بۇمۇ مۇخبىرلىق ۋە يېزىقچىلىقتىكى بىر خىل ئىدىئالىستىك خاھىشتۇر. بىز تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى ئۈستىدە ئويلانغان ۋاقتىمىزدا، بۇ خىل خاھىشلاردىن ساقلىنىپ، ئەمەلىيەتنى ئۆلچەم قىلىشتا

ھەقىقەتنى ئەمەلىيەتتىن ئىزدەشتە چىڭ تۇرۇشىمىز، ھەممىدە ئەمەلىيەتنى ۋە پاكىتلىق ماتېرىياللارنى چىقىش قىلىشىمىز لازىم.

تەپسىلىي خەۋەرلەردە مەركىزىي ئىدىيەنى قانداق تاۋلاش كېرەك؟ يىغىپ ئېيتقاندا، سىياسىي جەھەتتىن مۇھىم بولغان، كەڭ خەلق ئاممىسى كۆڭۈل بۆلىدىغان ئەڭ جىددىي مەسىلىلەرگە باغلىنىدىغان مەركىزىي ئىدىيەنى تاۋلاش كېرەك. بۇ يەردە دېيىلىۋاتقان سىياسىي جەھەتتىكى مۇھىملىق ئەمەلىي خىزمەت جەريانىدىكى يۆنىلىش خاراكتېرلىك مەسىلىلەرنى تۇتۇشنى كۆرسىتىدۇ. كەڭ خەلق ئاممىسى كۆڭۈل بۆلىدىغان دېگەننىڭ ئۆزى ئومۇميۈزلۈك ئەھمىيەتكە ئىگە بولغان، كەڭ ئاممىنىڭ ئىدىيەسىگە تەسىر كۆرسىتەلەيدىغان مەركىزىي ئىدىيە بولۇشى كېرەك دېگەننى كۆرسىتىدۇ. جىددىي مەسىلىلەرگە باغلىنىدىغان دېگەننىڭ ئۆزى رېئال تۇرمۇشتا جىددىي ھەل قىلىشقا تېگىشلىك بولغان مەسىلىلەرنى تۇتۇشنى كۆرسىتىدۇ. مانا بۇ ئۈچ نۇقتا — تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى تاۋلاشتىكى تۈپكى ئالدىنقى شەرت.

يۇقىرىقى ئالدىنقى شەرت ئاستىدا تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىگە قويۇلىدىغان كونكرېت تەلەپ تۆۋەندىكىدەك بولىدۇ:

1. توغرا بولۇش.

توغرا بولۇش مەركىزىي ئىدىيەنى تاۋلاشقا قويۇلىدىغان ئەڭ ئالدىنقى تەلەپ. چۈنكى، توغرا بولمىغان مەركىزىي ئىدىيە ھەرقانچە روشەن، جانلىق ئىپادىلەنگەن تەقدىردىمۇ، ئىجتىمائىي ئۈنۈمدە ئەكس تەسىر پەيدا قىلىدۇ ھەمدە بۇنداق ئەسەر ئوقۇرمەنلەر بىلەن يۈز كۆرۈشەلمەيدۇ. توغرا بولۇش مەركىزىي ئىدىيەنىڭ شۇ شەيئىنىڭ ماھىيىتى ۋە تەرەققىيات قانۇنىيىتىگە ئۇيغۇن بولۇشىنى كۆرسىتىدۇ. چۈنكى، ئەسەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى تۈپ مەنىسىدىن ئالغاندا، شەيئىنىڭ ماھىيىتى ۋە

تەرەققىيات قانۇنىيىتىگە بولغان توغرا تونۇش، توغرا يەكۈنلەشتىن ئىبارەت. ئەگەردە مۇخبىر زور مىقداردىكى پاكىتلىق ماتېرىياللارنى تەھلىل ۋە تەتقىق قىلىش جەريانىدا ئوبيېكتىنىڭ ماھىيەتلىك تەرىپىنى تونۇپ يېتەلمىسە، ئۇنىڭ ئومۇمىي قىياپىتىنى ۋە قانۇنىيىتىنى يىغىنچاقلاپ كۆرسىتىپ بېرەلمىسە ياكى بۇ خىل ماھىيەت ۋە قانۇنىيەت بۇرمىلانسا، بۇنداق مەركىزىي ئىدىيەنى توغرا دېگىلى بولمايدۇ.

توغرا بولۇش يەنە ئەسەردە تەشۋىق قىلىنغان ئىدىيەنىڭ توغرا بولۇشىنى، يەنى پارتىيەنىڭ فاڭجېن ـ سىياسەتلىرىگە ئۇيغۇن بولۇشىنى، جەمئىيەت كەيپىياتىنى ياخشىلاشقا، جەمئىيەت تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈرۈشكە، كىشىلەرنى ساغلام ئەخلاق ـ پەزىلەت بىلەن تەربىيەلەشكە پايدىلىق بولۇشىنى، سەلبىي، ئەكس تەسىر پەيدا قىلماسلىقنى كۆرسىتىدۇ.

2. يىغىنچاق بولۇش.

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى مۇئەييەن بىر نۇقتىغا يىغىنچاقلىنىپ، بىر نۇقتىنى گەۋدىلەندۈرۈشى، بىرەر ئىدىيەنى، بىرەر مەسىلىنى، بىرەر تەجرىبىنى ئاساسىي ئورۇندا قويۇپ يەتكۈزۈپ بېرىشى لازىم. پەقەت ئەسەردە تۇتقا قىلىنغان مەسىلە چوڭقۇر قېزىلىپ، ئۇزۇل ـ كېسىل يورۇتۇپ بېرىلگەندىلا، چۇۋالچاقلىق ۋە تاغدىن ـ باغدىن سۆزلەشتىن خالىي بولغاندىلا، كىشىلەرگە چۈشىنىشلىك ھەم چوڭقۇر تەسىرات بېرەلىگەندىلا، ئاندىن يىغىنچاق بولۇش تەلىپىگە يەتكىلى بولىدۇ.

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى قايسى نۇقتىغا يىغىنچاقلىنىشى كېرەك؟ بىزنىڭچە، ئۇ، شەيئىلەرنىڭ ماھىيەتلىك ئالاھىدىلىكى ئۈستىگە، خەۋەر قىلىشتىكى قاراتمىلىقى ۋە مەقسەتچانلىقى ئۈستىگە يىغىنچاقلىنىشى لازىم. بىر ئەسەردە نۇرغۇن مەسىلىلەرنى چۈشەندۈرۈشكە ئۇرۇنماسلىقى، يەنى بىر ئادەمنى يازغاندا ھەم ئۇنىڭ ئومۇم

ئۇچۇن ئۆزىنى ئۇنتۇغانلىقىنى، ھەم جاپا ـ مۇشەققەتكە چىداپ ئاددىي ـ ساددا ياشىغانلىقىنى، ھەم جىمى ئىشتا ئۈلگە بولغانلىقىنى، ھەم باشقىلارغا ياردەم بېرىشنى خۇشاللىق دەپ بىلگەنلىكىنى بىراقلا يازىمەن دېمەسلىك كېرەك. بۇنداق چۇۋالچاق مەركىزىي ئىدىيە كىشىلەرگە ئېنىق تەسىرات بېرەلمەيدۇ ھەم ھاياتىي كۈچكىمۇ ئىگە بولمايدۇ.

3. يېڭى بولۇش.

ھەرقانداق بىر ئەسەردە جەزمەن يېڭىلىق بولۇشى لازىم، بۇ يېڭىلىق ئالدى بىلەن ئۇنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنىڭ يېڭى بولۇشىدا ئىپادىلىنىدۇ. مەركىزىي ئىدىيە يېڭى بولۇش كېرەك دېگىنىمىز، ئەسەردە يېڭىچە قاراش ئوتتۇرىغا قويۇلۇشى، بۇ خىل قاراش ۋە ئىدىيە روشەن دەۋر ئالاھىدىلىكىگە ئىگە بولۇشى كېرەك، دېگەننى كۆرسىتىدۇ.

باشقا ئاخبارات ژانىرلىرىغا سېلىشتۇرغاندا، تەپسىلىي خەۋەرنىڭ يېڭىلىقى رېئاللىقنى خەۋەر قىلىش جەھەتتىكى تېزلىكى بىلەن ئەمەس، بەلكى ئۇنىڭدا ئەكس ئەتكۈزۈلگەن مەركىزىي ئىدىيەنىڭ يېڭىلىقى بىلەن گەۋدىلىنىدۇ. «ئىشچىلار ۋاقىت گېزىتى»نىڭ 1988 ـ يىلى 30 ـ دېكابىر سانىغا بېسىلغان «چۇقان سال، ئەي بىپايان زېمىن» ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە ئەنە شۇنداق يېڭىچە مەركىزىي ئىدىيە ئوتتۇرىغا قويۇلغان. ئاپتور ئەسەردە توقسۇن ناھىيەسىنىڭ ئىگىلىكىنى تەرەققىي قىلدۇرۇشتا ئىختىساس ئىگىلىرىگە تايانغانلىقى، ئىختىساس ئىگىلىرىنى دادىل تەكلىپ قىلىپ، ئۇلارغا بىر قاتار ئېتىبار بېرىش سىياسەتلىرىنى يولغا قويغانلىقىدەك پاكىت ئارقىلىق، ئىلىم ـ پەنگە، ئىختىساس ئىگىلىرىگە تايىنىش، ئۇلارغا ھۆرمەت قىلىش، ئۇلارنىڭ رولىنى تولۇق جارى قىلدۇرۇش نۆۋەتتىكى يېزا ـ بازار كارخانىلىرىنى جانلاندۇرۇپ، ئىگىلىكنى يۈكسەلدۈرۈشنىڭ، خەلق تۇرمۇشىنى ياخشىلاشنىڭ ئاساسى ئىكەنلىكىنى ئوتتۇرىغا قويغان. شۇنداقلا، ئاپتور

يىراقنى كۆرەلىك يۇكسەكلىكىدە تۇرۇپ، بۇنىڭ خەلقنىڭ ئارزۇسى، دەۋرنىڭ تەلىپى ئىكەنلىكىدىن بېشارەت بەرگەن. ئۇنى ئەينى ۋاقىتتىمۇ ھەم ھېلىمۇ ئورتاق قىزىقىش قوزغايدىغان يېڭى «چۇقان» دەپ قاراشقا بولىدۇ.

تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى يېڭىلىققا ئىگە قىلىشتا، ئاپتور كۈچلۈك ئىزدىنىش روھىغا ئىگە بولۇشى، كۆز ئالدىدىكى تەييار نەرسىلەرگە قانائەتلىنىپ قالماسلىقى، بىخ ھالىتىدىكى شەيئىلەرنىڭ ھاياتىي كۈچىنى ۋە تەرەققىيات ئىستىقبالىنى كۆرەلىشى ھەم كۆرسىتىپ بېرەلىشى لازىم. ئاپتوردا كۆزىتىش، بايقاش، تەھلىل قىلىش ئىقتىدارى، تەرەققىيات نەزىرى بولغاندىلا، شەيئىلەردىكى يېڭىلىقلارنى بايقىيالايدۇ، باشقىلار دەپ بولغان كونا نەرسىلەرنى تەكرارلاشتىن خالىي بولالايدۇ، كىشىلەرگە يېڭىلىق ئەكېلەلەيدۇ.

4. چوڭقۇر بولۇش.

چوڭقۇر بولۇش شەيئىنى يۈزەكى نۇقتىدىن يازماستىن، چوڭقۇر ئىزدىنىپ، ئاخبارات پاكىتىنىڭ ئالاھىدىلىكى، ماھىيىتى، ئومۇمىيۈزلۈك تەربىيەۋى ئەھمىيىتى ۋە رولى توغرىسىدا چوڭقۇر تونۇش ھاسىل قىلىپ، ئۇنى تەپسىلىي خەۋەردە ئىپادىلەپ بېرىشتىن ئىبارەتتۇر.

تەپسىلىي خەۋەرنى چوڭقۇر مەركىزىي ئىدىيە ئارقىلىق ئىپادىلەپ بېرىشتە، ئاپتور ئومۇمىي ۋەزىيەت يۈكسەكلىكىدە تۇرۇپ شەيئىلەرنى كۆزىتىشى، تەھلىل قىلىشى، شەيئىلەرنىڭ ئەھمىيىتى ۋە قىممىتىنى پارتىيەنىڭ فاڭجېن - سىياسەتلىرى ئاساسىدا ئۆلچىشى، يۈزەكىلىك ۋە بىر تەرەپلىمىلىكتىن ساقلىنىشى لازىم. كۆپىنچە ھاللاردا نۇرغۇن پاكىتلار يەككە - يېگانە تۇرغاندا، ئۇنىڭ قىممىتى روشەن ئىپادىلەنمەيدۇ. ئەگەردە ئۇنى ئومۇمىي ۋەزىيەت ئاستىغا، فاڭجېن - سىياسەتتىن ئىبارەت تېلېسكوپ ئاستىغا قويۇپ كۆزىتىدىغان بولساق، ئۇنىڭ ئومۇمىيۈزلۈك ئەھمىيىتى ۋە يېتەكچىلىك رولى نامايان بولىدۇ.

ئاپتور تەپسىلىي خەۋەردىكى پاكىتلارنىڭ ئەنە شۇنداق باغلىنىشىنى بايقىيالايدىغان بولسا، ئەسەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى تېخىمۇ چوڭقۇرلىشىدۇ.

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى تاۋلاش نوقۇل مېتودىكا مەسىلىسى ئەمەس، تۈپ نېگىزىدىن ئالغاندا، ئەسەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى ئوبيېكتىپ شەيئىلەرنىڭ ماھىيىتىگە بولغان ئومۇملاشتۇرۇشتىن ئىبارەت. شۇڭلاشقا، مەركىزىي ئىدىيەنى تاۋلاش جەريانى شەيئىلەرگە بولغان ھېسسىي بىلىشتىن ئەقلىي بىلىشكە ئۆتۈش، مول، مۇرەككەپ ھېسسىي ماتېرىياللار ئىچىدىن ئومۇمىي قىياپەتنى يىغىنچاقلاپ بېرەلەيدىغان، قانۇنىيەت ۋە ماھىيەتنى كۆرسىتىپ بېرەلەيدىغان چوڭقۇر تونۇشقا ئىگە بولۇش جەريانىدۇر. پەقەت مۇشۇنداق تونۇش ئاساسىدا تاۋلاپ چىقىلغان مەركىزىي ئىدىيەلا توغرا، يېڭى، يىغىنچاق، چوڭقۇر بولۇش تەلىپىگە ئۇيغۇنلىشىدۇ.

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسى تاۋلاپ چىقىلغاندىن كېيىن، ئۇنى ياخشى ئىپادىلەپ بېرىشكە توغرا كېلىدۇ. ئۇنداقتا، قانداق قىلغاندا تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى ياخشى ئىپادىلەپ بەرگىلى بولىدۇ؟

1) مەركىزىي ئىدىيەنى تىپىك بولغان، شەيئىنىڭ ماھىيىتىنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرەلەيدىغان ماتېرىياللار ئارقىلىق ئىپادىلەش كېرەك. تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى تاۋلاش ۋە تۇرغۇزۇش تىپىك ماتېرىياللاردىن ئايرىلالمايدۇ، ئۇنى ئىپادىلەشتىمۇ ئوخشاشلا تىپىك پاكىتلىق ماتېرىيال بولمىسا بولمايدۇ. مۇخبىرنىڭ خەۋەر قىلماقچى بولغان ئوبيېكت توغرىسىدا ئىگىلىگەن ماتېرىياللىرى كۆپ تەرەپلىمىلىك بولىدۇ. لېكىن، بۇ ماتېرىياللارنىڭ ھەممىسى مەركىزىي تېمىغا بىۋاستە باغلىنىدىغان، شەيئىنىڭ ماھىيىتىنى كۆرسىتىپ بېرىدىغان ماتېرىيال بولۇشى ناتايىن. شۇڭلاشقا، ماتېرىيال جەزمەن مەركىزىي ئىدىيەنىڭ تەلىپىگە ئاساسەن تاللاشتىن

ئۆتكۈزۈلۈپ، تاسادىپىي، يۈزەكى، تارماق خاراكتېرلىك نەرسىلەر چىقىرىپ تاشلىنىپ، مەركىزىي ئىدىيەنى ئېچىپ بېرىش ئۈچۈن ئەڭ ياخشى خىزمەت قىلىدىغان تىپىك پاكىتلىق ماتېرىياللار تاللىنىشى لازىم. «تارىخنىڭ سوتى» ① ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە لىن جاۋ ئىسىملىك بىر قىزنىڭ لىن بياۋ، «تۆت كىشىلىك گۇرۇھ» يولغا قويغان ھازىرقى زامان خۇراپاتلىقىغا قارشى تۇرغانلىقى سەۋەبىدىن ئېچىنىشلىق ئۆلتۈرۈلگەنلىكى يېزىلغان مۇنداق بىر ئابزاس بار: «ئۇنىڭ قانداق قۇربان بولغانلىقى تاكى بۈگۈنگە قەدەر ئېنىقلانغىنى يوق، بىز پەقەت مۇنداق بىر خەۋەرنىلا بىلىمىز. 1968 - يىلى 1 - ماي كۈنى تاڭ سەھەردە ‹ھۆكۈمەت تەرەپتىن كەلگەن› بىر نەچچە ۋەكىل ئۇنىڭ ياشانغان ئانىسىنى ئىزدەپ كېلىپ، لىن جاۋنىڭ 24 - ئاپرېل كۈنى ئېتىپ ئۆلتۈرۈلگەنلىكىنى جاكارلىغان ھەمدە ‹ئەكسىلئىنقىلابچى› غا بىر تال ئوق سەرپ قىلىنغانلىقى ئۈچۈن، ئائىلىسىنىڭ بەش پۇڭ ئوق ھەققى تۆلىشى كېرەكلىكىنى ئېيتقان». بۇ ماتېرىيال كىچىك بولسىمۇ، لېكىن ئۆتكۈر ھەم تىپىك بولۇپ، لىن بياۋ، جياڭ چىڭ ئەكسىلئىنقىلابىي گۇرۇھى يۈرگۈزگەن فاشىستىك دىكتاتۇرىنىڭ رەزىل ماھىيىتىنى دەل ئېچىپ بەرگەن.

مەركىزىي ئىدىيەنى ئىپادىلەشتە تىپىك ماتېرىيال ئاز بولسىمۇ، ئۇنىڭ نېگىزلىك ھەم ياخشى بولۇشىغا ئېتىبار بېرىش كېرەك. يەنى مەركىزىي ئىدىيەنى ئىپادىلەشكە ياردەم بېرەلمەيدىغان، مۇناسىۋەتسىز، شۇنداقلا مۇناسىۋىتى زىچ بولمىغان ماتېرىياللارنى قىسقارتىۋېتىش كېرەك. تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا دائىم مۇنداق ئەھۋاللار بولىدۇ: بەزى ماتېرىياللاردىكى ۋەقە ۋە تەپسىلاتلار ناھايىتى جانلىق ۋە تەسىرلىك بولسىمۇ، لېكىن خەۋەر قىلىنماقچى بولغان

① «خەلق گېزىتى» 1981 - يىلى 27 - يانۋار سانى.

مەركىزىي ئىدىيە بىلەن ئانچە زور مۇناسىۋىتى بولمايدۇ. ئاپتورنىڭ بۇنداق ماتېرىياللاردىن چىداپ تۇرۇپ ۋاز كېچىش ـ كېچەلمەسلىكى مەركىزىي ئىدىيەنى گەۋدىلىك قىلىپ ئىپادىلەپ بېرىش ـ بېرەلمەسلىك بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك مۇھىم مەسىلە. دېمەك، تەپسىلىي خەۋەرنى ياخشى يېزىش ئۈچۈن، ماتېرىيالنىڭ تېپىك بولۇش ئالدىنقى شەرتى ئاستىدا، بىرى ئونىغا تېتىيدىغان ماتېرىياللارنى تاللاپ، «تامچە سۇدا قۇياشنىڭ نۇرىنى چاقنىتىش» روھى بويىچە ئىخچام سەھىپە ئارقىلىق ئەڭ ماھىيەتلىك نەرسىلەرنى يورۇتۇپ بېرىشكە كۈچ سەرپ قىلىش لازىم.

2) مەركىزىي ئىدىيەنى يېڭى، جانلىق، ئالاھىدىلىككە ئىگە ماتېرىياللار ئارقىلىق ئىپادىلەش كېرەك. تەپسىلىي خەۋەردە ئىپادىلەنگەن مەركىزىي ئىدىيەنىڭ يېڭىچە، جانلىق ۋە جەلپ قىلارلىق بولۇش ـ بولماسلىقى تۈپ نېگىزدىن ئالغاندا، ئۇنىڭدا ئىشلىتىلگەن ماتېرىياللارنىڭ جانلىق بولۇشىغا باغلىق. ماتېرىيال كونىچە، قۇرۇق، ئادەتتىكىچە بولۇپ قالسا، بەدىئىي جەھەتتىن ھەرقانچە بېزەپ، رەڭ بەرگەن بىلەنمۇ تەپسىلىي خەۋەرنى جانلىق قىلىپ يازغىلى بولمايدۇ، سۈنئىي ۋە ياسالما بولۇپ قالىدۇ.

3) مەركىزىي ئىدىيەنى ئوخشاش بولمىغان نۇقتىدىكى تېپىك پاكىتلارنى تاللاپ ئىپادىلەپ بېرىش لازىم. تەپسىلىي خەۋەرنى كۆپ قاتلاملىققا، ئىستېرېئولۇق تۈيغۇغا ئىگە قىلىش، مەركىزىي ئىدىيەنى تېخىمۇ كەڭ، چوڭقۇر ئىپادىلەش ئۈچۈن، پاكىتلىق ماتېرىياللارنى خىلمۇخىل نۇقتىدىن تاللاشقا توغرا كېلىدۇ. مەسىلەن، ئومۇم ئۈچۈن ئۆزىنى بېغىشلىغان بىر پىداكار شەخسنى يازغاندا، ئۇنىڭ ئۆزىنى ئۇنتۇغان ھالدا خىزمەت قىلىش تەرەپتىكى پاكىتىنىلا ئەمەس، بەلكى ئۇنىڭ كىشىلىك مۇناسىۋەت، ئائىلە ۋە ئۆزىگە بولغان مۇئامىلە جەھەتلەردىكى پاكىتلىرىنى قوشۇپ يازغاندا، بۇ شەخس تەشۋىقات رەسىملىرىگە

ئوخشاش جانسىز، ياپىلاق شەخس بولۇپ قالماستىن، ھەرقايسى تەرەپلىرى ئوقۇرمەنلەرنىڭ كۆز ئالدىدا گەۋدىلىنىپ تۇرىدىغان جانلىق شەخسكە ئايلىنىدۇ، شۇنداقلا بۇ ئەسەردە ئىپادىلىمەكچى بولغان مەركىزىي ئىدىيەمۇ كۆپ قاتلاملىقتا، چوڭقۇرلۇقتا ئىگە بولىدۇ. چۈنكى، بەزىدە بىر خىل ماتېرىيال بىرقانچە خىل ئىدىيەنى چۈشەندۈرۈپ بەرسە، بەزىدە بىرقانچە خىل ماتېرىيال بىرلا خىل ئىدىيەنى چۈشەندۈرۈپ بېرىدۇ. «بىر لى پۇل روھى» دېگەن داڭلىق تەپسىلىي خەۋەردە مەركىزىي ئىدىيە ئۈچ تەرەپتىن ئېلىنغان تىپىك ماتېرىيال ئارقىلىق ئىپادىلەنگەن. ئاپتور «بىر لى پۇل»، «بىر مىنۇت»، «بىر تال سەرەڭگە» دىن ئىبارەت ئۈچ ئىش ئارقىلىق بىر ھەقىقەتنى، يەنى ئۇلۇغ ئىشلار ئادەتتىكى ئەڭ كىچىك ئىشلاردىن باشلىنىدۇ، دېگەن مەركىزىي ئىدىيەنى ئىپادىلەپ بەرگەن.

يىغىپ ئېيتقاندا، تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى ياخشى ئىپادىلەپ بېرىش ئۈچۈن، شەيئىلەرنىڭ ماھىيىتىنى كۆرسىتىپ بېرەلەيدىغان، تىپىك، يېڭى، جانلىق ھەم مول پاكىتلىق ماتېرىيال بولۇشى كېرەك. پاكىت ئارقىلىق سۆزلىنىدىغان تەپسىلىي خەۋەرلەردە بۇنداق ھەقىقىي ماتېرىياللار بولمىسا، قۇرۇق گەپكە تايىنىپ، ھاياتىي كۈچكە ئىگە مەركىزىي ئىدىيەنى گەۋدىلەندۈرۈش مەقسىتىگە يەتكىلى بولمايدۇ.

ئۈچىنچى پاراگراف تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدىكى ئىپادىلەش ئۇسۇلى

تەپسىلىي خەۋەر چوڭ جەھەتتىن ئالغاندا بايان خاراكتېرلىك ئەسەرلەرگە كىرىدۇ. بايان خاراكتېرلىك ئەسەرلەرنىڭ كۆپىنچىسىدە بايان ھەم تەسۋىر ئاساس قىلىنىدۇ، مۇھاكىمە،

لىرىكا، دىيالوگ ۋە چۈشەندۈرۈشلەرمۇ قوللىنىلىدۇ. تەپسىلىي خەۋەر بايان خاراكتېرلىك ئەسەرلەر ئىچىدىكى بىر ژانىر بولغانلىقى ئۈچۈن، ئۇنىڭدا قوللىنىلىدىغان ئىپادىلەش ۋاسىتىلىرىمۇ يۇقىرىقىلارنىڭ سىرتىغا چىقىپ كېتەلمەيدۇ.

لېكىن، ھەرقانداق بىر خىل ئىپادىلەش ئۇسۇلى كونكرېت بىر ژانىر شەكلىدە قوللىنىلغان چاغدا، شۇ ژانىرنىڭ ئالاھىدىلىكى ۋە ئېھتىياجىغا ئۇيغۇنلىشىشى لازىم. تەپسىلىي خەۋەرلەر چوقۇم ھەقىقىي، چىن يېزىلىشى، ئۇنىڭدىكى ئىپادىلەش ۋاسىتىلىرى ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنىڭ رېئاللىقنى بىۋاسىتە ئەكس ئەتتۈرۈش ئالاھىدىلىكىگە زىچ باغلىنىشى لازىم. بۇنىڭدىن بىز تەپسىلىي خەۋەرلەردىكى ئىپادىلەش ئۇسۇلى بايان ۋە تەسۋىرنىڭ بىۋاسىتىلىكى، لىرىكا ۋە مۇھاكىمىنىڭ ھەقىقىيلىقىدىن ئىبارەتتۇر، دېگەن خۇلاسىنى چىقىرىمىز.

1. تەپسىلىي خەۋەرلەردىكى بايان بىۋاسىتە بولىدۇ.

شۇنداق ئېيتىشقا بولىدۇكى، بايان بولمىسا، ئەسەر بولمايدۇ، بايان بولمىسا، تەپسىلىي خەۋەر تېخىمۇ بولمايدۇ. دېمەك، بايان تەپسىلىي خەۋەردە ئالاھىدە مۇھىم رولغا ئىگە بولۇپ، ئۇ مەلۇم بىر ئاخباراتلىق ۋەقەنى ياكى مەلۇم بىر ئاخباراتلىق شەخسنى يۇزمۇيۇز، بىۋاسىتە تونۇشتۇرۇش، چۈشەندۈرۈش ئۈچۈن خىزمەت قىلىدۇ. شۇڭا، كونكرېت قوللىنىلغاندا بايان روشەن تەپسىلىي خەۋەر تۈسىگە، يەنى بىۋاسىتە بولۇش ئالاھىدىلىكىگە ئىگە بولىدۇ.

تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا خىلمۇخىل بايان ئۇسۇللىرىنى ئەركىن قوللىنىشقا بولىدۇ. مەسىلەن، تەرتىپلىك بايان، چېكىنمە بايان، قىستۇرما بايان، پاراللېل بايان قاتارلىقلار. لېكىن، كۆپىنچە تەپسىلىي خەۋەرلەرگە نىسبەتەن ئالغاندا، تەرتىپلىك بايان ھامان ئاساسىي ئورۇندا تۇرىدۇ. چۈنكى، ئۇ، ۋەقەنى پەيدا بولۇش، تەرەققىي قىلىش تەرتىپى بويىچە يېزىپ، ئەسەر بۆلەكلىرىنى مۇشۇ خىل تەرتىپ بويىچە

266

ئورۇنلاشتۇرۇشقا، ۋەقەنىڭ سەۋەب ـ نەتىجە مۇناسىۋەتلىرىنى، شەخسلەرنىڭ كەچۈرمىشلىرىنى ئېنىق تاپشۇرۇشقا، شەيئىنىڭ ئومۇمىي قىياپىتىنى روشەن ئەكس ئەتكۈزۈشكە، شۇنداقلا ئوقۇرمەنلەردە ئېنىق چۈشەنچە ھاسىل قىلىشقا پايدىلىق، ۋەقەنى بېشىدىن ئاخىرىغىچە، تېيىزلىكتىن چوڭقۇرلۇققىچە رەتلىك چۈشەندۈرۈپ بېرىدىغان بۇ خىل تەرتىپلىك بايان ئۇسۇلى ئەمەلىيەتتە باشقا بايان ئۇسۇللىرىغا قارىغاندا تېخىمۇ بىۋاسىتە بولىدۇ.

تەرتىپلىك باياندىن باشقا، تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا يەنە چېكىنمە بايان، قىستۇرما بايان ۋە پاراللېل بايان ئۇسۇللىرىمۇ قوللىنىلىدۇ. مەسىلەن، «ئاتمىش بىر سىنىپىي قېرىنداش ئۈچۈن» ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە مۇشۇ خىل ئۇسۇللار قوللىنىلغان. ئەسەرنىڭ باشلىنىشىدا 1960 ـ يىلى 3 ـ فېۋرال چۈشتىن كېيىن سائەت تۆتتە شەنشىنىڭ پىڭلۇ ناھىيەسىدە يېمەكلىكتىن زەھەرلەنگەن ئاتمىش بىر خەلق ئىشچىسىنى قۇتقۇلدۇرۇش توغرىسىدىكى خەۋەرنىڭ بېيجىڭدىكى ۋاڭفۇجىڭ ئالاھىدە دورىلار ماگىزىنىغا يېتىپ كەلگەنلىكىدىن باشلىنىدۇ، ئاندىن 2 ـ فېۋرال ساندا ۋەقەنىڭ قانداق يۈز بەرگەنلىكىگە قايتىپ، چېكىنمە بايان بېرىلىدۇ. ئەسەرنىڭ كېيىنكى يېرىم قىسمى دورا ئىزدەش، دورا يەتكۈزۈپ بېرىش، دورىنى ھاۋادىن تاشلاش، قۇتقۇلدۇرۇش، ھال سوراش قاتارلىق بىر قاتار ۋەقەلەر بىلەن ئاخىرلىشىدۇ. ئاپتور يەنە ئەسەرنىڭ ئوتتۇرا قىسمىدا 3 ـ فېۋرال چۈشتىن كېيىن سائەت بەشتە يۈز بەرگەن ئۈچ ئىشنى بايان قىلىدۇ، يەنى «دەل شۇ ۋاقىتتا» دېگەن كىچىك ماۋزۇ ئاستىدا بىرلا ۋاقىت ئىچىدە ئوخشاش بولمىغان ئورۇندا بولۇۋاتقان ئۈچ ئىشنى پاراللېل يوسۇندا بايان قىلىپ بېرىدۇ.

بۇ ئەسەردە يەنە قىستۇرما بايانمۇ خېلى كۆپ ئىشلىتىلگەن. مەسىلەن، ناھىيەلىك پارتكومىنىڭ شۇجىسى تېلېفون ساقلاپ

تۇرغان چاغدا، ئاپتور ئۇنىڭ يىگىرمە نەچچە يىلدىن بۇيان ئۆزىنىلا ئويلىماي، باشقىلار ئۈچۈن جان كۆيدۈرۈشتەك ئېسىل ئادەتنى يېتىلدۈرگەنلىكىنى قىستۇرۇپ ئۆتىدۇ.

شۇ نەرسىنى تەكىتلەپ ئۆتۈش كېرەككى، تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا مەيلى قايسى خىل بايان ئۇسۇلى قوللىنىلسۇن، ھەممىسى ئاخبارات پاكىتلىرىنى بىۋاسىتە تونۇشتۇرۇشنى مەقسەت قىلىدۇ. تەرتىپلىك بايان ھەرقانداق چاغدا ئاساسىي ئورۇندا تۇرىدۇ، باشقا ئىپادىلەش ئۇسۇللىرى قايسى سالماقتا ئىشلىتىلىشىدىن قەتئىينەزەر، ئۇلار تەرتىپلىك بايان ئۈچۈن خىزمەت قىلىدۇ ۋە ئۇنى تولۇقلايدۇ.

بىز تەپسىلىي خەۋەرلەردىكى بايان بىۋاسىتە بولۇش ئالاھىدىلىكىگە ئىگە، دەپ ئېيتتۇق. ئۇنداق بولسا، بىۋاسىتە بولۇش قانداق ئەمەلگە ئاشۇرۇلىدۇ؟

1) خەۋەرنىڭ بەش ئامىلى بىۋاسىتە تاپشۇرۇلىدۇ. تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا خەۋەرنىڭ بەش ئامىلى بولغان ۋاقىت، ئورۇن، ئادەم، ۋەقە، سەۋەب دېگەنلەر بىۋاسىتە بايان قىلىش يولى ئارقىلىق تاپشۇرۇلىدۇ. مەسىلەن، يۈسۈپجان ئەخمىدى يازغان «پوچتا ئامبىرىدا» ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە ۋاقىت، ئورۇن، ۋەقە مۇنداق تاپشۇرۇلغان:

«مەن 17 ـ نۆۋەتلىك دۇنيا پوچتا كۈنىنى خاتىرىلەش پائالىيىتىدە شۇ پائالىيەتكە قاتناشقان يۈزگە يېقىن ۋەكىل بىلەن بىرلىكتە ئۈرۈمچىنىڭ، ياق، ئاپتونوم رايونىمىزنىڭ ‹پوچتا ئامبىرى› نى بىر سائەت ئېكسكۇرسىيە قىلىش پۇرسىتىگە ئىگە بولدۇم.

ۋاقتى: 1986 ـ يىلى 9 ـ ئۆكتەبىر.

ئورنى: ئۈرۈمچى پويىز ئىستانسىسىنىڭ شىمالىدا ھەيۋەتلىك قەد كۆتۈرۈپ تۇرغان تۆت قەۋەتلىك ‹خەلق پوچتىسى بىناسى››».

2) زىيارەت جەريانىنى بىۋاستە تاپشۇرۇش. تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا گاھىدا ئەسەرنىڭ چىنلىق دەرىجىسىنى، نەق مەيدان تۇيغۇسىنى ئاشۇرۇش ئۈچۈن، ئاپتور ئۆزىنىڭ مۇخبىرلىق جەريانىنى قوشۇپ يازىدۇ، يەنى ئەسەرنىڭ ماتېرىياللىرىنى زىيارەتنىڭ مەقسىتى، زىيارەت جەريانى ھەمدە زىيارەت قىلىش ئۇسۇلى قاتارلىقلار بويىچە تەشكىللەيدۇ. مەسىلەن، «لېنىننى زىيارەت» ① ناملىق ئەسەر يۇقىرىقى ئۇسۇل بويىچە باشلانغان:

«مەن موسكۋادىن دۆلەتىمگە يېڭىلا قايتىپ كەلدىم، بىر ھەپتە ئىلگىرى مەن موسكۋادا لېنىن بىلەن بىر قېتىم ئۇزۇن سۆھبەت ئۆتكۈزدۈم . ئاساسىي مەزمۇنى — غەربتىكى ئىتتىپاقداش دۆلەتلەر بىلەن بولشېۋىكلار ھاكىمىيىتىنىڭ مۇناسىۋىتى مەسىلىسى بولدى. ئۇنىڭدىن ئىلگىرى موسكۋادا تۇرغان توققۇز ئاي ئىچىدە لېنىن بىلەن نۇرغۇن قېتىم پاراڭلاشقانىدىم. بۇ قېتىم ئەھۋال تامامەن باشقىچە بولدى، لېنىن ئۆزىنىڭ رەسمىي زىيارەت قىلىنىۋاتقانلىقىنى بىلەتتى، بۇ قېتىمقى زىيارەت مەزمۇنىنىڭ سىرتقى دۇنياغا كۆرسىتىدىغان تەسىرىمۇ ئۇنىڭغا تامامەن ئايان ئىدى. بىلىشىمچە، بۇ، لېنىننىڭ رۇسىيەدە ھاكىمىيەتنى قولغا ئالغاندىن كېيىن، تۇنجى قېتىم مۇخبىرنىڭ زىيارىتىنى قوبۇل قىلىشى ئىدى.

3) ئۆتۈش ۋە ماسلىشىشنى بىۋاستە تاپشۇرۇش. تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا بىر ۋەقە بىلەن يەنە بىر ۋەقەنى، بىر مەزمۇن بىلەن يەنە بىر مەزمۇننى، بىر كۆرۈنۈش بىلەن يەنە بىر كۆرۈنۈشنى بىۋاستە بايان قىلىش ئۇسۇلى ئارقىلىق باغلاشتۇرۇپ، بىر قىسمىدىن يەنە بىر قىسمىغا تەبىئىي ئۆتۈشكە، شۇنداقلا ئەسەرنىڭ ھەرقايسى بۆلەكلەردىكى مەزمۇننى

① نيۇ يورك «دۇنيا گېزىتى» 1919 ـ يىلى 4 ـ فېۋرال سانى.

ۋە باش ـ ئاخىرىنى ماسلاشتۇرۇشقا توغرا كېلىدۇ. بۇنىڭ بىلەن ئەسەر راۋان ۋە بىر پۈتۈنلۈككە ئىگە بولىدۇ.

مەسىلەن، «چۇقان سال، ئەي بىپايان زېمىن»ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە، ئاپتور توقسۇن ناھىيەسىنىڭ سىرتتىن تەكلىپ قىلىنغان ئىختىساس ئىگىلىرىنى ئالاھىدە ئېتىبار بىلەن ئىشلەتكەنلىكىنى بايان قىلىپ بولغاندىن كېيىن، كېيىنكى بۆلەكتىكى مەزمۇنغا ئۆتۈش ئالدىدا مۇنداق بىۋاستە بايان ئۇسۇلىدىن پايدىلىنىدۇ.

«يولداش، سىز توقسۇن ناھىيەسى ئىنژېنېر خەن چۇنۋاڭ، تېخنىك ياڭ ياۋدۇڭلارغا كەلگەندە بىر مەردلىك قىلىۋېتىپتۇ، دەپ ئويلاۋاتقانسىز ـ ھە؟ توختاپ تۇرۇڭ، ئەمدى مۇنۇ قۇرلارغىمۇ نەزەر ئاغدۇرۇپ كۆرۈڭ! ...»

بۇ خىل بىۋاستە ئۆتۈش ئۇسۇلى ئارقىلىق، ئاپتور ئەسەرنىڭ قۇرۇلمىسىنى ناھايىتى پۇختا باغلىنىشقا ئىگە قىلغان.

يىغىپ ئېيتقاندا، تەپسىلىي خەۋەرلەردىكى بايان ئاپتوردىن ئاخبارات پاكىتلىرىنى توغرىدىن ـ توغرا چۈشەندۈرۈپ بېرىشنى، ئەگىتىپ ئولتۇرماسلىقنى، ياپتا گەپ قىلماسلىقنى، ئېنىق، ئىخچام، روشەن ھەم چۈشىنىشلىك بولۇشنى تەلەپ قىلىدۇ. شۇنداق بولغاندىلا، بايانىڭ بىۋاستىلىك ئالاھىدىلىكى گەۋدىلىنىدۇ.

2. تەپسىلىي خەۋەرلەردىكى تەسۋىر بىۋاستە كۆزىتىشتىن كېلىدۇ.

تەپسىلىي خەۋەر مۇخبىرنىڭ بىۋاستە زىيارەتتە ئېرىشكەن پاكىتلىق ماتېرىياللىرى ئاساسىدا يېزىلىدىغان ئاخبارات ژانىرى بولغاچقا، ئۇنىڭدىكى بايانلاردىن تارتىپ تەسۋىرگىچە تامامەن چىن بولۇشى لازىم. يەنى، تەسۋىردە توقۇلما ۋە تەسەۋۋۇرغا

تايىنىلماسلىقى، شەيئى ۋە كۆرۈنۈشلەر مۇبالىغە ئاساسىدا بېزەپ كۆرسىتىلمەسلىكى، مۇخبىرنىڭ نەق مەيداندىكى بىۋاستە كۆزىتىشى نەتىجىسىدە شەيئىلەرنىڭ ئەسلىي قىياپىتى ھەقىقىيلىق بىلەن سۈرەتلىنىشى لازىم.

تەپسىلىي خەۋەرلەردە باشقا بايان خاراكتېرلىك ئەسەرلەرگە ئوخشاشلا ۋەقە تەسۋىرى، مۇھىت تەسۋىرى ۋە ئادەم تەسۋىرى ئۆز نۆۋىتىدە قوللىنىلىدۇ. چۈنكى، ئۇ، ئوقۇرمەنلەردە مەلۇم بىر شەيئى ۋە ھادىسە توغرىسىدا كونكرېت، ئوبرازلىق، روشەن بولغان تونۇش ھەم تۇيغۇ ھاسىل قىلىشقا ياردەم بېرىدىغانلىقى ئۈچۈن، بايانغا ئوخشاشلا مۇھىم ئورۇندا تۇرىدۇ. مۇخبىر تەپسىلىي خەۋەرلەردە ئوقۇرمەنلەرنى خۇددى ئەسەردە تەسۋىرلىنىۋاتقان ۋەقە ھەم مۇھىت ئىچىدە تۇرۇۋاتقاندەك تەسىراتقا ئىگە قىلىش ئۈچۈن، ئىمكانىيەتنىڭ بارىچە بىۋاستە كۆزىتىش ئاساسىدا تەسۋىرلەپ، ئەينى ۋاقىتتىكى كونكرېت مۇھىت، كىشىلەر قىياپىتى ۋە پائالىيىتى، ۋەقە تەرەققىياتى قاتارلىق نەق مەيدان كۆرۈنۈشلىرىنى ئوبرازلىق، ئەينەن گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشكە تىرىشىشى لازىم.

يۇقىرىقى تەلەپنى ئورۇنلاش ئۈچۈن، تۆۋەندىكى تەرەپلەرگە ئەھمىيەت بېرىش لازىم:

1) مۇخبىر ئۆز كۆزى بىلەن كۆرگەن نەرسىلەرنى ئەينەن يېزىشى كېرەك.

2) ۋەقەدىن كېيىن زىيارەت قىلىپ، مۇھىتنى قايتا گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىش كېرەك. كۆپىنچە ھاللاردا مۇخبىر ۋەقە يۈز بېرىۋاتقان ۋاقىتنىڭ ئۆزىدە نەق مەيدانغا بېرىپ كۆزىتىشكە ئامالسىز قالىدۇ. بۇنداق ئەھۋال ئاستىدا ۋەقەدىن كېيىن مۇخبىر ئەتراپلىق ئەھۋال ئىگىلەپ، ئەينى چاغدىكى مۇھىت ۋە كەيپىياتنى قايتا گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشى كېرەك.

3) مۇخبىر ئەسەردە ئوتتۇرىغا چىقىپ، مەلۇم رول ئېلىشى كېرەك. بىرمۇنچە تەپسىلىي خەۋەرلەردە ئاپتور ئۆزى بىۋاستە

ئوتتۇرىغا چىقىپ، ئۆزىنىڭ پائالىيىتىنى ۋە زىيارەت ئوبيېكتى بىلەن بولغان سۆز - ھەرىكەتلىرىنى قوشۇپ يازىدۇ. بۇ ئۇسۇل رېئال تۇرمۇشنى تېخىمۇ بىۋاسىتە ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشكە، مۇخبىرنىڭ ئۆز كۆزى بىلەن كۆرگەن نەرسىلەرنى تەسۋىرلەپ بېرىشىگە كەڭ ئىمكانىيەت يارىتىپ بېرىدۇ.

تەپسىلىي خەۋەرلەردىكى تەسۋىردە شۇنى تەكىتلەپ ئۆتۈش زۆرۈركى، بەزى ئاپتورلار ئەسەرنىڭ بەدىئىي تەسىر كۈچىنى ئاشۇرۇشنى باھانە قىلىپ، تەسۋىرلەرنى ھەددىدىن ئاشۇرۇۋېتىدۇ ياكى بولمىسا بىۋاسىتە كۆزىتىشكىمۇ، چوڭقۇر مۇخبىرلىق قىلىشقىمۇ ئېتىبار بەرمەستىن، مۇھىت ۋە كۆرۈنۈشلەرنى ئۆز خىيالى بويىچە توقۇپ تەسۋىرلەيدۇ، بولۇپمۇ شەخسلەرنىڭ ئىچكى كەچۈرمىش تەسۋىرىنى بەرگەندە، خەۋەردىكى شەخسنىڭ چۈشىگىمۇ كىرمىگەن نەرسىلەرنى ئاپتور ئۆزىنىڭ تەسەۋۋۇرى بويىچە «ئۇ جەزمەن شۇنداق ئويلىدى ياكى شۇنداق ئويلىشى كېرەك» دەپلا، قارشى تەرەپكە زورمۇزور تېڭىپ قويىدۇ. بۇ ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ تۈپ قانۇنىيىتىگە ۋە چىنلىق پرىنسىپىغا خىلاپ.

3. مۇھاكىمە ۋە لىرىكا ھەقىقىي بولۇشى كېرەك.

تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا دائىم دېگۇدەك ئاپتور تىلى ئارقىلىق مۇھاكىمە ۋە لىرىكا ئىستۇرۇلىدۇ. بۇ يەردىكى مۇھاكىمە ھەرگىزمۇ نەزەرىيەۋى ماقالىلەردىكىدەك بىر تالاي مۇلاھىزىلەر ئاساسىدىكى ئەقلىي خۇلاسە چىقىرىش بولماستىن، بەلكى پاكىتلارنى بايان قىلىش ئاساسىدىكى پاكىت بىلەن زىچ بىرلەشتۈرۈلگەن نېگىزلىك مۇھاكىمىدىن ئىبارەت. بۇ يەردىكى لىرىكىمۇ ئەدەبىي ئەسەرلەردىكى لىرىكىغا ئوخشىمايدۇ، ئەدەبىي ئەسەرلەردىكى لىرىكا كۆپىنچە ئاپتورنىڭ ساپ ئىچكى ھېسسىياتىغا تايىنىدۇ، تەپسىلىي خەۋەردىكى لىرىكا بولسا ئەسەردىكى مۇئەييەن بىر ۋەقە ۋە پاكىتقا ئاساسلىنىدۇ ھەم پاكىت بىلەن زىچ بىرلەشتۈرۈلىدۇ. مانا بۇ تەپسىلىي

خەۋەرلەردىكى مۇھاكىمە ۋە لىرىكىنىڭ ئالاھىدىلىكى.

تەپسىلىي خەۋەردىكى مۇھاكىمە بىلەن لىرىكا ئادەم ھەم ۋەقەگە يۈكلەنگەن بولىدۇ. بۇ ئادەم، بۇ ۋەقەگە بولغان تونۇشتىن ھاسىل بولغان ھېسسىيات ۋە باھا گاھىدا ئاپتور تىلى ئارقىلىق، گاھىدا خەۋەردىكى شەخسنىڭ تىلى ئارقىلىق بېرىلىدۇ. تەپسىلىي خەۋەردىكى مۇھاكىمە بىلەن لىرىكا گاھىدا تەمسىل ۋە ئوخشىتىش ئۇسۇللىرى ئارقىلىق يېزىلىدۇ، ھەقىقىيلىق بىلەن بىرلەشتۈرۈلگەن بۇ تەھلىل ۋە ئوخشىتىشلار ئوقۇرمەنلەرنىڭ شەيئىلەر ئىچىدىن بىر خىل ئىدىيەنى ھېس قىلىشىغا، باغلىما تەسەۋۋۇر قىلىشىغا ياردەم بېرىدۇ. مەسىلەن، «يولغا ياتقۇزۇلغان تاش — يولداش پېڭ جيامۇ شىنجاڭدا» ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە مۇنداق بىر ئابزاس بار:

«سۆيۈملۈك دوستۇم، سىز ئېگىز تاغ باغرىدا تۇرغان ۋاقتىڭىزدا بۇ تاغنىڭ قانچىلىك ئېگىز ئىكەنلىكىنى تولا چاغلاردا ھېس قىلالمايسىز. سىز بۇ تاغدىن يىراقلاشقاندىلا، ئاندىن بۇ تاغنىڭ ناھايىتى ئېگىز، ھەيۋەتلىك قەد كۆتۈرۈپ تۇرغانلىقىنى ھېس قىلىسىز. بىر مەشھۇر ئەرباب ھايات ۋاقتىدا بىز بىلەن بىللە تۇرمۇش كەچۈرگەن، خىزمەت ئىشلىگەن چاغلاردا ئۇنىڭ كىشىنى ھەيران قالدۇرىدىغان خىسلەتلىرىنى بىلىپ كېتەلمەسلىكىڭىز مۇمكىن. ئۇ بىزدىن ئايرىلىپ كەتكەندە، ئۇنىڭ ئەسلىدە قالتىس ئەرباب ئىكەنلىكىنى، ئۇنىڭدىن ئايرىلىشنىڭ بىز ئۈچۈن نەقەدەر چوڭ يوقىتىش ئىكەنلىكىنى ھېس قىلىۋالايمىز.»

بۇنداق ئىپادىلەش ۋاستىلىرىدىن ئۈنۈملۈك پايدىلانغاندا، تەپسىلىي خەۋەرنىڭ بەدىئىي قۇۋۋىتىنى ئاشۇرغىلى، تەسىرچانلىقىنى كۈچەيتكىلى ۋە ئوقۇرمەنلەرنى چوڭقۇر تەسىرلەندۈرگىلى بولىدۇ.

يىغىپ ئېيتقاندا، تەپسىلىي خەۋەرلەردىكى مۇھاكىمە ۋە

لىرىكا ھەقىقىي ئىچكى مەزمۇنغا ئىگە بولۇشى، قۇرۇق، زېرىكىشلىك بولۇپ قالماسلىقى لازىم.

4. دىيالوگلار ئەينەن ئېلىنىشى كېرەك.

تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا ھەر خىل دىيالوگ ۋە مونولوگلار كۆپ قوللىنىلىدۇ. بولۇپمۇ بەزى زىيارەت خاتىرىسى، ئادەتتىكى ۋەقەلەر توغرىسىدىكى خاتىرە ۋە ئاخبارات ھېكايىلىرىدە دىيالوگ ئاساسىي شەكىل ھېسابلىنىدۇ. بىز بۇنىڭدىن دىيالوگنىڭ تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا كەم بولسا بولمايدىغان بىر خىل ئىپادىلەش ئۇسۇلى ئىكەنلىكىنى ھېس قىلالايمىز.

تەپسىلىي خەۋەردىكى دىيالوگلار ھەقىقىي خاتىرىلىنىشى، خەۋەردىكى شەخسلەرنىڭ شۇ ۋاقىت، شۇ ئورۇندا ئېيتقان ئۆز سۆزى بۇرمىلانماي، كۆپتۈرۈلمەي، بويالماي ئەينەن يېزىلىشى، تېخىمۇ مۇھىمى، يالغاندىن توقۇپ چىقىرىلماسلىقى لازىم.

تۆۋەندىكى بىر مىسالغا قاراپ باقايلى:

«توكۇلاڭچى تۆت كوچىنىڭ دوقمۇشىغا كېلىپ ئولتۇرغاندا، ئۇنىڭ ئارقىسىدا باياتىن ئەگىشىپ يۈرگەن دېھقان باللىرى ئەتراپىغا ئولاشتى.

— ھە باللار، — دېدى توكۇلاڭچى ئولتۇرۇپ زېرىككەندىن كېيىن باللارنى ئويۇنغا سېلىپ، — كەمپۈت ئالىدىغان پۇلۇڭلار بولمىسا، مەن بىر تېپىشماق ئېيتاي، كىم تاپسا، بىر تال كەمپۈت بېرىمەن، بولامدۇ؟

— بولىدۇ! — باللار چۇرقىرىشىپ كەتتى.

— ئەمىسە دىققەت قىلىڭلار، بىر توپ قۇشقاچ ئۇچۇپ كەپتۇ، ئۇلار بىر تۇپ ئۈرۈك شېخىغا بىردىن قونسا، بىر قۇشقاچ ئېشىپ قالغۇدەك، بىر شاخقا ئىككىدىن قونسا، بىر تال شاخ ئېشىپ قالغۇدەك، قېنى، ھېسابلاپ كۆرۈڭلار، قۇشقاچ قانچە، شاخ قانچە؟

باللار ئويلاپ - ئويلاپ جاۋاب بېرەلمەي، بىر - بىرىگە قاراشتى. لېكىن، شۇ ئەسنادا ھەممىدىن كىچىك، يۈزى دۇگىلەككىنە كەلگەن، كىيىمىنىڭ نەچچە يېرىگە ياماق چۈشكەن بىر بالا توكۇلاڭچىغا چاقماقتەك سۆزلەپ:

— ئۈچ تال شاخ، تۆت قۇشقاچ، — دەپ جاۋاب بەردى. توكۇلاڭچى قايىللىق بىلەن بېشىنى لىڭشىتىپ، بالىنىڭ جاۋابىنىڭ توغرىلىقىنى تەستىقلىدى ۋە بۇ ئەقىللىق بالىغا مەستلىكى كېلىپ، ئۈچ تال كەمپۈت مۇكاپات بەردى:

— ئوغلۇم، ئېتىڭ نېمە؟

— ئاۋۇت.

— داداڭنىڭ ئېتىچۇ؟

— ئابدۇراخمان.

— ھە، داداڭ بار تۇرۇقلۇق چاپىنىڭ بەكمۇ ئەسكىرەپ كېتىپتۇغۇ؟

— دادامنىڭ چاپىنى بۇنىڭدىنمۇ ئەسكى تېخى، — دېدى بالا يوشۇرمايلا.

— ھە، مۇنداق دېگىن، بوپتۇ، يېڭى چاپان كىيىدىغان كۈنلەرمۇ بولۇپ قالار! — دېدى توكۇلاڭچى بالىنىڭ بېشىنى سىلاپ تۇرۇپ.»

مانا بۇ دىيالوگ ئاخبارات يېزىقچىلىقىنىڭ تەلىپىگە ئاساسەن ھېچقانداق بېزەلمەستىن، ئەينەن يېزىلغان.

تۆتىنچى پاراگراف تەپسىلىي خەۋەرنىڭ قۇرۇلمىسى

1. قۇرۇلمىنىڭ ئاساسىي مەزمۇنى.

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ قۇرۇلمىسى خەۋەر قىلىنىدىغان ئوبيېكتقا ئائىت مول ماتېرىياللارنى مەركىزىي ئىدىيەنىڭ

تەلىپىگە ئاساسەن مەنتىقىلىق، مۇۋاپىق تەشكىللەپ، مۇكەممەل بىر گەۋدىگە ئايلانغان ئەسەر قىلىپ يېزىپ چىقىشنى كۆرسىتىدۇ.

ھەرقانداق مۇخبىر مول رېئال تۇرمۇش ۋەقەلىكلىرىگە ۋە دېتاللىرىغا ئىگە بولغاندىن كېيىن، ئۇنى قانداق قۇراشتۇرۇش ئۈستىدە باش قاتۇرىدۇ. ماتېرىياللار جايىدا، مۇۋاپىق ئورۇنلاشتۇرۇلمايدىكەن، پاكىتلار ھەرقانچە جانلىق بولغان تەقدىردىمۇ، ئەسەر چۇۋالچاق بىر ماتېرىيال دۆۋىسىگە ئايلىنىپ قالىدۇ. ئوقۇرمەنلەرگە روشەن، ئېنىق چۈشەنچە بېرەلمەي قالىدۇ. شۇڭلاشقا، مۇخبىر كۆز ئالدىدىكى ماتېرىياللار ئۈستىدە ئەستايىدىل پىكىر يۈرگۈزۈشى، ۋەقەلىك ۋە تەپسىلاتنى قانداق قانات يايدۇرۇشنى، ئەسەرنىڭ كۆلىمىناتسىيە نۇقتىسىنى قەيەرگە قويۇشنى، قايسى ماتېرىيالنى ئاساسىي ئورۇندا قويۇپ يېزىش، قايسىسىنى قوشۇمچە ئورۇندا قويۇپ يېزىشنى ئالدىن بېكىتىۋېلىشى كېرەك. دەرۋەقە، بۇلارنىڭ ھەممىسى ئالدى بىلەن ئەسەردىكى مەركىزىي ئىدىيەنىڭ تەلىپىنى ئالدىنقى شەرت قىلىدۇ. چۈنكى، ئەسەرنىڭ قۇرۇلمىسى مەركىزىي ئىدىيەنى ئىپادىلەش ئۈچۈن خىزمەت قىلىشى كېرەك. ئۇنىڭدىن قالسا ئەسەرنىڭ قۇرۇلمىسى ئوخشاش بولمىغان ژانىرلارنىڭ ئالاھىدىلىكىگە ئۇيغۇنلىشىشى كېرەك. ئوخشاش بولمىغان ژانىرلارنىڭ قۇرۇلمىغا بولغان تەلىپىمۇ گاھىدا ئوخشاش بولمايدۇ.

تەپسىلىي خەۋەر قۇرۇلمىسىنىڭ شەكلى ئادەتتە تۆۋەندىكىدەك ئۈچ خىل بولىدۇ:

1) شەيئىلەرنىڭ تەرەققىيات تەرتىپى، ۋاقىت تەرتىپى ۋە ئاپتورنىڭ شەيئىلەرنى تونۇش تەرەققىيات تەرتىپى بويىچە ئەسەر قاتلاملىرىنى ئورۇنلاشتۇرۇش. بۇ چوڭقۇرلۇق ياكى تىك سىزىق شەكلىدىكى قۇرۇلما دەپمۇ ئاتىلىدۇ. بۇ خىل قۇرۇلمىدا ۋاقىت تەرەققىياتنىڭ تەرتىپى، ۋەقەلىكنىڭ قانات يېيىش تەرتىپى

ياكى ئاپتورنىڭ شەيئىگە بولغان تونۇشىدىكى تېيىزلىقتىن چوڭقۇرلۇققا قاراپ ئىلگىرىلەش تەرتىپى پۈتۈن ئەسەرنىڭ ئاساسىي يىپ ئۇچى بولىدۇ. بۇ خىل قۇرۇلما شەيئىلەر تەرەققىياتىنىڭ ئومۇمىي كۆرۈنۈشىنى تەرتىپلىك، ئېنىق قىلىپ كۆرسىتىپ بېرىشتەك ئالاھىدىلىككە ئىگە. مەسىلەن، «پەرۋاز قىل، قىران بۈركۈت — دوتسېنت مىجىت خۇدابەردىنى زىيارەت»① ھەمدە شىنجاڭ تېببىي ئىنستىتۇتى قارىمىقىدىكى 1 - دوختۇرخانا ئۆسمە كېسەللىكلىرى بۆلۈمىنىڭ سابىق مەسئۇل دوختۇرى (ھازىر ئىنستىتۇت قارىمىقىدىكى 2 - دوختۇرخانىنىڭ مۇئاۋىن باشلىقى) مەمتىمىن ھېكىم توغرىسىدا يېزىلغان «مېڭىۋەرگەن تاغ ئاشار»② ناملىق تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ئالدىنقىسى ۋاقىت تەرتىپى ۋە شەيئىنىڭ تەرەققىيات تەرتىپى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇلغان بولسا، كېيىنكىسى شەيئىنىڭ تەرەققىيات تەرتىپى ھەم ئاپتورنىڭ شەيئىنى تونۇش تەرەققىياتى بويىچە تېيىزلىقتىن چوڭقۇرلۇققا، ئاددىيلىقتىن مۇرەككەپلىككە قاراپ ئورۇنلاشتۇرۇلغان.

ئەسەرنىڭ قۇرۇلمىسىنى بۇنداق ئۇسۇل بويىچە ئورۇنلاشتۇرغاندا، بىرىنچىدىن، تەپسىلىي يېزىش بىلەن ئىخچام يېزىشنى مۇۋاپىق تەڭشەشكە، دولقۇنسىمان، ئۆزگىرىشچان قىلىشقا دىققەت قىلىش كېرەك. ئۇنداق بولمىغاندا، ئەسەر زېرىكىشلىك بولۇپ قالىدۇ. ئىككىنچىدىن، مەيلى ۋاقىت تەرتىپىدە بولسۇن، مەيلى شەيئىنىڭ تەرەققىيات تەرتىپىدە بولسۇن ياكى ئاپتورنىڭ تونۇش تەرەققىياتىدا بولسۇن، بىر ئاساسىي يىپ ئۇچى بولۇشى، پۈتۈن ماتېرىياللار مۇشۇ ئاساسىي يىپ ئۇچى بويىچە تەشكىللىنىشى، بۇ ئاساسىي يىپ ئۇچى بىلەن مۇناسىۋەتسىز ماتېرىيال چىقىرىپ تاشلىنىشى لازىم. شۇنداق قىلغاندىلا، ئەسەر ياخشى چىقىدۇ.

① ② «تەڭرىتاغ پەرزەنتلىرى» ناملىق كىتاب.

2) شەيئىلەرنىڭ خاراكتېرى، ئۆزئارا مۇناسىۋىتى ۋە ماكان ئۆزگىرىشى بويىچە قاتلاملارنى ئورۇنلاشتۇرۇش. بۇ توغرا سىزىق ياكى كەڭلىك شەكلىدىكى قۇرۇلما دەپمۇ ئاتىلىدۇ. بۇ خىل قۇرۇلما شەكلىنىڭ ئالاھىدىلىكى شۇكى، ئۇنىڭ ئومۇملاشتۇرۇش دائىرىسى بىرقەدەر كەڭ بولىدۇ، قاتلام ۋە ئابزاسلار ماكان (ئورۇن) ئۆزگىرىشى بويىچە، يەنى ئوخشاش بولمىغان ماكاندا يۈز بەرگەن بىر مەركىزىي تېمىنى ئىپادىلەپ بېرىدىغان بىر يۈرۈش پاكىتلار بويىچە تەشكىللىنىدۇ ياكى شەيئىلەرنىڭ خاراكتېرى، مەسىلىلەرنىڭ ئۆزئارا مۇناسىۋىتى، مەزمۇن بىردەكلىكى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇلىدۇ. مەسىلەن، «توقايلىقلارمۇ بېيىپتۇ» ۋە «تارىم ۋادىسىدىكى قوشنىلار» ① ناملىق ئىككى پارچە تەپسىلىي خەۋەردە ئەسەرنىڭ قاتلام تەرتىپلىرى ماكان ئۆزگىرىشى ھەمدە ماتېرىياللارنىڭ مەزمۇن ئالاھىدىلىكى، بىردەكلىكى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇلغان.

3) ئىككى خىل ئۇسۇل بىرلەشتۈرۈلگەن شەكىل. بۇ خىل قۇرۇلمىدا ۋاقىت تەرتىپى شەيئىنىڭ چوڭقۇرلۇق تەرىپىنى، ماكان ئۆزگىرىشى شەيئىنىڭ كەڭلىك تەرىپىنى كۆرسىتىپ بېرىدۇ. بۇ خىل قۇرۇلما شەكلىدە يېزىلىدىغان تەپسىلىي خەۋەرلەردە چېتىلىدىغان ۋەقەلەرمۇ كۆپ بولىدۇ، ۋاقىت ئارىلىقىمۇ بىرقەدەر ئۇزۇن بولىدۇ، ئورۇنمۇ بىرقەدەر كۆپ بولىدۇ. مەسىلەن، مۇنەۋۋەر كومپارتىيە ئەزاسى، ئاتاقلىق سۇ ئىشلىرى ئىنژېنېرى ۋاڭ ۋېي تونۇشتۇرۇلغان «كىشىلەر قەلبىدىكى مەڭگۈلۈك نامايەندە» ② ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە، ۋاڭ ۋېي خوتەنگە كەلگەن 1958 ـ يىلىدىن ۋاپات بولغان 1991 ـ يىلى 27 ـ ئاپرىلغىچە بولغان ئوتتۇز ئۈچ يىل جەريانىدا، ئۇنىڭ خوتەننىڭ سۇ ئىشلىرىغا ئۆزىنى بېغىشلىغان تۇرلۇك ئىش ئىزلىرى ماكان ئۆزگىرىشى ھەم مەزمۇن ئالاھىدىلىكى بويىچە

---

① «شىنجاڭ گېزىتى»، 1991 ـ يىلى 21 ـ يانۋار سانى.
② «شىنجاڭ گېزىتى»، 1991 ـ يىلى 13 ـ نويابىر سانى.

ئورۇنلاشتۇرۇلغان. ئەسەرنىڭ قۇرۇلمىسىنى بۇ خىل ئۇسۇل بويىچە تەشكىللىگەندە، ئاپتور ماتېرىياللارنى ماھىرلىق بىلەن ئىشلىتىش ئىقتىدارىغا ئىگە بولۇشى، بىر يۇرۇش مەنزىرە، كۆرۈنۈش، دېتاللارنى ئاساسىي يىپ ئۇچىنى چۆرىدىگەن ھالدا ئىپادىلەشكە دىققەت قىلىشى لازىم. ئۇنداق بولمىغاندا، ئەسەر باش - ئاخىرىنى بىلگىلى بولمايدىغان چۇۋالچاق بىرنەرسە بولۇپ قالىدۇ.

قايسى خىل تەپسىلىي خەۋەرنى قانداق قۇرۇلما شەكلى ئارقىلىق قۇراشتۇرۇش كېرەك؟ بۇ مەسىلىگە قارىتا بىرلىككە كەلگەن ۋە مۇقىملاشقان جاۋاب يوق. قايسى تەپسىلىي خەۋەردە قانداق قۇرۇلما شەكلىنى قوللىنىش شۇ ئەسەردىكى ماتېرىيالنىڭ ئالاھىدىلىكىگە، ئاپتورنىڭ سەۋىيەسى، ماھارىتى ۋە ئۇسلۇبىغا باغلىق، ئەمما مۇۋەپپەقىيەتلىك تەپسىلىي خەۋەرلەرنى كۆزەتكەندە، تۆۋەندىكى ئۇسۇلنى بىرقەدەر ئومۇملاشقان، دەپ قاراشقا بولىدۇ.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرگە نىسبەتەن:

ئۇنىڭدا مۇئەييەن بىر شەخسنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىش جەريانى تونۇشتۇرۇلماقچى بولسا ياكى بىر شەخسنىڭ مەلۇم بىر زور پائالىيىتى، مەلۇم بىر كەشپىياتى ياكى نەتىجىسى بايان قىلىنماقچى بولسا، ئۇنىڭدا ماتېرىياللارنى ۋاقىت تەرتىپى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇشقا بولىدۇ. ئەگەر ئۇنىڭدا بىر مەركىزىي شەخس ۋە بىر مەركىزىي ۋەقە بولماي قالسا، يەنى شەخسنىڭ مەلۇم تەرەپتىكى خاراكتېر ئالاھىدىلىكىنى يورۇتۇپ بېرىدىغان بىرقانچە تەڭداش ۋەقەلىك بولسا ياكى ئەسەردە بىرنەچچە شەخسنىڭ بىرنەچچە ئىش - پائالىيىتى تەڭلا يېزىلىدىغان بولسا، ئەسەرنىڭ قۇرۇلمىسى ماتېرىياللارنىڭ مەزمۇن بىردەكلىكى، ئۆزئارا مۇناسىۋىتى بويىچە توغرا سىزىق شەكلىدە ئورۇنلاشتۇرۇلىدۇ.

ۋەقە توغرىسىدىكى تەپسىلىي خەۋەرگە نىسبەتەن:

ئەگەر بىرلا مەركىزىي ۋەقە بايان قىلىنىدىغان بولسا، ئەسەرنىڭ قۇرۇلمىسى ۋەقەنىڭ پەيدا بولۇش، تەرەققىي قىلىش تەرتىپى ۋە ۋاقىت تەرتىپى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇلىدۇ. ئەگەر مەركىزىي ۋەقە بىر بولماستىن، بىر مەركىزىي ئىدىيەنى چۆرىدىگەن بىرقانچە ۋەقە بولسا، ئۇنداقتا ئەسەرنىڭ قۇرۇلمىسى ماكان ئۆزگىرىشى ۋە ماتېرىياللارنىڭ مۇناسىۋىتى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇلىدۇ.

قىياپەت تۇغرىسىدىكى تەپسىلىي خەۋەرگە نىسبەتەن:

ئەگەردە تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ماتېرىيالى بىرقانچە ئورۇندا كۆرگەن، ئاڭلىغان نەرسىلەر بولسا، ئەسەرنىڭ قۇرۇلمىسى ماكان ئۆزگىرىشى بىلەن ۋاقىت تەرتىپى بىرلەشتۈرۈلگەن ئۇسۇل بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇلىدۇ. ئەگەر بىرلا ئورۇندا كۆرگەن، ئاڭلىغان ماتېرىيال بولسا، ئەسەرنىڭ قۇرۇلمىسى شەيئىنىڭ تەرەققىيات تەرتىپى بويىچە ۋە ماتېرىياللارنىڭ مۇناسىۋىتى، مەزمۇن بىردەكلىكى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇلىدۇ.

ئەگەردە، خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىدە يېزىلىدىغىنى مەلۇم بىر ئورۇننىڭ مەلۇم بىر تەجرىبىسى ۋە مەلۇم بىر جەھەتتىكى خىزمىتى بولسا، ئەسەر قۇرۇلمىسىنى شەيئىنىڭ تەرەققىياتى ۋە ئاپتورنىڭ تونۇش تەرەققىيات يۆنىلىشى بويىچە تىك سىزىق شەكلىدە ئورۇنلاشتۇرۇشقا بولىدۇ. ئەگەردە بىر ئورۇننىڭ بىرقانچە جەھەتتىكى خىزمىتى ۋە تەجرىبىسى بولسا، ئەسەر قۇرۇلمىسىنى ماتېرىياللارنىڭ ئۆزئارا مۇناسىۋىتى ۋە مەزمۇن بىردەكلىكى بويىچە توغرا سىزىق شەكلىدە ئورۇنلاشتۇرۇشقا بولىدۇ.

2. تەپسىلىي خەۋەرنى باشلاش ۋە ئاخىرلاشتۇرۇش

خەۋەردە ياخشى مۇقەددىمە بولۇشى، تەپسىلىي خەۋەردە بولسا ياخشى باشلانما بولۇشى لازىم. يېڭىچە، جانلىق، جەلپ قىلارلىق يېزىلغان ياخشى باشلانما ئەسەرنىڭ مەزمۇنىدىن بېشارەت بېرىپ، ئوقۇرمەنلەرنىڭ ئوي - پىكرىنى قوزغىتىپلا

قالماستىن، ئەسەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى قانات يايدۇرۇشقا، پۈتۈن ئەسەرگە قوماندانلىق قىلىشقا ۋە مەركىزىي ئىدىيەنى تېخىمۇ روشەن ئىپادىلەپ بېرىشكە ياردەم بېرىدۇ. تەپسىلىي خەۋەرنى قانداق قىلغاندا ياخشى باشلىغىلى بولىدۇ؟ مۇۋەپپەقىيەتلىك چىققان ئەسەرلەردىن قارىغاندا، تەپسىلىي خەۋەرنى باشلاش ئۇسۇلى تۆۋەندىكىدەك بىرقانچە خىل بولىدۇ:

1) ئاخباراتلىق پاكىت بىلەن مۇناسىۋەتلىك بولغان مەلۇم بىر كۆرۈنۈش ياكى تەپسىلاتنى بايان قىلىش ئارقىلىق باشلاش.

«1976 ـ يىلى ياز كۈنلىرىنىڭ بىرى، قاش قارايغان چاغ، ئەتىگەندىن بېرى نۇرغۇن كېسەل كۆرۈپ چارچىغان ئابدۇقادىر ئاكا ئەمدىلا ئىشتىن چۈشەي دەپ تۇرۇشىغا، دوختۇرخانىنىڭ كارىدورىدا يىغا ئاۋازى ئاڭلىنىپ قالدى. ئۇ بىرەر ۋەھىمىدىن ئەنسىرىگەندەك، تېز ـ تېز قەدەم تاشلاپ يىغا ئاۋازى چىققان يەرگە كەلدى. زەمبىلدە ياتقان ئون بەش ـ ئون ئالتە ياشلار چامىسىدىكى بىر ئوغۇل بالا ئاغرىق ئازابىغا چىدىماي نالە قىلاتتى، ئۇنىڭ قورسىقىنى رومال بىلەن باغلاپ قويۇپ، تىترىگەن قوللىرى بىلەن بالىنىڭ ئىككى قولىنى چىڭ تۇتۇۋالغان ئاپپاق چاچلىق موماينىڭ كۆزلىرىدىن تاراملاپ ياش تۆكۈلەتتى».

ئەسەرنى بۇ خىل ئۇسۇلدا باشلىغاندا خۇددى كىنو ۋە دىراممىلارنىڭ مۇقەددىمىسىگە ئوخشاش، ئوقۇرمەنلەرنى خەۋەردىكى ئاساسلىق شەخس ۋە ئاساسىي ۋەقە بىلەن ئۇچراشتۇرۇپ، ئۇلارنى جەلپ قىلغىلى بولىدۇ.

2) بىرەر غەلىتە شەيئىنى بايان قىلىش ئارقىلىق باشلاش.

بۇ يۇقىرىقى ئۇسۇل بىلەن ئاساسىي جەھەتتىن ئوخشىشىپ كېتىدۇ، بىراق بۇنىڭدا بايان قىلىنىدىغىنى ئاخبارات پاكىتى بىلەن مۇناسىۋەتلىك بولغان غەلىتىرەك تەپسىلات ۋە

كۆرۈنۈشتىن ئىبارەتتۇر.

بەزىدە بۇنداق باشلىنىش مەلۇم ۋەقە ۋە كۆرۈنۈشنى بايان قىلىش ئارقىلىق ئەمەس، بەلكى قىزىقارلىق دىيالوگ شەكلىدە يېزىلىدۇ. مەسىلەن، «ئىدارە باشلىقىنىڭ ۋېلسىپىتى» ① دېگەن ئەسەر مۇنداق باشلانغان:

«— يىگىرمە يۈەنگە ساتامسىز؟

— ياقەي. نېمىلا بولسۇن، ئىككى چاقى بار ۋېلىسىپىت - دە، بۇ. قىرىق يۈەندىن كەم ساتمايمەن.

— بۇ ۋېلىسىپىتىڭىز ئىدارە باشلىقى لەنىنىڭ ۋېلسىپىتىدىن قېلىشمىغۇدەك ھالغا كېلىپ قاپتۇ. بېرىۋېتىڭە، بولدى».

3) باشلىنىشىدىلا تەپسىلىي خەۋەردىكى ئاساسلىق مەسىلىنى ئوتتۇرىغا قويۇش ئارقىلىق باشلاش.

«مۆمىن كۆتەكنىڭ ئوغۇللىرى ئىچىدە ئەل - جامائەتكە تونۇلغىنى سەمەت مۆمىن بولدى. ئۇنىڭ قارىشىچە، ئۆزىنى ئەر دەپ بېلىنى باغلىغان كىشى ئۆزى شۇغۇللىنىۋاتقان ئىشتىن جەزمەن نەتىجە قازىنىپ، بىرەر نام - ئاتاق قالدۇرۇشى كېرەك. بولمىسا ئۇنىڭ ئىسمى ئۆلۈمى بىلەنلا ئەل ئارىسىدىن ئۆچىدۇ. بۇنىڭدىن كۆرە توپا - تاش بولسىمۇ، ئاتالغان دۆڭ ياخشى».

— «ئاتالمىغان ئەردىن، ئاتالغان دۆڭ ياخشى». ②

4) روشەن سېلىشتۇرما ئارقىلىق باشلاش.

«بىر لى پۇلنى ئەڭ ئىقتىسادچىل ئىشلىتەلەيمۇ ئاللىقاچان

---

① «شىنجاڭ گېزىتى»، 1990 - يىلى 19 - نويابىر سانى.

② «شىنجاڭ گېزىتى»، 1991 - يىلى 3 - يانۋار سانى.

نەزىرىگە ئېلىنمايدىغان بولۇپ قالدى. لېكىن، نەچچە مىليون يۈەننى قولىدىن ئۆتكۈزىدىغان زاۋۇت باشلىقى، بوغالتىر، مال بىلەن تەمىنلىگۈچىلەر ۋە يىل بويىچە دۆلەتكە بايلىق يارىتىدىغان ئىشچىلار بىر لى پۇلنى ئاز خەجلەپ، دۆلەتكە بىر لى بولسىمۇ تېجەپ بېرىش ئۈچۈن، ھېساباتنى قايتا ـ قايتا ئىشلەپ، يوشۇرۇن كۈچىنى قايتا ـ قايتا قازماقتا».①

— «بىر لى پۇل روھى»

ئەسەرنى بۇنداق باشلاش ئۇسۇلى ئەسەردىكى ئاساسىي مەقسەتنى گەۋدىلەندۈرۈشتە ۋە مەركىزىي ئىدىيەنى چوڭقۇرلاشتۇرۇپ، ئوقۇرمەنلەردە كۈچلۈك تەسىرات قالدۇرۇشتا ئالاھىدە رول ئوينايدۇ.

5) چوڭقۇر مۇھاكىمە ئارقىلىق باشلاش.

«يېڭى ئىشقا قەدەم قويغان ھەرقانداق كىشى ئىشەنچ ۋە گۇمان، تىلەكداشلىق ۋە مەسخىرە، قوللاش ۋە سوغۇق سۇ سېپىش قاتارلىق خىلمۇخىل زىددىيەتكە ۋە شۇ تۈپەيلى كېلىپ چىققان ھەر خىل قىيىنچىلىققا دۇچ كېلىدۇ. مەردنى مەيداندا سىنا، دېگەندەك، بۇنىڭ ئۆزى مەردنى سىنايدىغان سىناق مەيدانى. بېلى بوشلار، تەۋەككۈلچىلىك قىلىدىغانلارمۇ مەيداندا ھەرگىز سىناقتىن ئۆتەلمەيدۇ. زىددىيەت ۋە جاپا ـ مۇشەققەتكە باش ئەگمەيدىغان قەتئىي ئىرادىلىك، ئۆز ئىشىغا تولۇق ئىشەنچ باغلىغان كىشىلا بۇ مەيداندا خىلمۇخىل ئۆتكەللەرنى بۆسۈپ ئۆتۈپ، ئۆز نىشانىغا قىزىلبايراق قاداياليدۇ. شان ـ شەرەپ ئەنە شۇلارغا مەنسۇپ!»

— «چەۋەنداز — شىنجاڭ ئوپېرا ئۆمىكىنىڭ رېژىسسورى نىجات ئەكبەر توغرىسىدا ②

① «خەلق گېزىتى»، 1963 ـ يىلى 24 ـ مارت.

② «تەڭرىتاغ پەرزەنتلىرى» ناملىق كىتاب.

بۇنداق باشلانمىدا ئەسەرنىڭ ئاساسىي مەزمۇنى يىغىنچاقلىنىپ، مەركەزلىك كۆرسىتىپ بېرىلىدۇ. شۇنداقلا، ئەسەردىكى زىددىيەتتىن بېشارەت بېرىلىدۇ.

6) شېئىر، ماقال ـ تەمسىل ۋە رىۋايەتلەر ئارقىلىق باشلاش.

«مۇھەببەت ــ كونا نەرسە، لېكىن ھەربىر يۈرەك ئۇنى يېڭىلار» دەپ يازغانىدى تاتار شائىرى ھادى تاختاش. ھالبۇكى، رېئال تۇرمۇشتا كونا نەرسىلەردىن يېڭى تۈس ئېلىنىۋاتقانلىرى، يېڭى مەزمۇن بىلەن بېيىپ بېرىۋاتقانلىرىمۇ ئاز ئەمەس. سىز رۇسلارنىڭ پاسخا بايرىمىنى تەبرىكلەش پائالىيىتىگە قاتنىشىپ باققانمۇ؟

ــ «ئىتتىپاقلىق مەرىكىسى»

ئەسەرنى بۇ خىل ئۇسۇللار بىلەن باشلىغاندا، شېئىر، ماقال ـ تەمسىل ۋە رىۋايەتلەرنىڭ ئەسەردىكى ئاساسىي مەزمۇن بىلەن زىچ ماسلىشىشىغا دىققەت قىلىش كېرەك.

7) شەيئىلەرنى تەسۋىرلەش ئارقىلىق باشلاش.

«بۇ يىل 8 ـ مايدا ھاۋا ئادەتتىن تاشقىرى ئوچۇق ئىدى. باھار قۇياشى تەڭرىتاغنىڭ قار ـ مۇزلىرىنى ئېرىتىپ، دولقۇنلۇق ئىلى دەرياسىنىڭ سۈيىنى ئۇلغايتىۋەتكەنىدى.

ئىلى دەرياسىنىڭ شەرقىي قىرغىقىدىكى قارىتام يېزا بازىرى بايتوقاي، قاش، ‹ئۆكتەبىر› گۈڭشېلىرىدىن كەلگەن گۈڭشې ئەزالىرى ۋە دەريانىڭ غەربىدىن كېمە بىلەن ئۆتكەن ئىشچى ـ خىزمەتچىلەر ئائىلە تەۋەلىرى بىلەن تولغان بولۇپ، بازار ئادەتتىن تاشقىرى قىزىپ كەتكەنىدى. دەريانىڭ شەرقىي قىرغىقىدىن غەربىي قىرغىقىغا تارتىلغان پولات ئارغامچىدىكى غالتەككە چېتىلغان كېمە سەكسەن نەچچە مېتىر كەڭلىكتىكى

دەريادا بازارغا كېلىپ - كېتىۋاتقانلارنى توختىماي توشۇۋاتاتتى.
—— «ئىلى دەرياسىدىكى پىداكارلىق كۈيى»[1]

تەپسىلىي خەۋەرنى بۇنداق ئۇسۇلدا باشلىغاندا، ئاخباراتلىق شەخس ۋە ئاخباراتلىق ۋەقەنىڭ ئوتتۇرىغا چىقىشى ئۈچۈن مۇھىت ۋە شارائىت هازىرلاپ، ئوقۇرمەنلەرنى ئەسەر ۋەقەلىكىگە تەبىئىي باشلاپ كىرگىلى، ئەسەردە بەدىئىي كەيپىيات پەيدا قىلغىلى بولىدۇ.

8) نوپۇزلۇق شەخسلەرنىڭ ۋە خەۋەردىكى شەخسنىڭ ئالاھىدىلىككە ئىگە سۆزى ئارقىلىق باشلاش.

«—— بەزىلەر بۇ دۇنياغا گويا يەپ - ئىچكىلى، ئويناپ - كۈلگىلى كەلگەندەكلا، هاياتقا مەنىسىز مۇئامىلە قىلىشىدۇ، ئۇلار تېخى باشقىلارنىڭ خەلققە پايدىلىق ئىشى ئۈستىدىن كۈلىدۇ ...

بىزنىڭ سۆھبىتىمىز ئەنە شۇ تەرىقىدە قىزغىن باشلىنىپ كەتتى.»

—— «مەنىلىك هايات، زور تۆھپە»[2]

بۇ خىل ئۇسۇل بىلەن باشلىغاندا نەقىل كەلتۈرۈلگەن شەخسنىڭ سۆزى ئەسەرنى نېگىزلىك نۇقتىسىدىن قانات يايدۇرۇشقا، ئەسەردىكى مەركىزىي ئىدىيەنى يورۇتۇپ بېرىشكە ياردەم بېرەلەيدىغان بولۇشى كېرەك.

9) خەۋەردىكى شەخسنى تونۇشتۇرۇش ئارقىلىق باشلاش.

ئەسەرنى بۇ خىل ئۇسۇل بىلەن باشلىغاندا، خەۋەردىكى شەخسنىڭ ئاساسلىق ئىش - پائالىيىتىنى ۋە ئالاھىدىلىكىنى يۈكسەك دەرىجىدە ئومۇملاشتۇرۇشقا دىققەت قىلىش لازىم.

---

① «شىنجاڭ گېزىتى»، 1984 - يىلى 22 - ئىيۇن سانى.
② «تەڭرىتاغ پەرزەنتلىرى» ناملىق كىتاب.

10) كىشىنى ئويغا سالىدىغان سوئال ئارقىلىق باشلاش.

«جاڭ خەيدىنىڭ ئۆيىگە كەلگەندىن كېيىن، بىز پاۋىل كورچاگىن دەپ تەرىپلىنىپ كەلگەن بۇ قىزنى كۆرۈشكە ئالدىرىدۇق. گەرچە بىز ئۇ توغرىسىدا يېزىلغان نۇرغۇن تەسىرلىك ھېكايىلەرنى ئوقۇغان بولساقمۇ، ئەمما ئۇ يەنىلا بەدىنىنىڭ ئۇچتىن ئىككى قىسمى ئۆز سەزگۈسىنى يوقاتقان بىر قىز ئىكەن، بۇنداق ئادەم قانداق ھايات كەچۈرىدىغاندۇ؟ بىز بۇنى قىياس قىلالمىدۇق».

— «ھاياتلىقنىڭ تۇۋرۇكى»①

11) تەبىئىي باشلاش.

«بىز بۇ ماقالىمىزدە شىنجاڭ ئۇنىۋېرسىتېتى جۇغراپىيە فاكۇلتېتىنىڭ دوتسېنتى يولداش مىجىت خۇدابەردى ھەققىدە قىسقىچە سۆزلەپ ئۆتىمىز».

— «پەرۋاز قىل، قىران بۈركۈت»

«بۇ، بۇنىڭدىن سەككىز يىل ئىلگىرىكى ئىش. پىچان ناھىيەلىك خەلق دوختۇرخانىسىغا كارىزغا چۈشۈپ كېتىپ بېشى زەخىملەنگەن توققۇز ياشلاردىكى بىر خۇيزۇ بالا ئېلىپ كېلىندى».

— «مېڭۋەرگەن تاغ ئاشار»

تەبىئىي باشلاش ئۇسۇلى خىلمۇخىل بولىدۇ. بۇنىڭدا ئاپتور ئارتۇق باش قاتۇرۇپ ئولتۇرماستىن، قولىغا قەلەمنى ئېلىپلا ناھايىتى يەڭگىل ۋە ئۇدۇللا باشلاپ كېتىدۇ.

بىر پارچە ئەسەر ياخشى باشلانغانىكەن، جەزمەن ياخشى ئاخىرلىشىشى لازىم. دەسلەپىدە ناۋات يەپ، ئاخىرىدا ئاچچىق

① «جۇڭگو ياشلىرى گېزىتى»، 1983 ـ يىلى 1 ـ مارت سانى.

مىغىز چاينىغانلىقىدەك بولۇپ قالماسلىق ئۈچۈن، تەپسىلىي خەۋەرنى باشلاشقا قانداق ئېتىبار بېرىلگەن بولسا، ئاخىرلاشتۇرۇشقىمۇ شۇنداق ئېتىبار بېرىشى لازىم. چۈنكى، تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ئاخىرى ئوقۇرمەنلەرنىڭ قەلبىدە ئۈمىد ئۇچقۇنلىرىنى چاقنىتىپ، ئۇلارغا ئىلھامبەخش ئېتىش، ئۇلارنى ئويغا سېلىش، شۇنداقلا تەپسىلىي خەۋەردىكى مەركىزىي ئىدىيەنى تېخىمۇ چوڭقۇرلاشتۇرۇپ بېرىشتىن ئىبارەت ۋەزىپىنى ئورۇنلىيالىشى كېرەك. شۇڭا، ئۇنى قولنىڭ ئۇچىدىلا يېزىپ قويۇشقا ھەرگىز بولمايدۇ.

ئادەتتە تەپسىلىي خەۋەرنى ئاخىرلاشتۇرۇشتا كۆپ ئۇچرايدىغان ئۇسۇللار تۆۋەندىكىدەك بىرقانچە خىل بولىدۇ:

(1) خەۋەر قىلىنىغان شەيئىنىڭ نەتىجىسىنى بايان قىلىش ئارقىلىق ئاخىرلاشتۇرۇش. بۇ مىللىي ئاخباراتچىلىقىمىزدا ئەڭ كۆپ ئۇچرايدىغان ھەم ئومۇملاشقان بىر خىل ئاخىرلاشتۇرۇش ئۇسۇلى بولۇپ، ئۇنىڭدا تەپسىلىي خەۋەر يېزىلغان ۋاقىتتا شۇ شەيئىنىڭ تەرەققىي قىلىپ يەتكەن ئەڭ ئاخىرقى ھالىتى ۋە نەتىجىلىرى ئومۇملاشتۇرۇلۇپ كۆرسىتىپ بېرىلىدۇ.

(2) ئوبيېكتقا بولغان سەمىمىي ئۈمىد بىلەن ئاخىرلاشتۇرۇش. ئىلغار شەخسلەر ۋە ئۇلارنىڭ نەمۇنىلىك ئىش ئىزلىرى تونۇشتۇرۇلغان نۇرغۇنلىغان تەپسىلىي خەۋەرلەردە، ئاپتور ئەسەرنىڭ ئاخىرىنى خەۋەر قىلىنغان شەخسكە بولغان سەمىمىي ئۈمىدى، كېيىنكى ئىستىقبالىغا بولغان ياخشى تىلەكلىرى بىلەن ئاخىرلاشتۇرىدۇ.

(3) ھالقىلىق يېرىنى كۆرسىتىپ، مەركىزىي ئىدىيەنى چوڭقۇرلاشتۇرۇش ئارقىلىق ئاخىرلاشتۇرۇش. تەپسىلىي خەۋەرلەردە پاكىتلارنى بايان قىلىش ئاساسىدا، ھالقىلىق يېرىنى تۇتۇپ، نىگىزلىك مۇھاكىمە يۈرگۈزۈش ئارقىلىق ئاخىرلاشتۇرغاندا، مەركىزىي ئىدىيەنى چوڭقۇرلاشتۇرۇپ بېرىش مەقسىتىگە يەتكىلى بولىدۇ.

(4) بېشارەت بېرىش، خىتاب قىلىش ئارقىلىق ئاخىرلاشتۇرۇش. ئەسەرنى بۇنداق ئۇسۇل بىلەن ئاخىرلاشتۇرغاندا، خەۋەردىكى شەخس، ئاپتور ۋە ئوقۇرمەن ئوتتۇرىسىدا چۈشىنىشنى چوڭقۇرلاشتۇرۇش، ئۇلار ئارىسىدا ئورتاق سادا پەيدا قىلىش ئۇنۇمىگە يەتكىلى بولىدۇ.

(5) خەۋەردىكى شەخسنىڭ سۆزى ئارقىلىق ئاخىرلاشتۇرۇش. بۇنىڭدا دىيالوگ شەكلى قوللىنىلىدۇ ياكى خەۋەردىكى شەخسنىڭ ئالاھىدىلىككە ۋە ئىندىۋىدۇئاللىققا ئىگە بىرەر سۆزى نەقىل كەلتۈرۈلىدۇ. تەپسىلىي خەۋەرنى بۇنداق ئۇسۇل بىلەن ئاخىرلاشتۇرغاندا، شۇ شەخسنىڭ خاراكتېرى، ئىنتىلىشى توغرىسىدا ئوقۇرمەنلەردە بىۋاسىتە چوڭقۇر تەسىرات قالدۇرغىلى بولىدۇ.

(6) كىشىنى ئويغا سالىدىغان جۈملە ئارقىلىق ئاخىرلاشتۇرۇش. بۇ خىل ئۇسۇلدا ئاپتور ئوقۇرمەنلەرگە سوئال قويۇش ئۇسۇلىنى قوللىنىدۇ ياكى مەلۇم مەزمۇننى بىر خىل كەيپىيات ۋە تەسۋىر ئىچىگە يوشۇرۇپ، ئوقۇغۇچىنى تەبىئىي ئويغا سالىدۇ.

(7) شەيئىنىڭ ئۆزۈكسىز تەرەققىي قىلىۋاتقانلىقىدىن دېرەك بېرىش ئارقىلىق ئاخىرلاشتۇرۇش.

(8) ھېسسىياتقا باي لىرىك تەسۋىر ۋە شېئىرىي جۈملىلەر ئارقىلىق ئاخىرلاشتۇرۇش. خېلى كۆپ تەپسىلىي خەۋەردە ئاپتور ئاخىرىدا كەيپىياتنى يۇقىرى كۆتۈرۈش، ئوقۇرمەنلەرنىڭ قەلبىدە كۈچلۈك سادا پەيدا قىلىش ئۈچۈن، جاراڭلىق، لىرىك جۈملىلەر بىلەن ئاخىرلاشتۇرىدۇ.

يۇقىرىدا تەپسىلىي خەۋەرنى باشلاش ۋە ئاخىرلاشتۇرۇشنىڭ بىرقانچە خىل ئۇسۇلىنى تونۇشتۇردۇق، بۇ ئۇسۇللار چوقۇم ئۆز پېتى كۆچۈرۈپ ئىشلىتىلىدىغان ئۆلۈك پىرىنسىپ ئەمەس. پەقەت تەپسىلىي خەۋەرنى ياخشى يېزىشتا ئاپتورلارنىڭ ماھارىتىنى ئۆستۈرۈشكە ياردەم بېرىدىغان ئۈرنەك. كونكرېت

بىر ئەسەرنى قانداق باشلاپ، قانداق ئاخىرلاشتۇرۇش، شۇ ئەسەرنىڭ مەزمۇن ئالاھىدىلىكى، مەركىزىي ئىدىيەسىنىڭ تەلىپى، شۇنداقلا كومپوزىتسىيە قۇرۇلمىسىنىڭ ئېھتىياجى تەرىپىدىن بەلگىلىنىدۇ ھەمدە ئاپتورنىڭ خاھىشى، ئىپادىلەش ماھارىتى تەرىپىدىن جانلىق ئىگىلىنىدۇ.

بەشىنچى پاراگراف تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ماۋزۇسى

ماۋزۇ — تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مۇھىم بىر تەركىبىي قىسمى، شۇنداقلا ئوقۇرمەنلەرنى ئەڭ ئاۋۋال كۆز يۈگۈرتكۈزىدىغان جاي. ياخشى قويۇلغان بىر ماۋزۇ خۇددى ئالتۇن ئۈزۈككە ياقۇت كۆز ياراشقاندەك، تەپسىلىي خەۋەرنى ئۆزگىچە جىلۋىدارلىققا، جەلپكارلىققا ئىگە قىلىدۇ. شۇڭا، ماۋزۇ يېزىقچىلىقىغا ئالاھىدە ئەھمىيەت بېرىشىمىز لازىم.

ماۋزۇ ئەسەرنىڭ جىلۋىلىنىپ تۇرىدىغان «كۆزى»گە ئوخشايدۇ. ئوقۇرمەنلەرنىڭ نەزىرى بۇ «كۆز»گە ئەڭ ئاۋۋال تاشلىنىپ، ئۇلارنى ئەسەرنى ئوقۇشقا جەلپ قىلىش - قىلالماسلىقتا مۇھىم رول ئوينايدۇ. بەزىدە كىشىلەر چىرايلىق قويۇلغان بىر ئىسىمغىمۇ غايىبانە مەھلىيا بولىدۇ، بىرى بىلەن تۇنجى قېتىم ئۇچراشقاندا، ئالدى بىلەن قارشى تەرەپنىڭ كۆزىدىن يېقىنلىق ئىزدەيدۇ، ئوقۇرمەنلەرنىڭ گېزىت ئوقۇش پىسخىكىسىدىن قارىغاندىمۇ، كىشىلەر ئەڭ ئاۋۋال ئەسەرلەرنىڭ ماۋزۇسىغا كۆز يۈگۈرتىدۇ. ماۋزۇدىن يەتكۈزۈلگەن ئۇچۇرلار ئارقىلىق ئەسەرنى ئوقۇش - ئوقۇماسلىقنى بەلگىلەيدۇ. شۇڭا، بەزى ئەسەرلەر مەزمۇنى ياخشى بولسىمۇ، ماۋزۇ مۇۋاپىق ۋە جەلپ قىلارلىق بولمىغانلىق سەۋەبىدىن، ئوقۇرمەنلەرنىڭ ياقتۇرۇپ ئوقۇشىغا مۇيەسسەر بولالمايدۇ.

ئۇنداقتا بۇ خىل ئەھۋالدىن ساقلىنىش ئۈچۈن، تەپسىلىي

خەۋەرنىڭ ماۋزۇسىنى قانداق تەلەپ ئاساسىدا قويۇش كېرەك؟

1. ئىندىۋىدۇئاللىقنى گەۋدىلەندۈرۈپ، ئوخشاش بولۇپ قېلىشتىن ساقلىنىش كېرەك.

بۇ، ماۋزۇنىڭ يېڭى، جەلپ قىلارلىق ۋە ئالاھىدىلىككە ئىگە قىلىنىشىدىكى ئالدىنقى شەرت.

هازىر گېزىت - ژۇرناللاردا ئېلان قىلىنىۋاتقان تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ ماۋزۇلىرىدا بىر خىللىق، ئوخشاشلىق، تەكرارلىق خېلى ئېغىر دەرىجىدە ساقلانماقتا. مەسىلەن، «تەتقىقات بىلەن ئۆتكەن يىگىرمە يىل»، «پوكەي ئالدىدا ئۆتكەن ئون يىل»، «مۇنبەردە ئۆتكەن ئوتتۇز يىل»، «ئۇ × × يىلنى بىر كۈندەك ئۆتكۈزدى»، «يايلاقتىكى ياخشى مال دوختۇرى»، «دېھقانلارنىڭ ياخشى باشلامچىسى»، «ياشلارنىڭ ياخشى ئۈلگىسى»، «... دىكى زەپەر مارشى» ، «... دىكى غەلىبە كۈيى»، «.... دىكى شادلىق ناۋاسى»..... دېگەنگە ئوخشاش ماۋزۇلارنى ناھايىتى كۆپ ئۇچرىتىمىز. بۇ خاس ئالاھىدىلىك تولۇق گەۋدىلەنمىگەن ھەممباب، ئۇنىۋېرسال ماۋزۇ ھېسابلىنىدۇ. بۇ ماۋزۇلاردىكى يىل سانى، ئادەم ۋە جاي ئىسىملىرىنى ئۆزگەرتىپلا مەڭگۈ قوللانغىلى بولىۋېرىدۇ.

ئەمما، بىز بۇنداق ماۋزۇلارنى ئىشلەتمەسلىك كېرەك، دېگەن تەلەپنى قويمايمىز. لېكىن، ئەسەرنىڭ كونكرېت مەزمۇن ئالاھىدىلىكىگە ئېتىبار قىلىنماستىن، بىر خىللاشقان ماۋزۇنى ئۇمۇ ئىشلەتسە، بۇمۇ ئىشلەتسە، ئۇنىڭ جەلپ قىلىش كۈچى قالمايدۇ - دە، ئوقۇرمەنلەرنىڭ بىزارلىقىنى قوزغاپ قويىدۇ.

شۇڭا، تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ماۋزۇسى ئۈستىدە ئىشلىگەندە، ئاپتورلار ئۆزى خەۋەر قىلىۋاتقان ۋەقە ۋە شەخسنىڭ باشقىلارغا ئوخشىمايدىغان ئۆزىگە خاس خاراكتېرى ھەم ئالاھىدىلىكىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشكە ئالاھىدە ئەمگەك سەرپ قىلىش كېرەك. مەسىلەن، بەدىنىنىڭ ئۈچتىن ئىككى قىسمى پالەچ بولۇپ سېزىمىنى يوقاتقان بولسىمۇ، كىشىلىك ھايات سەھنىسىدە

قەيسەرلىك بىلەن ياشاپ كېلىۋاتقان، پاۋېل كورچاگىنچە قەھرىمان دەپ نام ئالغان جاك خەيدى يېزىلغان «ھاياتلىقنىڭ تۆۋرۈكى»، ئالىم پېڭ جىيامونىڭ ئىش ئىزلىرى ئەكس ئەتكۈزۈلگەن «يولغا ياتقۇزۇلغان تاش»، يازغۇچى، تىلشۇناس، تەتقىقاتچى ئابدۇرېھىم ئۆتكۈرنىڭ ئەگرى - توقاي ھايات كەچۈرمىشى ئاساسي تېما قىلىنغان «قايتا چاقنىغان يۇلتۇز» قاتارلىق تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ ماۋزۇلىرى ھەم ئىندىۋىدۇئاللىقىقا، ھەم يېڭىلىققا ئىگە بولغان.

2. ماۋزۇ بىلەن مەزمۇننى ماسلاشتۇرۇش، مەۋھۇملۇق بىلەن ھەقىقىيلىقنى بىرلەشتۈرۈش كېرەك.

ماۋزۇ مەزمۇننىڭ روھى، مەزمۇن ماۋزۇنىڭ تېنى ۋە جېنى. مەزمۇن بىلەن ماسلاشمىغان، مەزمۇننىڭ روھىنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرەلمىگەن ماۋزۇ ھەرقانچە چىرايلىق ئاڭلانغان بىلەنمۇ ياخشى ماۋزۇ ھېسابلانمايدۇ. تەپسىلىي خەۋەر يېزىقچىلىقىدا ماۋزۇ بىلەن مەزمۇننىڭ بىردەكلىكىنى قولغا كەلتۈرۈشتىكى ھالقا — ئەسەرنىڭ مەركىزىي ئىدىيەسىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىشتىن ئىبارەت. «بىر كوممۇنىستنىڭ بايلىقى» دېگەن تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ئاپتورى بۇ ماۋزۇنىڭ قانداق كەلگەنلىكى توغرىسىدا مۇنداق دەيدۇ: ئەسەردىكى باش قەھرىماننىڭ ئەڭ قىممەتلىك تەرىپى — خاتالىق ئۆتكۈزگەندە مەيۈسلەنمەستىن، تېخىمۇ زور غەيرەت بىلەن ئىشلەش، مەسئۇل بولۇشقا جۈرئەت قىلىش. ئۇ ھەربىر جايغا يۆتكەلگەندە ئۆزىنى تەكشۈرگەن ماتېرىياللارنى بىللە ئېلىپ باردىكەن. بۇ ماتېرىياللارنى ئۆزى دائىم كۆرۈپ تۇرۇپلا قالماستىن، باشقىلارغىمۇ كۆرسىتىپ، «بۇ مېنىڭ بايلىقىم» دەيدىكەن. مەن ئۇنىڭ ئىش ئىزلىرىدىن بىر كوممۇنىستنىڭ خاتالىقتىن ساۋاقلارنى يەكۈنلەشكە، خاتالىقنى بايلىققا ئايلاندۇرۇشقا جۈرئەت قىلالايدىغانلىقىدىن ئىبارەت بىر مەركىزىي ئىدىيەنى تاۋلاپ چىقتىم. مەركىزىي ئىدىيە ئايدىڭلاشقاندىن كېيىن، «بىر

كوممۇنىستىنىڭ بايلىقى» دېگەن ماۋزۇ تەبىئىي ھالدا بارلىققا كەلدى. دېمەك، ئەسەردىكى مەركىزىي ئىدىيەنىڭ ئاپتورنىڭ كاللىسىدا روشەن ياكى روشەن ئەمەسلىكى، ئەسەرنىڭ ئاساسىي مەزمۇنىنى ئاپتورنىڭ يەكۈنلىگەن - يەكۈنلىيەلمىگەنلىكى، ئۇنىڭ ماۋزۇنى مەزمۇنغا ماس ھالدا ياخشى قويالىغان - قويالمىغانلىقى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك.

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ماۋزۇسىدا مەۋھۇملۇق بىلەن ھەقىقىيلىقنى بىرلەشتۈرۈشتە، بىرىنچىدىن، قۇرۇقتىن - قۇرۇق كۆپتۈرۈشكە قارشى تۇرۇش؛ ئىككىنچىدىن، مۇمكىنقەدەر ئىخچام قىلىش؛ ئۈچىنچىدىن، ئىدىيەنى پاكىتتا سىڭدۈرۈش؛ تۆتىنچىدىن، ھەقىقىي ۋە كۈچلۈك ھېسسىيات ئارقىلىق ئوقۇرمەنلەرگە تەسىر كۆرسىتىش كېرەك. مەسىلەن، «مىنگۈۋۈدىكى كىشىنىڭ قەلبىنى ھاياجانغا سالىدىغان جەڭ — ئاسىيا ئەرلەر ۋاسكېتبول مۇسابىقىسىدە جۇڭگو كوماندىسىنىڭ غەلىبىگە ئېرىشىشى» ۋە «چەكسىز گۈزەل مەنزىرە — شىشاباڭما چوققىسىنى بويسۇندۇرۇش» دېگەن ماۋزۇلارغا قاراپ باقايلى. بۇ يەردىكى «مىنگۈۋۈدىكى كىشىنىڭ قەلبىنى ھاياجانغا سالىدىغان جەڭ»، «چەكسىز گۈزەل مەنزىرە» دېگەنلەر ئاپتورنىڭ شەيئىگە بولغان كۆزقارىشى، باھاسى ۋە ھېسسىياتىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان مەۋھۇم ماۋزۇ ھېسابلىنىدۇ. كېيىنكى جۈملىلەر بولسا، ۋەقەنىڭ ئاساسىي مەزمۇنىنى كۆرسىتىپ بېرىدىغان ھەقىقىي ماۋزۇدۇر.

3. بەدىئىي ئىپادىلەش ۋاستىلىرىدىن پايدىلىنىپ، ماۋزۇنى ئوبرازلىق قويۇش كېرەك.

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ماۋزۇسىنى قويۇشتا يۇقىرىقى تەلەپلەرنى ئورۇنلىغاندىن تاشقىرى، سۈپەتلەش، ئوخشىتىش، تەمسىل قىلىش قاتارلىق بەدىئىي ئىپادىلەش ۋاستىلىرىدىن مۇۋاپىق دەرىجىدە پايدىلىنىپ، ماۋزۇنىڭ رەڭدار، گۈزەل، جەلپ قىلارلىق ۋە ئوقۇرمەنلەرگە ئېستېتىك زوق بېغىشلىيالايدىغان بولۇشىغا ئەھمىيەت بېرىش كېرەك. مەسىلەن، «دۇنيانىڭ

چېمپىيونلۇق دەرۋازىسىنى ئېچىش»، «ئۇ گويا نۇر چېچىپ تۇرغان ۋىنتا»، «ئىتتىپاقلىق گۈللىرى بىر ئۆستەڭدىن سۇ ئىچتى»، «ئۆتمۈشتىكى شورتاڭلىق، بۈگۈن بولدى بوستانلىق»، «ئانا قەلبىدە گۈلشەن» دېگەن ماۋزۇلاردىن بىز كونكرېت شەيئىنىڭ ئوبرازلىق تۈسىنى كۆرۈۋالالايمىز.

4. مۇۋاپىق نەقىل كەلتۈرۈش ئۇسۇلى ئارقىلىق ئالاھىدىلىككە ئىگە ماۋزۇلارنى قويۇش كېرەك.

نەقىل كەلتۈرۈلىدىغان سۆز بەلكىم خەۋەردىكى شەخسنىڭ بىرەر ئالاھىدە سۆزى بولۇشى، بەلكىم ئەتراپتىكى كىشىلەرنىڭ ئاساسىي پېرسوناژ توغرىسىدىكى باھا خاراكتېرلىك سۆزى بولۇشى، گاھىدا خەلق ماقال ـ تەمسىللىرى بولۇشى مۇمكىن. مەسىلەن، «تاش ئۈستىگە گۈل چەككۈچىلەر»، «يول يۈرسەڭ باشقىچە، سۇ ئۈزسەڭ قاشقىچە»، «كۆڭۈل قويغان ئادەمگە، قىيىن ئىش يوق ئالەمدە»، «خۇمارخان خۇماردىن چىقتى»، «ئوسمان چۈجگۈن ئوچاق ئالدىدىن قوپتى»، «ھاشىم قوڭغۇراق» قاتارلىق ماۋزۇلار ئاخباراتلىق شەخس ھەم ۋەقەنىڭ ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىكىنى بىرقەدەر ئومۇملاشتۇرۇپ بېرەلىگەن.

5. ئىلتىجا، چاقىرىق ۋە لىرىك جۈملىلەر ئارقىلىق تەنتەنىلىك، جاراڭلىق ماۋزۇلارنىمۇ قويۇش كېرەك.

مەسىلەن، «ھەقىقەت ئۈچۈن كۈرەش — كوممۇنىزم جەڭچىسى جاڭ جىشىن توغرىسىدا»، «جوۋ زۇڭلىنىڭ تاپشۇرۇقىنى ئورۇنلاش ئۈچۈن ...»، «چۇقان سال، ئەي بىپايان زېمىن»، «تېخىمۇ نۇر چاچ، شام»، «جۇشقۇن قەلب، ئۇلۇغۋار تەسەۋۋۇر» ... جىددىي تۈس ئالىدىغان بۇنداق ماۋزۇلار كىشىگە ئىلھام بېغىشلاش، قوزغىتىش رولىنى ئوينايدۇ.

6. يوشۇرۇن مەنىگە ئىگە ۋە ئىچكى مەزمۇندىن بېشارەت بېرىدىغان جۈملىلەر ئارقىلىقمۇ جەلپ قىلىش كۈچىگە ئىگە ماۋزۇنى قويۇشقا بولىدۇ.

بۇنداق ماۋزۇ ئوبرازچانلىقا ئىگە بولۇش بىلەن بىللە

ئەسەردىكى جىددىي تۈس ئالغان مەزمۇندىن مەلۇم بېشارەت بېرىدۇ. مەسىلەن، «قىشتىكى باھار»، «جۇدۇن ئالدىدا»، «قاش بىلەن كىرپىك ئارىلىقىدا»، «راست، ئۇ ئۇچقۇن چاچراتماقچى ئەمەس»، «تۇزۇماس ۋاپا گۈلى»، «زېمىننى بويسۇندۇرغان ئۇرۇق» دېگەنگە ئوخشاش ماۋزۇلار ئوقۇرمەنلەرنى ئۆزىگە مەھلىيا قىلىپ، خەۋەرنى ئاخىرىغىچە ئوقۇپ چىقىشقا ئۈندەيدۇ.

7. گاھىدا بىۋاسىتە ۋە تەبىئىي ماۋزۇلارنىمۇ قويۇشقا بولىدۇ.

بۇنداق ماۋزۇ بەزىدە خەۋەردىكى شەخسنىڭ ئىسمى بىلەن، بەزىدە خەۋەردىكى ۋەقەنىڭ ئاساسىي مەزمۇنى ۋە يىپ ئۇچى بىلەن بىۋاسىتە، ئۇدۇل قويۇلىدۇ. مەسىلەن، «ئاتمىش بىر سىنىپنى قېرىنداش ئۇچۇن»، «ۋاڭ چۇنلۇننىڭ دۇفۇ ئىشلەپچىقىرىشنى تۇتۇشى»، «پارتكوم شۇجىلىرىنىڭ ئۈلگىسى — جياۋ يۈلۇ»، «ياش لېكتورنىڭ شىجائىتى»، «ۋەتەنگە ئەلا سۈپەتلىك نەسىللىك قوي يېتىشتۈرۈش ئۇچۇن»، «كېسەللەر نامىدىن» قاتارلىقلار.

بۇلاردىن باشقا، تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ماۋزۇسى جەزمەن توغرا بولۇشى كېرەك. توغرا بولۇش دېگىنىمىزدە، ماۋزۇ مەزمۇنى دەل يورۇتۇپ بەرگەندىن باشقا، كىشىلەرگە ئەكس تەسىر بەرمەيدىغان، خاتا چۈشەنچە ھاسىل قىلمايدىغان بولۇشنى كۆرسىتىدۇ. مەسىلەن، «ئادەمگەرچىلىكنى بىلمەيدىغان ئادەم» دېگەن ماۋزۇ مۇشۇ خەۋەردىكى شەخسنىڭ سوۋغا - سالاملارنى، ئاتالمىش ئادەمگەرچىلىكنى قوبۇل قىلمايدىغان ياخشى خىسلىتىنى كۆرسىتىپ بەرمەكچى بولغان بولسىمۇ، لېكىن ئادەمگەرچىلىك كەڭ مەنىگە ۋە كۆپرەك ئىجابىي ئەھمىيەتكە ئىگە بولغانلىقى ئۇچۇن، ماۋزۇدا بۇنداق ئىشلىتىلگەندە، خەۋەردىكى شەخسنىڭ ئوبرازىغا تەسىر يېتىدۇ ھەمدە سەلبىي بولغان بىر خىل خاتا چۈشەنچىنى كەلتۈرۈپ چىقىرىدۇ.

ئۇنىڭدىن باشقا، تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ماۋزۇسى ئىمكانقەدەر قىسقا، يىغىنچاق بولۇشى، ئاددىي بولۇپ قالماسلىقى كېرەك.

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ماۋزۇسى ئادەتتىكى خەۋەرلەرنىڭ ماۋزۇسىغا سېلىشتۇرغاندا تېخىمۇ ئىخچام بولىدۇ، زۆرۈر تېپىلغاندا بىر ئاساسىي ماۋزۇنىڭ ئاستىغا قوشۇمچە ماۋزۇدىن بىرى قويۇلىدۇ. ئۇنىڭدىن باشقا، خەۋەرلەرگە قارىغاندا تەپسىلىي خەۋەرنىڭ بەدىئىيلىكى قويۇقراق بولىدىغان بولغاچقا، ماۋزۇمۇ شۇنىڭغا ماس ھالدا قويۇلۇشى كېرەك. ئادەتتىكىچە قويۇلۇپ قالسا، ئوقۇرمەنلەرنى جەلپ قىلالماسلىقى مۇمكىن.

ئالتىنچى پاراگراف شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر ۋە ئۇنىڭ يېزىلىشى

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر دېگىنىمىز، ئاخباراتلىق شەخسلەرنىڭ ئىش ئىزلىرىنى ۋە ئۇلارنىڭ ئىدىيەۋى خاراكتېرىنى ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىدىغان بىر خىل تەپسىلىي خەۋەر تۈرىدىن ئىبارەت.

نۇرغۇن كىشىلەر شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە پەقەت ئىلغار شەخسلەرنىڭ نەمۇنىلىك ئىش ـ پائالىيەتلىرىلا يېزىلىدۇ، دەپ قارايدۇ. دەرۋەقە، بىزنىڭ سوتسىيالىستىك ئاخباراتچىلىقىمىز جەمئىيىتىمىزدىكى ئىلغار شەخسلەرنى خەۋەر قىلىش ئارقىلىق ئۈلگە تىكلەپ، كىشىلەرنى تەربىيەلەپ، جەمئىيەت تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈرۈشنى ئۆزىنىڭ ئاساسىي ۋەزىپىسى قىلىدۇ. مۇشۇ نۇقتىدىن بىز بۇ قاراشنى قۇۋۋەتلەيمىز. لېكىن، ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنىڭ قانۇنىيىتى ۋە تەلىپى نۇقتىسىدىن قارىغاندا، تەپسىلىي خەۋەردە يېزىلغىنى مەيلى ئىلغار شەخس بولسۇن، ئىلغار شەخس بولمىغان بولسۇن، ياكى سەلبىي شەخس بولسۇن، ئۇلار چوقۇم خەۋەر قىلىش قىممىتىگە ئىگە بولغان بولۇشى، يەنى ئۇلارنىڭ ئىش ـ پائالىيەتلىرى يېڭى، تېپىك، جانلىق بولۇشى، ئوقۇرمەنلەرنى

ئۆزىگە جەلپ قىلالىشى، ئۇلارغا مۇئەييەن يېڭى تەسىر ۋە يېڭى قاراش ئاتا قىلالىشى لازىم. شۇڭا، ئىلغار شەخسلەرنىڭ ھەممىسىلا خەۋەر قىلىش قىممىتىنى ھازىرلىغان بولىۋەرمەيدۇ. ئەمەلىيەتتىمۇ ھەرقايسى ساھەلەردىكى ئىلغار شەخسلەرنىڭ ھەممىسىنى خەۋەر قىلىپ بولغىلى بولمايدۇ. بىز پەقەت ئۇلارنىڭ ئىچىدىكى تىپىك بولغان، ۋەكىل خاراكتېرىگە ئىگە بولغانلارنىلا تاللاپ خەۋەر قىلىمىز. مەسىلىگە بۇنداق قارالمىغاندا، ئىلغارلارنىڭ ھەممىسىنى خەۋەر قىلىش كېرەك ياكى خەۋەر قىلىش ئۈچۈن جەزمەن ئىلغار بولغان بولۇشى كېرەك، دېگەن خاتا چۈشەنچە كېلىپ چىقىدۇ.

«ئىلغار شەخس» دېگەننىڭ ئورنىغا «ئاخباراتلىق شەخس» دېگەن سۆزنى ئىشلىتىش بىرىنچىدىن، شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ئەكس ئەتتۈرۈش دائىرىسىنى كېڭەيتىشنى؛ ئىككىنچىدىن، تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ئىجتىمائىي رولىنى ھەقىقىي كېڭەيتىش ۋە كۈچەيتىشنى مەقسەت قىلغان. چۈنكى، شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە نوقۇل ئىلغار شەخسلەرنى تەشۋىق قىلىپلا قالماستىن، بەلكى ئايرىم تىپىك سەلبىي شەخسلەرنىمۇ يېزىپ، بۇ ئارقىلىق جەمئىيەتتىكى مەلۇم بىر خىل پاسسىپ كۈچلەرنى قامچىلاشقا، ناچار خاھىش، ناچار ئىللەت، ناچار ئىدىيەلەرنى پاش قىلىشقا، خەلق ئاممىسىنى سەلبىي جەھەتتىن تەجرىبە ـ ساۋاققا ئىگە قىلىشقا بولىدۇ.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر توغرىسىدا بېرىلگەن يۇقىرىقى تەبىرنى يەنە مۇنداق ئىككى نۇقتىدىن چۈشىنىش كېرەك:

بىرىنچى، شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە ئاخباراتلىق شەخسلەرنىڭ ئىش ئىزلىرى جانلىق، ئوبرازلىق خەۋەر قىلىنىدۇ. شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر مەلۇم بىر شەخسنىڭ «باھالاش ماتېرىيالى» ئەمەس، مەلۇم شەخسنىڭ پائالىيەت ئەھۋالىنىڭ ئومۇمىي ھېساباتىمۇ ئەمەس. ئۇنىڭدا

شەخسلەرنىڭ سۆزى ۋە پائالىيىتى جانلىق، ئوبرازلىق قىلىپ سۈرەتلىنىشى، ئۇلارنىڭ خاراكتېرىنى، خۇسۇسىيىتىنى روشەن گەۋدىلەندۇرۇپ بېرەلەيدىغان ۋەقە ھەم تەپسىلاتلار مەركەزلىك يېزىلىشى، تېنىمۇ، جېنىمۇ بولغان ھەقىقىي سىيما ئوقۇرمەنلەرنىڭ كۆز ئالدىدا گەۋدىلەندۇرۇپ بېرىلىشى لازىم.

ئىككىنچى، شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە شەخسلەرنىڭ ئىدىيەۋى خاراكتېرى ئېچىپ بېرىلىشى لازىم. شەخسلەرنىڭ ئۆزىگە خاس روھىي دۇنياسىنى كۆرسىتىپ بېرىدىغان بۇ خىل ئىدىيەۋى خاراكتېر ئەسەردە مول، جانلىق، ئوبرازلىق پاكىتلار ئىچىگە قويۇلۇشى، ئوقۇرمەنلەر مۇشۇ پاكىتلار ئىچىدىن ئاساسىي قەھرىماننىڭ روھىي قىياپىتىنى ۋە ئىدىيەۋى خاراكتېرىنى ھېس قىلىۋالالايدىغان بولۇشى لازىم. يەنى، ئوقۇرمەن بۇنىڭ ئىچىدىن ئۆزى بىلمەكچى بولغان پاكىتقا ئىگە بولالىشى، شۇ ئارقىلىق ئاپتورنىڭ ئىپادىلىمەكچى بولغان ئىدىيەۋى قارىشىنىمۇ قوبۇل قىلىشى لازىم.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر مەزمۇن ئالاھىدىلىكى جەھەتتىن كۆپىنچە مۇنداق ئىككى خىل ئۇسۇلدا يېزىلىدۇ. بىرى، بىر ئادەمنىڭ ئومۇمىي قىياپىتىنى يېزىش، يەنى بىر شەخسنىڭ تۇغۇلغان ۋاقتىدىن خەۋەر يېزىلغان ۋاقىتقىچە بولغان بىر پۈتۈن ھاياتىدىكى ئاساسلىق كەچۈرمىشلىرىنى ۋە ئۆسۈپ يېتىلىش جەريانىنى يېزىش ئارقىلىق، شۇ شەخسنىڭ ئىنسانىي پەزىلىتى، خاراكتېرى، روھىي دۇنياسى، جەمئىيەتكە قوشقان تۆھپىسى قاتارلىقلارنى ئەتراپلىق يورۇتۇپ بېرىپ، ئۇنىڭ مۇكەممەل ئوبرازىنى تىكلەش. مەسىلەن، لېي فېڭ توغرىسىدىكى «ئۇلۇغ جەڭچى»، ئابدۇرېھىم ئۆتكۈر توغرىسىدىكى «قايتا چاقنىغان يۇلتۇز» دېگەن تەپسىلىي خەۋەرلەردە ئاخباراتلىق شەخسلەرنىڭ بىر پۈتۈن ھاياتى ئومۇمىيۈزلۈك ۋە گەۋدىلىك قىلىپ سۈرەتلەپ بېرىلگەن. يەنە بىرى، شەخسنىڭ بىر پۈتۈن ھاياتىنى يازماستىن، ئۇنىڭ مۇئەييەن باسقۇچتىكى ئايرىم ئىش -

پائالىيەتلىرى ئارقىلىق، ئۇنىڭ مەلۇم جەھەتتىكى نەتىجىلىرىنى ۋە خاراكتېر، خۇسۇسىيەتلىرىنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىش. مەسىلەن، دېھقان ئالىم ۋۇ جىچاڭنىڭ يېڭى سورتلۇق كېۋەزنى يېتىشتۈرۈش يولىدىكى ئىش ئىزلىرى يېزىلغان «جوۋ زۇڭلىنىڭ تاپشۇرۇقىنى ئورۇنلاش ئۈچۈن ...» دېگەن تەپسىلىي خەۋەر مۇشۇ خىل ئۇسۇلدا يېزىلغان بولۇپ، ئۇنىڭدا ۋۇ جىچاڭنىڭ 1966 ـ يىلى يانۋاردا جۇڭنەنخەيدە جوۋ زۇڭلىنىڭ تاپشۇرۇقىنى قوبۇل قىلغاندىن تارتىپ، 1978 ـ يىلى مەملىكەتلىك پەن ـ تېخنىكا يىغىنى چاقىرىلغۇچە بولغان ئون يىل جەريانىدا بېسىپ ئۆتكەن شانلىق، ئەمما مۇشەققەتلىك مۇساپىسى مەركەزلىك ئەكس ئەتتۈرۈلۈپ، ئۇنىڭ ھەرقانچە قىيىن شارائىتتىمۇ قەتئىي تىز پۈكمەيدىغان قەيسەر ھەم پىداكارانە خاراكتېرى گەۋدىلەندۈرۈلگەن.

ئەمدى شەخسلەرنى تاللاش ھەققىدە قىسقىچە توختىلىمىز.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە نۇقتىلىق ئەكس ئەتتۈرمەكچى بولغان شەخسنى تاللاش ئىنتايىن مۇھىم. تەپسىلىي خەۋەردە يازماقچى بولغان ئادەم ھەقىقىي خەۋەر قىلىش قىممىتىگە ئىگە بولۇشى، ئۇ مۇئەييەن بىر يېڭى ھادىسە، يېڭى ئادەملەرگە ۋەكىللىك قىلالايدىغان تىپىك شەخس بولۇشى، ئۇنىڭ ۋۇجۇدىدا دەۋر روھى ۋە دەۋر خۇسۇسىيەتلىرى روشەن گەۋدىلەنگەن بولۇشى كېرەك. بۇ مۇخبىرنىڭ زىيارەت ئوبيېكتىنى بېكىتىشتىن ئىلگىرى يېنىكلىك بىلەن ھۆكۈم قىلماستىن، ئەستايىدىل ئويلىنىشىغا، مۇھاكىمە قىلىشىغا تېگىشلىك بولغان مۇھىم بىر مەسىلە.

تىپىك شەخسلەرنى بېكىتىشتە تىپنى پەرق ئېتىش، تونۇپ يېتىش ــ مۇخبىر ئۈچۈن ھالقىلىق بىر مەسىلە. مۇخبىر ئالدى بىلەن ئۆزى تاللىغان شەخسنىڭ قانداق ئادەملەرنىڭ تىپى ئىكەنلىكىنى، ئۇنىڭ خاراكتېر ئالاھىدىلىكىنىڭ نېمە ئىكەنلىكىنى، ئۇنىڭ ئىش ـ پائالىيەتلىرىنىڭ قانداق ئىدىيەۋى

ئەھمىيەتنى چۈشەندۈرۈپ بېرىدىغانلىقىنى، بۇ ئىدىيەۋى ئەھمىيەتنىڭ دەۋر روھىغا ئىگە ياكى ئىگە ئەمەسلىكىنى، يەنى نۆۋەتتە ئوقۇرمەنلەر كۆڭۈل بۆلۈۋاتقان رېئال مەسىلىلەرگە جاۋاب بېرەلەيدىغان - بېرەلمەيدىغانلىقىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىشى لازىم. ماھىيەتتە بۇ مەركىزىي ئىدىيەنى تاۋلاشقا بېرىپ چېتىلىدىغان مەسىلە. شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر شەخسلەرنىڭ ئىش - پائالىيەتلىرىنىڭ ئاددىي خاتىرىسى ئەمەس، شەخسلەرنىڭ تەرجىمىھال ماتېرىيالى ئەمەس، شۇنداقلا مەلۇم بىر تار ئىدىيەنىڭ ئىپادىلىنىشىمۇ ئەمەس. شۇڭلاشقا، تىپىك شەخسلەرنى بېكىتىشتە، شەخسلەرنىڭ پۈتكۈل ماتېرىيالىنى ئىگىلەپ، ئۇنىڭدىن روشەن دەۋر روھىغا ئىگە ۋە كۈچلۈك قاراتمىلىقى بار مەركىزىي ئىدىيەنى تاۋلاپ چىقىشقا تايىنىش كېرەك.

تىپىك شەخسلەرنى تاللاشتا بىزنىڭ دەۋر روھى ۋە قاراتمىلىق مەسىلىسىنى تەكىتلىشىمىز ئاخباراتنىڭ پۈرسەتچانلىق خاراكتېرىگە قارىتىلغان. قايسى شەخسنى قانداق ۋاقىتتا يېزىش، ئۇنىڭ قايسى تەرەپتىكى ئالاھىدىلىكىنى نۇقتىلىق گەۋدىلەندۈرۈش دەۋرنىڭ تەلىپى ۋە ئوقۇرمەنلەرنىڭ بىلىش، قىزىقىش ئېھتىياجى تەرىپىدىن بەلگىلىنىدۇ. دېمەك، تىپىك بىر شەخسنىمۇ خالىغان چاغدا يېزىۋېرىشكە بولمايدۇ. شۇڭا، مۇخبىرلار شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنىڭ قاراتمىلىقىغا، پۈرسەتچانلىقىغا ئالاھىدە ئېتىبار بېرىشى، ھازىرقى زامان روھىغا ۋە دەۋرنىڭ يېڭى ئېقىمىغا ۋەكىللىك قىلىدىغان تىپىك شەخسلەرنى تاللىشى، ئۇلارنىڭ ئىدىيەسى ۋە پائالىيىتى ئارقىلىق ئوقۇرمەنلەر دۇچ كەلگەن رېئال مەسىلىلەرگە دەل ۋاقتىدا جاۋاب بېرىشى لازىم.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر چوڭ جەھەتتىن بايان خاراكتېرلىك ئەسەرلەرگە كىرىدۇ. يېزىلىش ئۇسۇلىمۇ بايان خاراكتېرلىك ئەسەرلەردىن ئانچە زور پەرقلىنىپ كەتمەيدۇ.

لېكىن، ئۇ، ئاخبارات خەۋەرچىلىكىدىكى مۇستەقىل بىر ژانىر بولغانلىقى ئۈچۈن، كونكرېت يېزىلىشى جەھەتتە ئۆزىگە خاس تەلەپلىرى بولىدۇ. ئادەتتە شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنى يازغاندا، تۆۋەندىكى تەلەپلەرگە ئەھمىيەت بېرىش كېرەك:

1. ئادەمنى ۋەقە ئارقىلىق يېزىش، ۋەقە ئارقىلىق ئادەمنى گەۋدىلەندۈرۈش كېرەك.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە ھەربىر مەنزىرە، ھەربىر ۋەقە شەخسلەرنىڭ پائالىيىتى، دىيالوگى، تاشقى قىياپىتى ۋە پسىخىك پائالىيىتى قاتارلىقلار تەرىپىدىن تۈزۈلۈشى لازىم. ئادەم شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنىڭ مەركىزى ۋە ئاساسلىق ئىپادىلەش ئوبيېكتى بولغاچقا، ئۇنىڭدا روشەن بولغان شەخسلەر ئوبرازىنى تىكلىمەي بولمايدۇ. شۇڭا، شەخسلەرنى ئالاھىدە كۈچ سەرپ قىلىپ، مەركەزلىك ۋە گەۋدىلىك قىلىپ سۈرەتلەپ بېرىش كېرەك.

بىز شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ مۇنداق ئىككى خىل خاھىشتا يېزىلغانلىقىنى ئۇچرىتىمىز. بىرى، ئادەملا يېزىلىپ، ۋەقە يېزىلماسلىق. بۇنداق ئەسەرنى ھەرقانچە ئاختۇرغاندىمۇ كىشىنى تەسىرلەندۈرگۈدەك بىرەر كونكرېت ۋەقەنى ۋە جانلىق مىسالنى تاپقىلى بولمايدۇ. ئەسەر ئاساسەن دېگۈدەك «چوغدەك قىزىل قەلب، قەيسەر ئىرادە»، «خېيىم - خەتەر ئالدىدا مەردانىلەرچە تۇرۇپ، باش ئەگمەي باتۇرلارچە كۈرەش قىلدى. مەزمۇت قەدەملەر بىلەن ئىلگىرىلەپ، غايەت زور مۆجىزىلەرنى قولغا كەلتۈردى» دېگەنگە ئوخشاش قۇرۇق ۋە چوڭ گەپلەر بىلەن تولۇپ كەتكەن بولىدۇ ياكى ئاپتور شەخسلەرنىڭ ئىش - پائالىيەتلىرىنى سۇبيېكتىپ باھا تۇسىنى ئالغان ئابستراكت، تومتاق بايانغا ئايلاندۇرۇۋەتكەن بولىدۇ. يەنە بىرى، ۋەقەلا يېزىلىپ، ئادەم يېزىلماسلىق. بۇنداق تەپسىلىي خەۋەرلەردىن شەخسلەرنىڭ سۆز - ھەرىكىتىنى، تاشقى

ئىپادىسىنى ۋە ئىچكى خاراكتېرىنى تېپىش ئىنتايىن قىيىن. ئۇلار ئىشلەپچىقىرىشتىكى تېخنىكىلىق تەجرىبىلەر ۋە خىزمەتتىكى ئۇسۇل - چارىلەر بىلەن تولۇپ كەتكەن بولىدۇ.

ئادەملا يېزىلىپ، ۋەقە يېزىلماسلىق بىلەن ۋەقەلا يېزىلىپ، ئادەم يېزىلماسلىق شەكىل جەھەتتىن ئوخشىمىسىمۇ، لېكىن ئۇلارنىڭ ئورتاق ئاجىزلىق مەنبەسى — شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنىڭ تۈپكى خۇسۇسىيىتىنى ھازىرلىيالمىغانلىقىدا، يەنى مۇئەييەن ئوبرازلار ئارقىلىق رېئال تۇرمۇشنى قايتا گەۋدىلەندۈرۈپ ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرەلمىگەنلىكىدە. بۇنداق تەپسىلىي خەۋەرلەردە «ئادەم يېزىلغان» تەقدىردىمۇ، ئادەمنىڭ ئىسمىلا يېزىلىپ، ئوبراز ۋە خاس ئالاھىدىلىكى گەۋدىلەندۈرۈلمىگەن بولىدۇ. «ۋەقە يېزىلغان» تەقدىردىمۇ، خىزمەتتىكى ئۇسۇل - چارىلەر، تەجرىبىلەر يېزىلىپ، شەخسلەرنىڭ ئۆز پائالىيىتى يېزىلمىغان بولىدۇ. يەنى، باش قەھرىمانىنىڭ مۇئەييەن شارائىتتىكى مۇئەييەن ھەرىكىتى، مەسىلە ۋە شەيئىلەرگە تۇتقان مۇئامىلىسى، پوزىتسىيەسى يېزىلمىغان بولىدۇ.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە ئادەمنى ۋەقە ئارقىلىق گەۋدىلەندۈرۈشنىڭ ئاچقۇچى — شەخسلەرنىڭ ئىچكى دۇنياسى ۋە ئىندىۋىدۇئال خاسلىقىنى شۇ شەخسنىڭ ئۆز ھەرىكىتى ئارقىلىق، يەنى ئۇنىڭ ئالاھىدىلىككە باي پائالىيەتلىرىنىڭ كونكرېت پاكىتلىرى ئارقىلىق ئىپادىلەشتىن ئىبارەت. بۇ، ئاپتورنىڭ شەخسلەرنى ئۇقۇملاشقان ئىبارىلەر ئارقىلىق تەرىپلىگىنىگە قارىغاندا كۆپ قايىل قىلىش كۈچىگە ئىگە بولىدۇ. ئېنگېلس مۇنداق دەپ كۆرسەتكەنىدى: «مېنىڭ ھېس قىلىشىمچە، شەخسلەرنىڭ خاراكتېرى ئۇلارنىڭ نېمە قىلغانلىقىدىلا ئەمەس، بەلكى قانداق قىلغانلىقىدا ئىپادىلىنىدۇ»[1].

[1] «ماركس - ئېنگېلس تاللانما ئەسەرلىرى»، خەنزۇچە 4 - توم 349 - بەت.

ئېنگېلىسنىڭ بۇ ھۆكمى بىزنىڭ ھەقىقىي ئادەم، ھەقىقىي ئىشلار يېزىلىدىغان شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنى ياخشى يېزىشىمىزدا يېتەكچىلىك رول ئوينايدۇ. دېمەك، شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنى ياخشى يېزىشتا ئالدى بىلەن ئادەم بىلەن ۋەقەنىڭ مۇناسىۋىتىنى ياخشى بىر تەرەپ قىلىش كېرەك. مەسىلەن، «لېي فېڭچە ياخشى دوختۇر ۋۇ جيەن» ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە گەرچە ئون نەچچە چوڭ ـ كىچىك ۋەقە يېزىلغان بولسىمۇ، لېكىن بۇ ۋەقەلەر نوقۇل ۋەقەنى يېزىش ئۈچۈن يېزىپ قويۇلغان بولماستىن، بەلكى شىنجاڭ تېببىي ئىنستىتۇتى قارىمىقىدىكى 1 ـ دوختۇرخانا نېرۋا كېسەللىرى بۆلۈمىنىڭ مۇئاۋىن مۇدىرى ۋۇجيەنىنىڭ داۋالاش تېخنىكىسىنى ئۈزلۈكسىز ئۆستۈرۈپ، ئۆزىنى ئۇنتۇغان ھالدا كېسەللەرنى داۋالاپ ساقايتقانلىقى، ئاخىرىدا باشقىلار ئۈچۈن ئۆز ھاياتىنى تەقدىم قىلغانلىقىدىن ئىبارەت ئالىيجاناب روھىي پەزىلىتىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىش ئۈچۈن خىزمەت قىلدۇرۇلغان.

شەخسلەر ھەققىدە يېزىلغان تەپسىلىي خەۋەردىكى ۋەقە بىلەن تەپسىلىي خەۋەردىكى ۋەقە بىر ـ بىرىدىن پەرقلىنىدۇ. تەپسىلىي خەۋەردىكى ۋەقە — پۈتۈن ئەسەرگە باشتىن ـ ئاخىر سىڭدۈرۈلگەن باشلىنىشى، ئاخىرلىشىشى ۋە مۇكەممەل جەريانى بار بولغان ۋەقەدۇر. شەخسلەر ھەققىدە يېزىلغان تەپسىلىي خەۋەردىكى ۋەقە كۆپىنچە بىر پۈتۈنلۈككە ۋە مۇكەممەللىككە ئىگە بولمايدۇ، ئۇلار بىر ـ بىرى بىلەن گاھى مۇناسىۋەتلىك، گاھى مۇناسىۋەتسىز پارچە ـ پارچە كونكرېت ئىشلاردىن تەشكىل تاپىدۇ. بۇ پارچە ۋەقەلەرنىڭ پەيدا بولۇش، تەرەققىي قىلىش، ئاخىرلىشىش جەريانى بولۇش تەلەپ قىلىنمايدۇ. ئۇلارنىڭ قانداق يېزىلىشى خەۋەردىكى شەخسنىڭ خاراكتېر تەرەققىياتى تەرىپىدىن بەلگىلىنىدۇ. شۇڭا، شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنىڭ قۇرۇلمىسى ۋە سۇژىتى كۆپىنچە ۋەقەنى يىپ ئۇچى

قىلماستىن، شەخسلەرنىڭ كەچۈرمىشى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇلىدۇ ۋە قانات يايدۇرۇلىدۇ. مەسىلەن، يۇقىرىدا تىلغا ئېلىنغان ۋۇ جيەن توغرىسىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنىڭ ۋەقەلىكى ۋە قۇرۇلمىسى «جەڭگىۋارلىق بىلەن ئۆتكەن يىگىرمە يىل»، «ئەڭ ئاخىرقى ھايات نۇرى»، «خەلق ئۈچۈن تېببىي ئىلىمنىڭ يۇقىرى پەللىسىگە چىقىش»، «كىشىلەرنى ئۆلۈم خەۋپىدىن ۋە كېسەللىك ئازابىدىن قۇتۇلدۇرىدىغان ئاددىي جەڭچى»، «ئالىيجاناب پەزىلەتلىك كومپارتىيە ئەزاسى» دېگەن بەش كىچىك ماۋزۇ ئاستىدا شەخسنىڭ ھەر تەرەپلىمە ئالاھىدىلىكىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىدىغان ئايرىم - ئايرىم كەچۈرمىشلىرى بويىچە ئورۇنلاشتۇرۇلغان.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە ۋەقە ئارقىلىق ئادەمنى گەۋدىلەندۈرۈش ئۈچۈن، مۇنداق ئىككى خىل خاھىشتىن ساقلىنىش كېرەك. بىرىنچىدىن، ۋەقەنى ماكان، زامان تەرتىپى بويىچە، سەۋەب - نەتىجە مۇناسىۋىتى بويىچە باشتىن - ئاخىر بايان قىلىشتىن ساقلىنىش كېرەك. ئىككىنچىدىن، ۋەقەنى چوڭ - كىچىكلىك ۋە مۇھىملىق سالمىقى بويىچە قاتىرىسىغا تىزىپ قويماسلىق كېرەك. ھەر ئىككىلا ئۇسۇلنى قوللانغاندا، شەخسلەر ۋەقەلىك ئىچىگە كۆمۈلۈپ قېلىپ، ئۇلارنىڭ روشەن ئوبرازىنى گەۋدىلەندۈرۈشكە تەسىر يېتىدۇ.

2. شەخسلەرنى ئۇلارنىڭ سۆزى ئارقىلىق ئىپادىلەش كېرەك.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرلەردە دائىم شەخسلەرنىڭ سۆزى يېزىلىدۇ. تىل — ئىدىيەنى ئىپادىلەشنىڭ قورالى، تىل — قەلبنىڭ ساداسى. شەخسلەرنىڭ ئىدىيەۋى ھېسسىياتى، خاراكتېر ئالاھىدىلىكى ھامان ئۇلارنىڭ تۈرلۈك شارائىتتىكى قىلغان سۆزلىرى ئارقىلىق ئىپادىلىنىدۇ. شۇڭا، شەخسلەرنى جانلىق سۈرەتلەشتە، ئۇلارنىڭ سۆزلىرىنى ياخشى ئىگىلەشنى ئۆگىنىۋېلىش كېرەك.

رېئال تۇرمۇشتا ھەربىر ئادەمنىڭ سۆزى ئۇلارنىڭ

ئىجتىمائىي ئورنى، سالاھىيىتى، كەچۈرمىشى، تەربىيەلىنىشى ۋە مەدەنىيەت سەۋىيەسىنىڭ تەسىرىگە ئۇچرايدۇ. گەرچە كىشىلەرنىڭ سۆزلىرى بەزىدە جۈملە جەھەتتىن ئوخشاشلىققا ئىگە بولسىمۇ، لېكىن ھەربىرىنىڭ سۆزى ھامان ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىككە ئىگە بولىدۇ، شۇنداقلا ئۇلارنىڭ ھەربىرىگە خاس بولغان ئىندىۋىدۇئال ئىدىيەۋى خاراكتېرىنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىدۇ. شەخسلەر ھەقىقىي تەپسىلىي خەۋەردە مۇشۇ نۇقتا مۇۋاپىق ئىگىلىنىدىغانلا بولسا، شەخسلەر ئوبرازىنى ھەقىقىي گەۋدىلەندۈرۈپ، ئوقۇرمەنلەردە چوڭقۇر تەسىرات قالدۇرغىلى بولىدۇ. بىراق، دىققەت قىلىشقا تېگىشلىكى شۇكى، بەزى ئاپتورلار خەۋەردىكى شەخسنىڭ خاراكتېر ئالاھىدىلىكىنى روشەن گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشنى باھانە قىلىپ، ئۇلارنىڭ سۆزلىرىنى خالىغانچە ئۆزگەرتىپ، بېزەپ، «چاقناپ تۇرىدىغان» تەنتەنىلىك ئىبارىلەرگە ئايلاندۇرۇۋېتىدۇ ياكى بولمىسا، شۇ شەخسلەرنىڭ سالاھىيىتى، خاراكتېرىگە قىلچە ماسلاشمايدىغان سۆزلەرنى زورمۇزور توقۇپ چىقىرىدۇ. بۇنداق يېزىقچىلىق ئۇسلۇبى ئەدەبىياتتىن تۈپكى جەھەتتىن پەرقلىنىدىغان، ھەقىقىي ئادەم، ھەقىقىي ئىشلار ئەينەن يېزىلىدىغان تەپسىلىي خەۋەرلەرنىڭ تەلىپى بىلەن قىلچە چىقىشالمايدۇ. ئۇ شەخسلەر ئوبرازىنى يورۇتۇپ بەرمەستىن، بەلكى خۇنۇكلەشتۈرۈپ قويىدۇ.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە شەخسلەرنىڭ خاراكتېر ئالاھىدىلىكى ئۇلارنىڭ ئۆز سۆزى ئارقىلىق ئىپادىلەنگەندىن باشقا، يەنە باشقىلار بىلەن ئۆتكۈزگەن سۆھبىتى يەنى دىيالوگ شەكلى ئارقىلىقمۇ ئىپادىلىنىدۇ. شۇنىڭ بىلەن بىللە شەخسلەر ئوتتۇرىسىدىكى دىيالوگ ھامان مۇئەييەن كىشىلەر ئوتتۇرىسىدا، مۇئەييەن شارائىت ئاستىدا ئېلىپ بېرىلىدۇ. شۇڭا، شەخسلەرنىڭ دىيالوگىنى ياخشى ئىپادىلەشتە ئۇلارنىڭ ئىدىيەسىنى روشەن ئەكس ئەتتۈرۈشكە ماھىر بولۇپلا قالماستىن، مۇئەييەن شارائىت ئاستىدىكى مۇئەييەن شەخسلەر

ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتنى ھەقىقىي، توغرا ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىشكىمۇ دىققەت قىلىش كېرەك.

«ئالىيجاناب روھ، ئۆچمەس ئىز»① دېگەن تەپسىلىي خەۋەردە يېزىلغان ئاپتونوم رايونىمىز بويىچە مائارىپنى قوللاش ئەمۇنىچىسى كېرەم ئىمىن دېھقانچىلىق ۋە قوشۇمچە ئىشلەپچىقىرىش بىلەن بېيىغاندىن كېيىن، ئىگىلىكىنى كېڭەيتىپ، كونا جۇۋازخانا ئورنىدا زامانىۋى ياغ تارتىش زاۋۇتىنى قۇرۇش قارارىغا كېلىدۇ. ئۇ بىرقانچە ھەمراھى بىلەن بىللە كونا جۇۋازخانىغا كىرگەندە، ئوقۇش يېشىدىكى بىر توپ بالىنىڭ مۆكىمۆكىلەڭ ئويناۋاتقانلىقىنى كۆرىدۇ ھەمدە ئۇلارنىڭ بۇ يېزىدا مەكتەپ بولمىغانلىقى ئۈچۈن ئوقۇشسىز قېلىۋاتقانلىقىنى ئۇقىدۇ. ئۇ ئەسلىدىكى پىلانىنى دەرھال ئۆزگەرتىپ، مەكتەپ سالماقچى بولىدۇ. ھەمراھلىرى ئۇنىڭ بۇ «ئەخمىقانىلىقى»دىن ھەيران بولۇپ، قاتتىق رەنجىيدۇ. ئەسەر مۇشۇ يەرگە كەلگەندە كېرەم ئىمىن بىلەن ئايالىنىڭ قىلىشقان تۆۋەندىكى سۆزلىرى يېزىلىدۇ:

«كېرەم ئىمىن چۈشتىن بۇرۇن كونا جۇۋازخانىدا كۆرگەنلىرىنى ۋە مەكتەپ سالماقچى بولغانلىقىنى ئايالىغا بىر - بىرلەپ سۆزلەپ بەردى. كىم بىلسۇن، بۇ ئىش ئايالىنىڭ ئىدىيەسىدىن ئۆتمىدى:

— مەن قوشۇلمايمەن! ئالىمجاننى يېزىلىق مەكتەپكە ئاپىرىپ بەرسەك بولىدى ئەمەسمۇ؟ ئۆزىمىز مەكتەپ سالمىساق بولامدىكىن؟

— ئەجەبا، ئۆزىمىزنىڭ بالىسى ئوقۇيدىغان مەكتەپ بولسىلا كۆڭلىمىز خاتىرجەم بولامدۇ؟

— سىلى باياتىن ئېيتتىلىغۇ، بىر مەكتەپ سېلىش ئۈچۈن كەم دېگەندە نەچچە ئون مىڭ كوي كېتىدۇ، نەچچە ئون مىڭ

① «بايلىق يارىتقۇچىلار» ناملىق كىتاب.

كوي! قېنى دەپ باقسىلا، ئۆيىمىزدىكى پۇلنى چۆل ـ جەزىرىدىن تېپىۋالغانمۇ؟ ياكى بىرەرى بىكاردىن ـ بىكار بەرگەنمۇ؟ سىلىنىڭ ئىچلىرى سىيرىلمىسا، مېنىڭ ئىچىم سىيرىلىدۇ. ئۇنىڭ ئۈستىگە مەكتەپ سېلىش دۆلەتنىڭ ئىشى ...»

بۇ دىيالوگ شەخسلەرنىڭ پەۋقۇلئاددە مۇھىتتىكى روھىي دۇنياسىنى، ئىدىيەۋى ھېسسىياتىنى ئېچىپ بېرىشتە ئالاھىدە رول ئوينىغان. ئايالىنىڭ ۋاقىتىنچە چۈشەنمەسلىكتىن قىلغان سۆزلىرى بىر خىل دوق قىلىش، قېيىداشتەك بىلىنسىمۇ، لېكىن ئۇنىڭدىن بىر خىل ئىجتىمائىي كەيپىياتنىڭ ئىنكاسىنى كۆرۈۋالغىلى بولىدۇ. يېزا سىياستى قويۇۋېتىلگەندىن كېيىن نۇرغۇن ئادەملەر بېيىدى، پۇل تاپتى. بەزىلەرنىڭ خاراكتېرى پۇلنىڭ كۆپىيىشى بىلەن تەڭ ئۆزگەردى. بەزىلەر «تۇتۇننى بۇلۇت كۆرمەيدىغان» بولۇپ قالغان بولسا، بەزىلىرى بىرنى ئون قىلىش كويىدا ھەر خىل يوللارنى تۇتتى. راستىنى ئېيتقاندا، ھېچكىممۇ قان ـ تەر بەدىلىگە تاپقان پۇلنى ئۆزگە قىلچە مەنپەئەت ئەكەلمەيدىغان يەرگە چېچىۋېتىشنى خالىمايدۇ. لېكىن، كېرەم ئىمىن بۇ نەرسىلەر بىلەن ھېسابلىشىپ ئولتۇرمىدى. «ئۆزىمىزنىڭ بالىسى ئوقۇيدىغان مەكتەپ بولسىلا كۆڭلىمىز خاتىرجەم بولامدۇ؟» دېگەن سۆزدىن ئۇنىڭ ئۆز تەقدىرى بىلەن خەلق ئاممىسىنىڭ تەقدىرىنى چەمبەرچاس باغلىغانلىقى، خەلقىنىڭ، دۆلەتنىڭ غېمىنى ئۆزىنىڭ غېمى دەپ بىلگەنلىكى، بېيىغاندا دۆلەتنى ئۇنتۇمايدىغانلىقىدىن ئىبارەت ئالىيجاناب روھى گەۋدىلىنىپ تۇرىدۇ. ھەقىقىيلىق ئاساسىدا يېزىلغان بۇنداق دىيالوگلار تەپسىلىي خەۋەردە شەخسلەر ئوبرازىنى گەۋدىلەندۇرۇشكە ئالاھىدە رەڭ قوشىدۇ.

3. شەخسلەر خاراكتېرىنى زىددىيەت توقۇنۇشى ئىچىدە ئېچىپ بېرىش كېرەك.

رېئال تۇرمۇش خىلمۇخىل، مۇرەككەپ، ئەگرى ـ توقاي

زىددىيەتلەر بىلەن تولۇپ تاشقان بولىدۇ. ئىنسانلارنىڭ ئۇزاق تارىخلىق كۈرەش ئەمەلىيىتى بىزگە شۇنى ئۇقتۇردىكى، زىددىيەت توقۇنۇشىنىڭ قانچىكى كەسكىن نۇقتىسىدا تۇرغان ئادەمنىڭ خاراكتېرى، ئىدىيەسى شۇنچە روشەن ئىپادىلىنىدۇ. رېئال تۇرمۇشىمىزدىكى بىرمۇنچە كىشىلەر شۇنىڭ ئۈچۈن دەۋرنىڭ يېڭى كىشىلىرىدىن بولالمايدۇكى، ئۇلار كەسكىن زىددىيەت ئالدىدا پاسسىپ ئورۇنغا ئۆتۈپ، زىددىيەتلەردىن ئۆزىنى قاچۇرىدۇ، شامالغا قاراپ ئىش تۇتىدۇ. يەنە بىر قىسىم كىشىلەر بولسا ئۆزىنى كەسكىن زىددىيەت نۇقتىسىغا تاشلاپ، ھەر خىل قىيىنچىلىق، توسالغۇلارغا قارشى يۇرەكلىك ھالدا كۈرەش قىلىدۇ. بۇ جەرياندىكى ئۇلارنىڭ خۇشاللىقلىرى، غەم ـ قايغۇلىرى ۋە ئازابلىرى باشقىلارغا قارىغاندا كۆپرەك ھەم گەۋدىلىك بولىدۇ. ئۇلار مانا بۇ زىددىيەت ۋە كۈرەشلەر جەريانىدا قەيسەر خاراكتېرىنى تاۋلاپ، ھايات قەدىمىنى يېڭىش تەنتەنىلىرىگە ھەمراھ قىلغان ھالدا دەۋرنىڭ يېڭى ئادەملىرىدىن بولۇپ يېتىلىدۇ. شۇڭا، شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە مۇشۇ ئادەملەرنىڭ زىددىيەتلەرنى ئۇزۇكسىز يېڭىش جەريانى ئارقىلىق ئۇلارنىڭ ئىچكى دۇنياسىنى ۋە خاراكتېر تەرەققىياتىنى يورۇتۇپ بېرىشىمىز لازىم.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرلەردە ئەكس ئەتكۈزۈلىدىغان زىددىيەت ھەر خىل بولىدۇ. شەخسلەر نۇقتىسىدىن ئېيتقاندا، ئۇ ئادەم بىلەن تەبىئەت، ئادەم ۋە ئادەمنىڭ ئۆز ئىدىيەسىدىكى زىددىيەتتىن تەشكىل تاپىدۇ. بۇلارنىڭ ھەممىسى شەخسلەرنىڭ يەككە ـ يېگانە ئەمەس، بەلكى مۇئەييەن مۇھىت ئىچىدە يېتىلگەن پەۋقۇلئاددە خاراكتېرىنى گەۋدىلەندۇرۇشتە ئالاھىدە رول ئوينايدۇ.

ئۇنداق بولسا ئادەم بىلەن تەبىئەت ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەت دىگەن نىمە؟ ئۇنى قانداق يېزىش كېرەك؟

ئىنسانلار جەمئىيىتىنى رەڭگارەڭ تەبىئەت دۇنياسى ئوراپ

تۇرىدۇ، بۇ تەبىئەت دۇنياسى ئىنسانلارنى ئەۋزەل ياشاش شارائىتى بىلەن تەمىنلەپلا قالماستىن، ئۇلارنىڭ ھاياتىغا خىلمۇخىل تەھدىتلەرنى سېلىپ، تۈرلۈك ئاپەتلەرنى پەيدا قىلىپ تۇرىدۇ. ئىنسانلار ياخشى ياشاش مۇھىتىنى بەرپا قىلىش ئۈچۈن، تەبىئەت بىلەن ئۈزۈكسىز كۈرەش قىلىدۇ، بۇ يولدا مەڭگۇ ئىزدىنىدۇ. بۇ خىل كۈرەش ئاساسەن تاغ ـ دەريالارنى ئۆزگەرتىش، چۆل ـ جەزىرىلەرنى بوستانلىقلارغا ئايلاندۇرۇش، ئۆسۈملۈكلەر ئۆستۈرۈش، تەتقىقات، مۇھىت ئاسراش ۋە يەر شارىنىڭ ئېكولوگىيەلىك تەڭپۇڭلۇقىنى ساقلاش قاتارلىق جەھەتلەردە ئىپادىلىنىدۇ. ئىنسانلار بىلەن تەبىئەت ئوتتۇرىسىدىكى بۇ زىددىيەت كۈرىشى تارىختىن بېرى ئەزەلدىن توختاپ قالغان ئەمەس. بۇ كۈرەش جەريانىدا ئىنسانلار گاھىدا تەبىئەت ئۈستىدىن غالىب كەلدى، گاھىدا مەغلۇپ بولدى. مەيلى غەلىبە بولسۇن، مەيلى مەغلۇبىيەت بولسۇن، ئىنسانلارنىڭ بۇ جەرياندا ئىپادىلىگەن روھىي قىياپىتى ۋە ئىدىيەۋى خاراكتېرى بىر شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە ئەكس ئەتكۈزىدىغان مۇھىم بىر تەرەپ ھېسابلىنىدۇ.

لېكىن، بۇ يەردە ئادەم بىلەن تەبىئەت ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەتنىڭ ھەممىسىنى قارىقويۇق سۈرەتلەپ چىقىش تەلەپ قىلىنمايدۇ. ئەكسىچە، ئىنسانلارنىڭ جانجان مەنپەئەتىگە ۋە ھاياتىغا مۇناسىۋەتلىك بولغان ئاساسىي زىددىيەتنى تۇتۇپ ئەكس ئەتكۈزۈش، بۇ ئارقىلىق شەخسلەرنىڭ ئىرادىسى، روھىي قىياپىتىنى مەركەزلىك يورۇتۇپ بېرىش لازىم. مەسىلەن، «كىشىلەر قەلبىدىكى مەڭگۈلۈك نامايەندە»دە باش ئىنژېنېر ۋاڭ ۋېينىڭ خوتەننىڭ سۇ قىيىنچىلىقىنى ھەل قىلىش ئۈچۈن تاغ ـ دەريالارنى ئۆزگەرتىش، قايتا قۇرۇش يولىدا ئېلىپ بارغان جاپالىق كۈرەشلىرى، ئىزدىنىشلىرى نۇقتىلىق يېزىلغان. «مۆجىزە»① دېگەن خەۋەردە تېخنىك مۇھەممەت ئىمىننىڭ

① «شىنجاڭ گېزىتى» 1991 ـ يىلى 10 ـ نويابىر سانى.

قورغاس ناھىيەسىنىڭ غەربىي جەنۇب يېزىلىرىغا ھەر يىلى ئون مېتىرلىق سۇرئەت بىلەن بېسىپ كىرىۋاتقان قۇم ئاپىتىنى توسۇش ئۈچۈن، سۇسىز چۆللۈكتە ئورمان ئەھيا قىلىش يولىدىكى ئىلمىي تەتقىقاتىنى يېتەكچى قىلىپ ئېلىپ بارغان كۆرەشلىرى يېزىلغان. بۇ ھەر ئىككىلا ئەسەردە ئادەم بىلەن تەبىئەت ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەت مەركەز قىلىنغان بولۇپ، بۇ زىددىيەت توقۇنۇشى جەريانىدا شەخسلەرنىڭ ئىنسانلارنىڭ بەخت ـ سائادىتى ئۈچۈن ئۆزىنى بېغىشلاشتەك پىداكارانە خىسلىتى ۋە قەيسەر خاراكتېرى گەۋدىلەندۈرۈلگەن.

ئادەم بىلەن ئادەم ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەت پۈتكۈل زىددىيەتنىڭ نېگىزى. ئىجتىمائىي تۈس ئالغان، ئادەم بىلەن ئادەم ئوتتۇرىسىدىكى بۇ زىددىيەتنىڭ ئوخشاش بولمىغان دەۋر، ئوخشاش بولمىغان شارائىتتىكى خاراكتېرى ۋە كەسكىنلىك دەرىجىسى ئوخشاش بولمايدۇ. گاھىدا بۇ زىددىيەت پارتىيە ۋە خەلق ئاممىسى بىلەن دۈشمەن كۈچلەر ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەت بولۇپ ئىپادىلىنىدۇ. گاھىدا قارىمۇقارشى بولغان ئىككى خىل دۇنيا قاراش، ئىككى خىل ئىدىيەۋى تونۇش، ئىككى خىل پوزىتسىيە ئوتتۇرىسىدىكى زىددىيەت بولۇپ ئىپادىلىنىدۇ. شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە مەيلى قايسى خىل زىددىيەت يېزىلسۇن، ھامان ئۇنى مۇئەييەن ئادەم بىلەن مۇئەييەن ئادەم ئوتتۇرىسىدىكى كونكرېت مۇناسىۋەت شەكلىدە ئىپادىلەش كېرەك. يەنى، شەخسلەرنىڭ ئىدىيەۋى خاراكتېرىنى ئۇلارنىڭ بۇ مۇناسىۋەتتە تۇتقان مەيدانى، پوزىتسىيەسى، ئۇنى ھەل قىلىشتا قوللانغان كونكرېت ئۇسۇلى ئارقىلىق ئىپادىلەپ، ئوقۇرمەنلەردە جانلىق تەسىرات قالدۇرۇشقا تىرىشىش كېرەك.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە شەخسلەرنىڭ خاراكتېر ئالاھىدىلىكىنى يۇقىرىقى ئىككى خىل زىددىيەت ئارقىلىق ئېچىپ بەرگەندىن باشقا، يەنە ئۇلارنىڭ ئۆز ئىدىيەسىدىكى زىددىيەت ئارقىلىق يورۇتۇپ بېرىشكە ئەھمىيەت

بېرىش لازىم. شەخسلەرنىڭ ئۆز ئىدىيەسىدىكى زىددىيەت — ئوبيېكتىپ رېئاللىقتىكى زىددىيەت توقۇنۇشىنىڭ شەخسلەر سۇبيېكتىدىكى گەۋدىلىك ئىنكاسى. بۇنداق زىددىيەت ئوبيېكتىپ زىددىيەتنىڭ ئومۇملۇقىنى ئەكس ئەتكۈزۈپلا قالماستىن، شەخسلەرنىڭ ئىچكى زىددىيىتىنىڭ ئالاھىدىلىكىنىمۇ ئەكس ئەتكۈزۈپ، ئۇلارنىڭ ئۆزىگە خاس چوڭقۇر روھىي دۇنياسىنى بىۋاستە كۆرسىتىپ بېرىدۇ.

يەنە شۇنى تەكىتلەپ ئۆتۈش كېرەككى، شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە مەيلى قايسى خىل زىددىيەت يېزىلسۇن، ئۇلارنىڭ ھەممىسى چىن بولۇشى، شەخسلەرنىڭ ھەقىقىي كەچۈرمىشى بولۇشى، توقۇپ چىقىرىلماسلىقى لازىم. ئاپتور خەۋەردىكى شەخسلەرگە چېتىشلىق بولغان زىددىيەتلەر توقۇنۇشىنى توغرا ئىگىلەپ، بۇ ئارقىلىق شەخسلەرنىڭ ئىدىيەۋى خاراكتېرىنى چوڭقۇر ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشى، شۇنداقلا دەۋرنىڭ ئىجتىمائىي قىياپىتىنى توغرا، ئەتراپلىق گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشى لازىم.

4. تەپسىلات تەسۋىرى ئارقىلىق ئەسەرنى جانلىقلىقا، ئوبرازچانلىققا ئىگە قىلىش كېرەك.

شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردە تىپىك ۋەقە، مىساللارنى ئىشلەتكەندىن سىرت، شەخسلەرگە ئائىت بولغان جانلىق تەپسىلاتلارنى كىرگۈزۈپ، ئەسەرنىڭ ئىدىيەۋىلىكىنى ۋە بەدىئىي جەلپ قىلىش كۈچىنى ئاشۇرۇش كېرەك. چۈنكى، ئوقۇرمەنلەر بىر پارچە ئەسەرنى ئوقۇغاندا، ئۇلاردا ئەڭ چوڭقۇر ۋە ئۇنتۇلماس تەسىرات قالدۇرىدىغىنى كۆپىنچە زور ۋەقەلەر بايانى بولماستىن، بەلكى جانلىق يېزىلغان شەخسلەرگە ئائىت مەلۇم بىر تەپسىلات بولىدۇ. دەل مانا مۇشۇنداق تەپسىلاتلار، يەنى شەخسنىڭ بىرەر ھەرىكىتى، چىراي ئىپادىسى، بىرەر ئېغىز سۆزى ئۇلارنىڭ روھىي دۇنياسىنى ۋە خاراكتېرىنى ئەڭ روشەن ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرەلەيدۇ. «ھاياتلىقنىڭ تۈۋرۈكى» ناملىق

310

تەپسىلىي خەۋەردىكى تۆۋەندىكى تەپسىلاتنى كۆرۈپ باقايلى:

«1974 ـ يىلى قىش كۈنلىرىنىڭ بىرىدە جاڭ خەيدى ئۆزىنىڭ خىزمەتكە قوبۇل قىلىنغان ـ قىلىنمىغانلىقىنى بىلىش ئۈچۈن، ئەتىگەندىلا يۆلەنچۈكلۈك هارۋىسى بىلەن ئەمگەك ئىدارىسىگە يېتىپ كېلىدۇ. ئەمگەك ئىدارىسىنىڭ ئالدى خەۋەر كۈتۈپ تۇرغانلار بىلەن لىق تولغانىدى. شۇ دەقىقىدە جاڭ خەيدى ئادەملەر توپى ئارىسىغا قىستىلىپ كىرىپ سوراپ بېقىشنى، ‹خەيدى، سىز خىزمەتكە قوبۇل قىلىندىڭىز› دېگەن چاقىرىقنى ئاڭلاشنى بەكمۇ ئارزۇ قىلاتتى. لېكىن، يەنە ‹سىز قوبۇل قىلىنمىدىڭىز› دېگەن سادانىڭ چىقىشىدىن ئەنسىرەيتتى.

هاۋا شۇنچىلىك سوغۇق بولسىمۇ، ئۇ ئىشىك ئالدىدا تەقەززالىق بىلەن كۈتۈۋاتاتتى. سوغۇقتىن ئۇنىڭ يۈزلىرى كۆكىرىپ، قوللىرى قېتىپ قالاي دېگەنىدى. ئۇ تاكى پۈتۈن ئادەملەر كېتىپ بولغۇچە ساقلىدى. بىراق، ئۇنىڭ ئىسمى يەنىلا چىقمىدى. ئۇ ئاخىر غەيرەتكە كېلىپ، هارۋىسىنى هەيدەپ ئىچىگە كىرىپ: ‹تاغا، ماڭا بىرەر ئىش بېرىڭ، مەن قىلالايمەن، مائاش ئالمايمەن، ماڭا پەقەت ئىش بولسىلا بولىدى، قانداق ئىش بولسا بولىۋېرىدۇ› دەپ يالۋۇردى.

— قول ـ پۇتلىرى ساق شۇنچىلىك كۆپ ئادەملەرگە ئىش يوق تۇرسا ...

بۇ جاندىن ئۆتكۈدەك گەپ بىلەن ئۇنىڭ كۆڭلى مۇزدەك سوۋۇپ كەتتى!

ئۇ ئىچ ـ ئىچىدىن ئازابلىنىپ چۇقان سالدى: ئاھ كىشىلەر، گەرچە مەن ئىككى پۇتۇمدىن ئايرىلغان بولسامۇ، سىلەردىن تۆۋەن ئەمەس، مېنىڭ مەقسىتىم پەقەت تاماق يېيىش ئۈچۈنلا ئەمەس، بەلكى خىزمەت قىلىش هوقۇقىغا ئېرىشىش، جەمئىيەت ئۈچۈن هەسسە قوشۇش پۇرسىتىگە ئېرىشىش!»

*　　　*　　　*

«بىر كۈنى شىياۋ مېڭفاڭ بىر قارلىغاچ بالىسىنى جاڭ خەيدىنى ئۆيىنىسۈن، دەپ تۇتۇپ كېلىدۇ. جاڭ خەيدى خۇشال هالدا ئۇنىڭدىن، ‹سەن بۇ قارلىغاچ بالىسىنى قانداق تۇتتۇڭ؟› دەپ سورايدۇ. ‹ئۇنىڭ بىر پۇتى توكۇر بولۇپ قېلىپ ئۇچالماي قاپتۇ›، دەيدۇ شىياۋ مېڭفاڭ. بۇ گەپنى ئاڭلاپ جاڭ خەيدىنىڭ كۆڭلى بىردىنلا غەش بولىدۇ. قارلىغاچ بالىسىمۇ پۇتىدىن ئايرىلىپتۇ، ئۇنىڭ ئىككى قانىتىنى كۆكتە پەرۋاز قىلىش ئۈچۈن ياراتقان ئەمەسمۇ؟ دەپ ئويلايدۇ ئىچىدە ھەمدە قارلىغاچ بالىسىنىڭ پۇتىغا دورا سۈركەپ، داكا بىلەن تېڭىپ قەغەز كوروپكىغا سېلىپ باقىدۇ ...»

دېمەك، چىنلىق ئاساسىدا يېزىلغان بۇنداق تەپسىلاتلار شەخسلەرنىڭ روھىي دۇنياسىنى روشەن گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىپلا قالماستىن، ئەسەرنى جانلىق تۇسكە ئىگە قىلىپ، ئوقۇرمەنلەردە چوڭقۇر تەسىرات پەيدا قىلالايدۇ.

ئاخىرىدا شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنى يېزىشتا دىققەت قىلىشقا تېگىشلىك بىرقانچە مەسىلىنى تەكىتلەپ ئۆتىمىز.

بىرىنچى، ئىلغار شەخسلەر بىلەن پارتىيە ۋە ئاممىنىڭ مۇناسىۋىتىنى توغرا ئىپادىلەش كېرەك. تەپسىلىي خەۋەردە يېزىلغان ئىلغار شەخسلەر ئاما ئىچىدىكى ئۈلگىلىك شەخسلەر ۋە ئۇلارنىڭ ۋەكىللىرى ھېسابلىنىدۇ. ئۇلارنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىشى ھامان پارتىيەنىڭ تەربىيەسى ۋە ئاممىنىڭ ياردىمىدىن ئايرىلالمايدۇ. بۇ ئىككىسى ئىلغار شەخسلەرنىڭ ئۆسۈپ يېتىلىشىدىكى زېمىنى ۋە تۇپ كاپالىتى. شەخسلەر ھەققىدە يېزىلغان ئايرىم تەپسىلىي خەۋەرلەردە بۇ مەسىلىگە دىققەت قىلماستىن، ئىلغار شەخسلەرنى يەككە ـ يېگانە قەھرىمان قىلىپ

كۆرسىتىدۇ ياكى بولمىسا ئۇلارنى پارتىيە تەشكىلىدىنمۇ يۇقىرى قويىدۇ، ئاممىنى چۆكتۈرۈپ، ئۇلارنى قارىسىغا كۆتۈرىدۇ.

دەرۋەقە، ھەرقايسى ئىلغار شەخسلەرنىڭ ئەھۋالى بىر - بىرىگە ئوخشىمايدۇ، مۇخبىرلار بۇنى يېزىشتا ئەسەردە مۇۋاپىق ئىگىلىسە بولىدۇ. بىز ھەربىر ئىلغار شەخسنى يازغاندا جەزمەن «پارتىيەنىڭ تەربىيەسى ئاستىدا»، «ئاممىنىڭ ياردىمىدە» دېگەن سۆزنى قوشۇپ قويۇش كېرەك، دېمەيمىز. بىراق، ئەسەردىكى كونكرېت ۋەقەلىك بايانى، شارائىت، مۇھىت تەسۋىرى ياكى دىيالوگ ۋە مۇھاكىمىلەردە بۇ مەزمۇن تەبىئىي ئەكس ئېتىشى، گۇل ئۆزى ئۆسۈپ يېتىلگەن تۇپراقتىن ئايرىۋېتىلمەسلىكى لازىم.

ئىككىنچى، چىنلىق پرىنسىپىغا ھۆرمەت قىلىپ، شەخسلەرنى ھەقىقىيلىق بىلەن ئەكس ئەتتۈرۈش كېرەك. بەزى تەپسىلىي خەۋەرلەردە شەخسلەرنى ئۇنداق ياخشى، بۇنداق ئىلغار دەپ ماختاپ، ئۇنىڭغا بىر تالاي چىرايلىق تەرىپلەرنى ئاتا قىلىدۇ. ئەمەلىيەتتە بولسا ئەھۋال باشقىچە بولۇپ، ئۇ كىشى ئىلغار شەخسمۇ ئەمەس، ئاخباراتلىق شەخسمۇ ئەمەس بولۇپ چىقىدۇ، ئوقۇرمەنلەر ئىچىدە ئىنتايىن يامان تەسىر پەيدا قىلىدۇ. يەنە بىر قىسىم تەپسىلىي خەۋەرلەردە يېزىلغىنى ھەقىقەتەن ئاما ئېتىراپ قىلغان نەمۇنىلىك، ئىلغار شەخسلەر بولسىمۇ، لېكىن ئاپتور ئۇنىڭ ئىلغار ئىش - پائالىيەتلىرىنى ۋە ئىدىيەسىنى تەسۋىرلەش جەريانىدا سۇبيېكتىپ خاھىشى بويىچە خالىغانچە «دورا - دەرمەك» ئارىلاشتۇرۇپ، شەخسنى كۆپتۈرۈپ، ئەسلىدىكى ئۆزىگە ئوخشىمايدىغان قىلىپ قويىدۇ. بۇنداق ئەسەرلەر مۇشتەرىلەرنى قايىل قىلالمايلا قالماستىن، ئەكسىچە ئىلغار شەخسلەرنىڭ ئوبرازىنى خۇنۇكلەشتۈرۈپ قويىدۇ ۋە شۇ شەخسنى ئوسال ئەھۋالغا چۈشۈرۈپ قويىدۇ. شۇڭا، مۇخبىر ۋە ئاپتورلار شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنى يېزىشتا، توغرا پوزىتسىيە ۋە مەيداندا تۇرۇپ،

ھەقىقەتنى ئەمەلىيەتتىن ئىزدەش ئىستىلى بويىچە، شەخسلەرنى ھەقىقىي، چىن ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشكە تىرىششى لازىم.

يەتتىنچى پاراگراف ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرى ۋە ئۇنىڭ يېزىلىشى

ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرى ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە ۋەقەلەرنىڭ جەريانىنى تەپسىلىي، كونكرېت، ئوبرازلىق سۈرەتلەپ بېرىدىغان تەپسىلىي خەۋەر تۈرىنى كۆرسىتىدۇ. ئۇنىڭدا تىپىك بولغان ۋە جەمئىيەتنىڭ ئىلگىرىلىشىگە تەسىر كۆرسىتەلەيدىغان ئاخباراتلىق ۋەقەلەرنى خەۋەر قىلىش ئاساس قىلىنىدۇ.

ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرى مۇستەقىل ئاخبارات ژانىرى بولۇش سۈپىتى بىلەن تۆۋەندىكىدەك ئالاھىدىلىكلەرگە ئىگە:

1. تىپىكلىك ۋە ئاخباراتچانلىق

ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىنىڭ روشەن ئالاھىدىلىكىنىڭ بىرى شۇكى، ئۇنىڭدا رېئال تۇرمۇشتا يۈز بەرگەن مۇئەييەن ئەھمىيەتكە ئىگە تىپىك ۋە ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە ۋەقەلەر يېزىلىدۇ. تۇرمۇشىمىزدا ھەر كۈنى، ھەر سائەت دېگۈدەك خىلمۇخىل ۋەقەلەر يۈز بېرىپ تۇرىدۇ، ئەھۋاللار ئۈزۈكسىز ئۆزگىرىپ يېڭى ئىشلار مەيدانغا كېلىپ تۇرىدۇ. لېكىن، بۇ ۋەقە ۋە ئىشلارنىڭ ھەممىسى ئاخباراتتا خەۋەر قىلىش قىممىتىگە ئىگە بولىۋەرمەيدۇ. ئەمەلىيەتتىمۇ بۇ ۋەقەلەرنىڭ ھەممىسىنى بىر - بىرلەپ خەۋەر قىلىپ كەتكىلى بولمايدۇ. شۇڭا، ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدە كۈندىلىك تۇرمۇشتىكى ئادەتتىكى ئۇششاق ئىشلار ئەمەس، بەلكى دۆلەت ۋە خەلقنىڭ ھاياتىدا مۇھىم ئورۇن تۇتىدىغان، خەلق ئاممىسى ئورتاق كۆڭۈل بۆلىدىغان تىپىك ئەھمىيەتكە ئىگە سىياسىي، ئىجتىمائىي ۋەقەلەر ئەكس

ئەتكۈزۈلىدۇ. مەسىلەن، «تارىخنىڭ سوتى»[①] دا جۇڭخۇا خەلق جۇمھۇرىيىتى ئالىي سوتى پەۋقۇلئاددە سوت كوللېگىيەسىنىڭ ئىككى ئايدىن ئارتۇق سوراق قىلىشى ئارقىلىق، لىن بياۋ، جياڭ چىڭ ئەكسىلئىنقىلابىي گۇرۇھىدىكى ئون نەپەر ئاساسلىق جىنايەتچىگە ئاخىرقى ھۆكۈم ئېلان قىلىنغانلىقى يېزىلغان. بۇ پارتىيە ۋە خەلقنىڭ ھاياتىدىكى بىر نۇقتىلىق زور سىياسىي ئىش بولۇپ، ئېلىمىزدە دۆلەتنى قانۇن بىلەن ئىدارە قىلىشنىڭ ئەمەلىيلىشىشكە باشلىغانلىقىنىڭ مۇھىم نامايەندىسى بولۇپ ھېسابلىنىدۇ.

2. مۇكەممەللىك ۋە كونكرېتلىق.

ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدە باشقا تەپسىلىي خەۋەرلەرگە ئوخشاش ئادەمنى يېزىش ياكى مەلۇم بىر جاينىڭ يېڭى قىياپىتىنى تونۇشتۇرۇش ئاساس قىلىنمايدۇ، ياكى ئادەتتىكى خەۋەرلەرگە ئوخشاش ۋەقەنىڭ نەتىجىسىلا ئەكس ئەتكۈزۈلۈپ، باشقا تەرەپلىرى ئىخچام ئومۇملاشتۇرۇلۇپ بايان قىلىنمايدۇ. ئۇ مەلۇم مەنىدىن ئېيتقاندا، ئەھۋال توغرىسىدىكى خەۋەرنىڭ كېڭەيتىلىشى ۋە تولۇقلىنىشى بولغانلىقى ئۈچۈن، ئۇنىڭدا ۋەقەلەر بىر قەدەر تەپسىلىي يېزىلىدۇ، ۋەقەنىڭ سەۋەب ـ نەتىجىسى، تەرەققىيات جەريانى تونۇشتۇرۇلىدۇ، باشلىنىشى ۋە ئاخىرلىشىشى بولىدۇ، ۋەقەلىك سۇژىتىمۇ، تەپسىلاتىمۇ بولىدۇ. ئەسەردە يېزىلغان ۋەقە مەيلى چوڭ، مەيلى كىچىك بولۇشىدىن قەتئىينەزەر، ۋەقە ئېنىق تاپشۇرۇلۇپ، ئوقۇرمەنلەردە بىر قەدەر مۇكەممەل، ئېنىق بولغان تەسىرات ھاسىل قىلىنىدۇ. مەسىلەن، «پەۋقۇلئاددە كۈچ ئۇلاپ يۈگۈرۈش مۇسابىقىسى» [②] ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە ھەر ساھە كادىر ۋە ئاممىنىڭ چۆچەك شەھىرى ئابدۇللا يېزىسى ئۈچتۆپە كەنتىدىكى پۇرچاق چەلپەكى يەپ زەھەرلەنگەن بىرقانچە دېھقاننىڭ ھاياتىنى قۇتۇلدۇرۇش يولىدا

---

① شىنخۇا ئاگېنتلىقى، 1981 ـ يىلى 26 ـ يانۋار خەۋىرى.

② «شىنجاڭ گېزىتى» 1987 ـ يىلى 15 ـ مارت سانى.

بىر نىيەت، بىر مەقسەتتە كۆچ چىقارغانلىقىدەك تەسىرلىك ئىش ئىزلىرى بايان قىلىنغان بولۇپ، ۋەقە باش ـ ئاخىرى بار، مۇكەممەل، تەپسىلىي ۋە ئوبرازلىق تەسۋىرلەنگەن.

3. تېماتىكىلىق جەھەتتىكى كەڭلىك.

ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىنىڭ ئەكس ئەتكۈزىدىغان تېماتىكىلىق مەزمۇنى ناھايىتى كەڭ بولۇپ، بەزىلىرىدە ۋەزىيەت ئۆزگىرىشى يېزىلسا، بەزىلىرىدە زور سىياسىي ۋەقەلەر يېزىلىدۇ. بەزىلىرىدە ئۇشتۇمتۇت يۈز بەرگەن ۋەقەلەر، مەسىلەن، قاتناش ھادىسىسى، جىنايى ئىشلار دېلوسى، تۈرلۈك تەبىئىي ئاپەت قاتارلىقلار يېزىلىدۇ. بەزىلىرىدە ھەربىي ئىشلار، كەسكىن ئۇرۇشلار ۋە زور ئەھمىيەتكە ئىگە تەنتەربىيە مۇسابىقىلىرى يېزىلسا، بەزىلىرىدە جەمئىيەتتىكى مەلۇم خاھىش ۋە كەيپىياتقا ۋەكىللىك قىلىدىغان تۈرلۈك ھادىسىلەر يېزىلىدۇ. مەزمۇن ئالاھىدىلىكىدىن قارىغاندا، بۇلارنىڭ تەقدىرلەشنى ئاساس قىلىدىغانلىرىمۇ، تەنقىدلەشنى ئاساس قىلىدىغانلىرىمۇ بولىدۇ.

يۇقىرىقىلاردىن باشقا، ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرى شەكىل ۋە ئۇسلۇب جەھەتتىمۇ بىرقەدەر جانلىق بولىدۇ. خەۋەر قىلىش شەكلى جەھەتتىن قارىغاندا، ۋەقە ھەققىدە يېزىلغان مۇتلەق كۆپ سانلىق تەپسىلىي خەۋەردە بىرلا ۋەقە باشتىن ـ ئاخىر تولۇق خاتىرىلىنىدۇ. ئايرىملىرىدا بولسا بىرلا ۋەقە يېزىلماستىن، بىر مەركىزىي ئىدىيەنىڭ قوماندانلىقى ئاستىدا ئۆزئارا مۇناسىۋەتلىك بولغان بىرقانچە ۋەقە چاتما قىلىنىش ئارقىلىق يېزىلىدۇ. ئىپادىلەش ئۇسۇلى جەھەتتىن قارىغاندا، ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدە بايان ۋە تەسۋىر ئاساسىي ئورۇندا تۇرىدۇ. لېكىن، ئۇ، مۇھاكىمە ۋە لىرىكىنىمۇ چەتكە قاقمايدۇ. بەزى ۋەقە تەپسىلىي خەۋەرلىرى قويۇق مۇھاكىمە تۈسىگە ئىگە قىلىپ يېزىلىدۇ. ۋەقەلىك بايانى جەريانىدا شەخسلەر ئوبرازىمۇ سۈرەتلىنىدۇ، دىيالوگلارمۇ يېزىلىدۇ، كەيپىيات ۋە مەنزىرە تەسۋىرىمۇ بولىدۇ. تىل تەلەپپۇزى جەھەتتىن بەزىلىرى سالماق، جىددىي تۈس

ئالىدۇ، بەزىلىرى بېشارەتلىك، يۇمۇرلۇق خاراكتېر ئالىدۇ، بەزىلىرى جانلىق، ئوبرازلىق، يەنە بەزىلىرى ئۆتكۈر ۋە ئاچچىق بولىدۇ. ئومۇمەن، ئۇنىڭ ئىپادىلەش ئۇسۇلى ۋە شەكلى بىر خىللىق بىلەن چەكلىنىپ قالمايدۇ.

يۇقىرىقىلاردىن شۇنى كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇكى، ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرى باشقا تەپسىلىي خەۋەرلەردىن روشەن پەرقلىنىدىغان ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىككە ئىگە تەپسىلىي خەۋەر شەكلى. ئۇنىڭ ئالاھىدىلىكلىرى تولۇق ئىگىلىۋېلىنغاندىلا، ھەقىقىي ئاخبارات قىممىتىگە ئىگە تىپىك ۋەقەلەرنى ئەكس ئەتتۈرۈپ، جەمئىيەت تەرەققىياتىنى ئىلگىرى سۈرۈش مەقسىتىگە يەتكىلى بولىدۇ.

ئەمدى ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىنى يېزىشتىكى تەلەپ ۋە ئۇسۇل ئۈستىدە توختىلىمىز:

(1) ۋەقەنى بايان قىلىش مۇئەييەن مەقسەتچانلىققا ئىگە بولۇشى، ئەسەردە روشەن بولغان بىر مەركىزىي ئىدىيە تاۋلاپ چىقىلىشى لازىم. ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرى ھەقىقىي مەنىدىكى بايان خاراكتېرلىك ئەسەردۇر. يۇقىرىدا سۆزلەپ ئۆتكىنىمىزدەك، ئۇنىڭدا بايان ئاساسىي ئورۇندا تۇرىدۇ. مۇخبىر بۇنداق ئەسەرلەرنى يېزىشتا روشەن بولغان بىر مەركىزىي ئىدىيەنى گەۋدىلەندۈرۈشنى مەقسەت قىلمايدىغان بولسا، ئاسانلا ۋەقەنى يېزىش ئۈچۈنلا يېزىپ قويىدىغان ئەھۋال ياكى ھېچقانداق مەقسەتچانلىقى بولمىغان ھالدا ۋەقە قوغلىشىپ كېتىدىغان خاھىش كېلىپ چىقىدۇ. خۇددى «ئاخبارات — پاكىت ئارقىلىق سۆزلەش دېمەكتۇر» دېگەنگە ئوخشاش، ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدىكى بايان مەلۇم مەقسەت ئاستىغا قويۇلۇشى، شۇ ئارقىلىق مۇئەييەن بىر ئىدىيەۋى قاراش چۈشەندۈرۈلۈشى لازىم.

مەسىلەن، «شياۋسۇينىڭ دوختۇرغا كۆرۈنۈشى» ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە، خاربىن شەھىرىدىكى بىر مۇلازىمەتچىنىڭ بىر قېتىملىق ۋەقەدە ئوتتۇرا بارمىقىنىڭ پىيى كېسىلىپ كەتكەنلىكى، شۇ ئاخشىمى ئۇ يەتتە دوختۇرخانىغا بېرىپمۇ

داۋالاشقا ئېرىشەلمىگەنلىكى، ھەر خىل باھانىلەر بىلەن دوختۇرخانا دەرۋازىسىدىن ھەيدەلگەنلىكى يېزىلغان. ئەسەرنىڭ تۆۋەندىكى ئاساسىي بۆلىكىنى كۆرۈپ باقايلى:

«بۇ 23 ـ ئاۋغۇست كەچ سائەت ئون بولغان چاغ ئىدى. شياۋسۇي ناھايىتى تېزلىك بىلەن شەھەرلىك 1 ـ دوختۇرخانىغا يېتىپ كېلىدۇ. ‹مەن بىر تەرەپ قىلالمايمەن، بالىنىستقا بېرىڭ› دەيدۇ نۆۋەتچى دوختۇر ئۇنىڭ قولىنى كۆرگەندىن كېيىن، بالىنىستقا بارغاندىن كېيىن دوختۇر بېشىنى چايقايدۇ ۋە ‹بىزدە تىكىدىغان ئەسۋاب ۋە ماتېرىياللار تۈگەپ كەتتى. 2 ـ دوختۇرخانىغا بېرىڭ› دەيدۇ.

ئاغرىق ئازابىدىن قاتتىق قىيىنىلىۋاتقان شياۋسۇينىڭ پېشانىسىدىن يامغۇردەك تەر قۇيۇلۇۋاتاتتى. ئۇ دوختۇرغا قايتا يېلىنىپ: ‹بىزنىڭ داۋالىنىش توختامىمىز سىلەردە بولغاندىكىن قولۇمنى تىكىپ قويسىڭىز بولمامدۇ؟› دەيدۇ. دوختۇر گەپ ـ سۆز قىلماستىن ئۇنىڭ ئالدىدىن كېتىپ قالىدۇ. قانداق قىلىش كېرەك؟ 2 ـ دوختۇرخانىغا بارماي ئامال قانچە؟

2 ـ دوختۇرخانىدا نۆۋەتچىلىك قىلىۋاتقان ئايال دوختۇر: ‹بىزنىڭ ئوپېراتسىيە بۆلۈمىمىز يوق، داۋالاش ئۈسكۈنىلىرىمىزمۇ يوق، داۋالىيالمايمىز› دەيدۇ. شياۋسۇي ئامالسىز شەھەرلىك جۇڭيى دوختۇرخانىسىغا كېلىدۇ.

جۇڭيى دوختۇرخانىسىنىڭ دەرۋازىسى تاقىلىپ بولغانىدى. شياۋسۇي ئىشىكنى بىرھازا چەككەندىن كېيىن نۆۋەتچى دوختۇر چىقىپ، ئۇنى 2 ـ قەۋەتكە چىقىشقا بۇيرۇيدۇ. ئۇ 2 ـ قەۋەتتىكى نۆۋەتچىلىك بۆلۈمىنىڭ ئىشىكىنى ئېچىپ، تۆتەيلەننىڭ قارتا ئويناۋاتقانلىقىنى كۆرىدۇ. شياۋسۇي قولىنى ئۇلارغا ئۇزارتىدۇ. ئۇلارنىڭ بىرى بېشىنى بۇراپ، لەپپىدە بىر قاراپ قويغاندىن كېيىن، دەرھال: ‹ئوپېراتسىيە بۆلۈمىدە ئادەم يوق، ئۈسكۈنىلەرمۇ يوق، داۋالىيالمايمىز› دەيدۇ ـ دە، قارتا ئويناشقا چۈشۈپ كېتىدۇ ... »

318

شىياۋسۇي قالغان ئۈچ دوختۇرخانىدىنمۇ ئوخشاش مۇئامىلىگە ئۇچرايدۇ. تەپسىلىي خەۋەردە بۇ ئەھۋاللار ھەقىقىيلىق بىلەن بايان قىلىپ بېرىلگەن. قارىماققا مۇخبىر شىياۋسۇينىڭ يەتتە دوختۇرخانىدا يولۇققان سەرگۈزەشتىنى سەممىيلىك بىلەن قاتارىسىغا تىزىپ قويغاندەك بىلىنىدۇ. لېكىن، ئەسەرنى ئوقۇپ بولغاندىن كېيىن، ۋەقەلەر ئىچىگە تۈگۈلگەن روشەن مەنە ۋە مەقسەتنىڭ بارلىقىنى چوڭقۇر ھېس قىلىمىز. بۇ بىر بىمارنىڭ بېشىغا كەلگەن سەرگۈزەشت ئايرىم سەھىيە خادىملىرىدا خەلق ئۈچۈن خىزمەت قىلىش مەسئۇلىيەتچانلىق تۇيغۇسىنىڭ ئىنتايىن ئاجىزلاپ كەتكەنلىكىدەك ناچار ئىدىيەۋى ئىستىلنى چۈشەندۈرۈپ بەرمەمدۇ؟ تەنقىدىي ئاساستا يېزىلغان بۇ ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدە گەرچە ئاپتورنىڭ بىرەر جۈملە مۇھاكىمىسى بولمىسىمۇ، ئەمما كۈچلۈك ئىدىيەۋىلىككە ۋە تەسىرچانلىققا ئىگە قىلىنغان. دېمەك، ۋەقەنىڭ ئەھمىيىتى توغرىسىدا چوڭقۇر تونۇش ھاسىل قىلىش، ئۇنىڭ ماھىيىتىنى ئىگىلەش — روشەن بولغان مەركىزىي ئىدىيەنى تاۋلاپ چىقىپ، ئەسەرنى مۇئەييەن مەقسەتچانلىققا ئىگە قىلىشنىڭ ئاچقۇچى.

(2) ۋەقەنى بايان قىلىش مۇكەممەل، ئېنىق ۋە جانلىق بولۇشى كېرەك. ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدە توغرا ئىدىيەۋى كەيپىيات ئىپادىلەنگەندىن تاشقىرى، ۋەقە ئېنىق، مۇكەممەل ۋە جانلىق بايان قىلىپ بېرىلىشى كېرەك. مەيلى جەريانى مۇرەككەپ بولغان ۋەقە بولسۇن، مەيلى ئادەتتىكىچە ۋەقە بولسۇن، ئاپتور ئۇنى مەيلى تەپسىلىي بايان قىلسۇن، مەيلى ئىخچام بايان قىلسۇن، ئەسەردە ئاساسىي ۋەقەلىك جەريانى تولۇق ۋە ئېنىق تاپشۇرۇلۇشى لازىم. يەنى، ۋەقەنىڭ پەيدا بولۇشى، تەرەققىي قىلىشىدىكى سەۋەب - نەتىجىلىرى، ۋەقەگە مۇناسىۋەتلىك بولغان شەخسلەر، ئورۇن - ۋاقىت، مۇھىم قاتارلىقلار ئۇقۇرمەنلەردە روشەن بولغان چۈشەنچە ھاسىل قىلالىشى زۆرۈر.

ئەسەرنى ئوقۇغان كىشىدە يۇقىرىقى بىرەر نۇقتا توغرىسىدا گۇمان پەيدا بولۇپ قالماسلىقى كېرەك.

ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىنى يېزىشتا، ۋەقەنى ئېنىق، مۇكەممەل بايان قىلىشنىڭ ئۆزىلا كۇپايە قىلمايدۇ. ئەسەرنىڭ ئادەتتىكىچە ۋە زېرىكىشلىك بولۇپ قېلىشىدىن ساقلىنىش، ئوقۇرمەنلەردە چوڭقۇر تەسىرات پەيدا قىلىش ئۈچۈن، يەنە بايانىنىڭ جانلىق، جەلپ قىلارلىق بولۇشىغا ئەھمىيەت بېرىش كېرەك. بۇ مەقسەتكە يېتىشتە تۆۋەندىكى ئىككى نۇقتىغا دىققەت قىلىش كېرەك:

بىرىنچى، ۋەقەنىڭ يادروسىنى گەۋدىلەندۈرۈپ، تىپىك دېتاللارنى ياخشى يېزىش كېرەك. ئەگەر ۋەقەلىك بايانى تىپتىنچ ئېقىۋاتقان سۇغا ئوخشاش بولسا، ھەممە تەرىپى قالدۇرۇلماي يېزىلسا، مۇھىم نۇقتا بىلەن قوشۇمچە تەرەپنىڭ پەرقى بولمىسا، ئەسەر تولىمۇ زېرىكىشلىك نەرسىگە ئايلىنىپ قالىدۇ. شۇڭا، مۇخبىر ۋەقەنىڭ كونكرېت مەزمۇنىغا ئاساسەن نۇقتىلىق جايلىرىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىشى، تىپىك دېتاللارنى تەپسىلىي يېزىش بىلەن ئادەتتىكى جايلىرىنى ئىخچام يېزىشنى ياخشى بىرلەشتۈرۈشى كېرەك. مەسىلەن، «پەرزەنت ئەسكەرلەرنىڭ خۋاشەن يولىدا خەتەرگە يولۇققانلارنى قۇتقۇزۇشى» دېگەن تەپسىلىي خەۋەردە، 1983 ـ يىلى 1 ـ مايدا خۋاشەن تېغىنىڭ خەتەرلىك يولىدا يۈز بەرگەن كىشىنى چۆچۈتىدىغان ۋەقە تەسۋىرلەنگەن. تار ھەم تىك خۋاشەن يولىدا نەچچە يۈزلىگەن ساياھەتچى چىقىپ ـ چۈشۈۋاتقاندا، بىرنەچچەيلەن ئۆزىنى كونترول قىلالماي تۆۋەنگە غۇلاپ كېتىدۇ. نەچچە يۈز ئادەمنىڭ ھاياتى خەۋپ ئاستىدا قالغان جىددىي ھالەت شەكىللىنىدۇ. بۇ چاغدا 4 ـ ھەربىي مېدىتسىنا ئىنستىتۇتىنىڭ ئوقۇغۇچىلىرى جاڭ خۇانىڭ باشچىلىقىدا خەتەردىن قۇتقۇزۇش ھەرىكىتىگە ئاتلىنىپ، ئۆزلىرىنىڭ ھاياتى ۋە ئىسسىق قانلىرى ئارقىلىق نۇرغۇن ساياھەتچىلەرنى قۇتقۇزۇپ قالىدۇ. ئادەم ۋە ئىشلار

ناھايىتى كۆپ بولغان بۇ ۋەقە ئىچىدىن ئاپتور «چەنچىدۇڭ غارىدىن ساياھەتچىلەرنى قۇتقۇزۇش» ۋە «قوش پەرى كۆۋرۈكىدە كۆكرەك كېرىپ ئامىنى قوغداش» تىن ئىبارەت ۋەقەنىڭ ئىككى مۇھىم ھالقىسىنى نۇقتىلىق سۈرەتلەپ بېرىدۇ ھەمدە لى پۇ بىلەن ۋاڭ چاڭنىڭ ئىنژېنېر جى گودىڭنى قۇتۇلدۇرغانلىقى، ياڭ خەيتاۋ ۋە ۋېي لەنشىنلارنىڭ ھوشىدىن كەتكەن قىز چېن سۇڭلىڭنى قۇتۇلدۇرغانلىقىدىن ئىبارەت تەسىرلىك دېتالنى تەپسىلىي بايان قىلىپ بېرىدۇ. شۇنىڭ بىلەن پۈتۈن ۋەقە ھالقىسىمان تۇتاشتۇرۇلۇپ، يادروسى تولۇق گەۋدىلىنىدۇ. تەسىرلىك كۆرۈنۈش ئىچىدە شەخسلەر ئوبرازىمۇ، ئۇلارنىڭ ئالىيجاناب ئىدىيەسىمۇ يورۇتۇپ بېرىلىدۇ.

ئىككىنچى، ۋەقەدىكى ئاساسىي زىددىيەتنى تۇتقا قىلىپ يېزىش كېرەك. زىددىيەت ھەربىر شەيئىنىڭ تەرەققىيات جەريانىغا سىڭگەن بولىدۇ، شەيئىلەر تەرەققىياتىنىڭ تۈپكى سەۋەبى، ئۇلارنىڭ ئىچكى زىددىيىتىنىڭ نەتىجىسىدۇر. رېئال تۇرمۇشىمىزدىكى ھەر خىل ۋەقەلەرنىڭ كېلىپ چىقىشى ۋە تەرەققىياتىمۇ زىددىيەت كۈرىشىدىن ئايرىلالمايدۇ. ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىنى يېزىشتا، ئاپتورلار ئۆزى يازماقچى بولغان ۋەقەدىكى زىددىيەتلەرنى ئەستايىدىل تەھلىل قىلىش ئاساسىدا، ۋەقەدىكى زىددىيەتنىڭ پەيدا بولۇش، تەرەققىي قىلىش ۋە ئۆزگىرىش جەريانىنى چىڭ تۇتۇپ يازىدىغان بولسا، ئەسەرنى چوڭقۇر ئىدىيەۋىلىككە ئىگە قىلىپلا قالماستىن، ۋەقەلىك بايانىنى دولقۇنسىمانلىقتا، ئەگرى ـ توقايلىقتا ئىگە قىلىپ، مۇشتەرىلەرنى جەلپ قىلىش كۈچىنى ئاشۇرالايدۇ. مەسىلەن، مەملىكەت بويىچە مۇكاپاتلانغان «قانۇن ھېسسىياتقا بويسۇنمايدۇ» ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە تەيیۈەن شەھىرى چېڭبېي رايونلۇق تەپتىش مەھكىمىسىنىڭ گورۇھ تورلاپ ئوغرىلىق قىلىش چوڭ دېلوسىنى قاراپ چىقىش جەريانىدىكى ئەگرى ـ توقاي، مۇرەككەپ ۋەقەلەر يېزىلغان. دېلودىكى ئاساسلىق جىنايەتچىلەر كادىرلارنىڭ

پەرزەنتى بولغاچقا، تەپتىش خىزمىتى نۇرغۇن توسقۇنلۇقلارغا ئۇچرايدۇ. بەزىلەر ئارىغا ئادەم قويىدۇ، بەزىلەر پۇل ئارقىلىق گۇناھكارنى قۇتۇلدۇرۇپ قالماقچى بولىدۇ، بەزىلىرى ھەتتا تەپتىش خادىملىرىغا تۆھمەت چاپلاپ ھەيۋە قىلىدۇ. كىشىلەرنىڭ كۆڭلىدە «بۇ دېلونى زادى قانداق بىر تەرەپ قىلىدىكىن» دېگەن گۇمانلىق سوئال تۇغۇلىدۇ. لېكىن، تەپتىش خادىملىرى قەتئىي قانۇن بويىچە ئىش كۆرىدۇ. ئەسەر قانۇن بىلەن ھوقۇق ـ ئىمتىيازنىڭ كەسكىن ئېلىشىشىدىن ئىبارەت زىددىيەت تۈگۈنى بىلەن باشلىنىدۇ ھەم مۇشۇ زىددىيەت كۈرىشى جەريانىدا تەرەققىي قىلىدۇ، ئاخىر بەش ئاساسلىق جىنايەتچىگە ھۆكۈم ئېلان قىلىنىدۇ، قانۇن غەلىبە قىلىدۇ.

بۇ ئەسەردە ۋەقەدىكى ئاساسىي زىددىيەت تۇتۇپ يېزىلىپ، قاتلاممۇقاتلام ئىچكىرىلەپ كىرىپ، ھەرقايسى ھالقىلار مۇستەھكەم باغلىنىشقا ئىگە قىلىنغاچقا، ئەسەر مۇكەممەللىككە، ئۆزگىرىشچانلىققا، جانلىقلىققا ۋە كۈچلۈك جەلپكارلىققا ئىگە بولغان.

(3) ۋەقە بايانى جەريانىدا شەخسلەرنى ياخشى ئىپادىلەش كېرەك. ۋەقە تەپسىلىي خەۋىردە ۋەقە ئاساسىي ئورۇنغا قويۇلۇپ يېزىلىدۇ. لېكىن، ۋەقە ئادەمدىن ئايرىلالمايدۇ، ۋەقە ئادەم ئارقىلىق بارلىققا كېلىدۇ، ئادەم ئارقىلىق تەرەققىي قىلىدۇ. شۇڭا، ۋەقەنى يېزىش ئۈچۈن چوقۇم ئادەمنى يېزىشقا توغرا كېلىدۇ. بەزى ئاپتورلارنىڭ ئۆزى ئىگىلىگەن پاكىتنى شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر ئەمەس، بەلكى ۋەقە ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر قىلىپ يېزىشىدىكى سەۋەبمۇ، ۋەقەنىڭ مۇكەممەل، يىغىنچاق بولۇپ، ئۇنىڭغا مۇناسىۋەتلىك ئادەملەرنىڭ تارقاق ھەم بىرقەدەر كۆپ بولغانلىقىدا. شۇڭا، ۋەقە تەپسىلىي خەۋىردە ئادەم ۋەقەنىڭ پەيدا بولۇش، تەرەققىي قىلىش، ئاخىرلىشىش جەريانىغا قويۇپ يېزىلىدۇ. ئادەم بىر پۈتۈن ۋەقەنى ئىپادىلەش ئۈچۈن خىزمەت قىلىدۇ.

بۇنىڭ ئۈچۈن ئالدى بىلەن ئادەمنى ياخشى تاللاش، يەنى ۋەقە بىلەن زىچ مۇناسىۋەتكە ئىگە، ۋەقەنىڭ ئىدىيەۋى ئەھمىيىتىنى چوڭقۇر گەۋدىلەندۈرۈپ بېرەلەيدىغان تىپىك شەخسلەرنى تاللاپ يېزىش كېرەك. بەزى ۋەقەلەرگە چېتىلىدىغان ئادەملەر ناھايىتى كۆپ بولىدۇ، روشەنكى، ئۇلارنىڭ ھەممىسىنى تەپسىلىي خەۋەرگە كىرگۈزۈش مۇمكىن ئەمەس ھەم ئۇنداق قىلىشنىڭ ھاجىتىمۇ يوق، پەقەت ئايرىم شەخسلەرلا يېزىلىدىغان بولسا، ۋەقەنىڭ ئەھمىيىتى ۋە كۆلىمىنى تولۇق ئىپادىلەپ بېرىش مۇمكىن بولماي قالىدۇ. شۇڭا، ۋەقەنىڭ مۇكەممەل ئەكس ئەتكۈزۈلۈشى ئۈچۈن، ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدە يېزىلغان شەخسلەر دائىم دېگۈدەك «كوللېكتىپ ئوبراز» سۈپىتىدە ئوتتۇرىغا چىقىدۇ، ئۇلار ۋەقە بىلەن زىچ مۇناسىۋەتتە بولىدۇ ھەم ۋەقەنىڭ ئەھمىيىتىنى ئوخشاش بولمىغان نۇقتىلاردىن تولۇقلاپ گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىدۇ.

بىز «كوللېكتىپ ئوبراز» يارىتىلىدىغان شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرنىڭ بولىدىغانلىقىنى بايان قىلىپ ئۆتكەندۇق. بىز بۇ يەردە دەۋاتقان ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدىكى «كوللېكتىپ ئوبراز» بىلەن شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردىكى «كوللېكتىپ ئوبراز» ئوخشىمايدۇ. شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردىكى كوللېكتىپ ئوبراز كۆپىنچە بىر پۈتۈن گەۋدە سۈپىتىدە ئوتتۇرىغا چىقىدۇ. ئاپتور ئۇنىڭدا بىرقانچە شەخسنىڭ ئىش ئىزلىرىنى تەسۋىرلەپ، ھەربىر شەخسنىڭ مەلۇم بىر تەرىپىنىلا يېزىش ئارقىلىق ئىدىيە، ھەرىكەت، ئىستىل جەھەتتىن ئومۇمەن بىرلىككە كەلگەن كوللېكتىپ ئوبرازنى گەۋدىلەندۈرىدۇ. بۇ شەخسلەر ئوخشاش بىر ۋەقە ئۈستىگە قويۇلمايدۇ.

ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدىكى كوللېكتىپ ئوبراز بولسا، ئېنىق بىر ۋەقەنى چۆرىدىگەن ئاساستا مەيدانغا چىقىدۇ. ئۇلار بىر ئورۇننىڭ ئادەملىرى بولۇشى ياكى بىر ئورۇننىڭ ئادەملىرى

بولماسلىقى مۇمكىن. ئۆزئارا تونۇشۇشى ھەم تونۇشماسلىقىمۇ مۇمكىن. شۇنداقتىمۇ، ئۇلار تارماق ھالەتتە تۇرۇپ، ۋەقەنىڭ باشلىنىش، تەرەققىي قىلىش، ئاخىرلىشىشىدىن ئىبارەت ئوخشاش بولمىغان باسقۇچلىرى ۋە ھالقىلىرىدا ئۆز رولىنى كۆرسىتىدۇ.

ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدە ئادەمنى ئىپادىلەشتە شەخسلەرنىڭ ۋەقە تەرەققىياتى جەريانىدىكى ئالاھىدىلىككە ئىگە ئىش ئىزلىرى ۋە رولى ئارقىلىق ئۇلارنى ئىخچام، يىغىنچاق قىلىپ تەسۋىرلەپ بېرىشكە دىققەت قىلىش كېرەك. ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدە ئادەمنىڭ يېزىلىشى ئىپادىلەش ئۇسۇلى جەھەتتىن باشقا خىلدىكى تەپسىلىي خەۋەرلەر بىلەن ئاساسەن ئوخشىشىدۇ، يەنى شەخسلەر ئۆزلىرىنىڭ ھەرىكىتى ۋە تىلى ئارقىلىق سۈرەتلىنىدۇ. لېكىن، ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدە ئادەم ئەمەس، بەلكى ۋەقە مەركەز ۋە ئاساس قىلىنىدىغان بولغاچقا، شەخسلەرنى بىر يۈرۈش ماتېرىياللار ئارقىلىق ئەتراپلىق، ئىنچىكە سۈرەتلەشكە بولمايدۇ. پەقەت ۋەقە تەرەققىياتى جەريانىدىكى بىر - ئىككى ئالاھىدە تەرىپى تۇتۇۋېلىنىپلا، نېگىزلىك سۈرەتلەپ بېرىلسە بولىدۇ. مەسىلەن، «لىن بياۋ ئەكسىلئىنقىلابىي سىياسىي ئۆزگىرىشنىڭ بەربات بولۇشى» دېگەن تەپسىلىي خەۋەرنىڭ تۆۋەندىكى قۇرلىرىغا قاراپ باقايلى:

«لىن بياۋ قاتارلىق بىر ئوچۇم كىشىلەرنىڭ لۇشەن يىغىنىدا قوزغىغان ئەكسىلئىنقىلابىي ھوقۇق تارتىۋېلىش رەزىل ئويۇنى پەقەت ئىككى يېرىم كۈنلا داۋام قىلالىدى.

6 - سېنتەبىر 9 - نۆۋەتلىك 2 - ئومۇمىي يىغىن ئاخىرلاشقاندا، مەركىزىي كومىتېت چېن بودا ئۈستىدىن تەكشۈرۈش ئېلىپ بېرىشنى ئېلان قىلدى. چىرايى تامدەك تاتىرىپ كەتكەن لىن بياۋ تاغ ئارىسىدىكى داچىدا تاقىر بېشىنى كۈنبويى ساڭگىلىتىپ يۈرەتتى. بىر مەزگىل غالجىرلىشىپ

كەتكەن يې چۈنمۇ سالپىيىپ، يىغلامسىراپ قالغانىدى. پەيلى بۇزۇلغان لىن لىگو: «مانا، كەشمىز ئاسمانغا بولدى، راسا نەس باستى! بۇ ئىشنىڭ ھەممىسىنى ھېلىقى مۇدىر (يې چۈن) دېگەن بىشەم قىلدى. ئۇ ئۆزىچە مەنمەنلىك تالىشىپ، قارىىغا قوماندانلىق قىلدى»، دەپ زارلىناتتى.

لېكىن، لىن بياۋ مەغلۇبىيەتكە تەن بەرمىدى. ئۇ تاغدىكى چاغدا ۋۇ فاشيەنگە مۇنداق دېدى: «قەلەم بىلەن تەڭ كېلەلمىسەك، ئەلەمگە تۇتۇش قىلايلى».

7 ـ سېنتەبىر لىن بياۋ يې چۈننى ئېلىپ لۇشەندىن يېنىپ چۈشتى. خۇاڭ يۇڭشېڭ، ۋۇ فاشيەن، لى زوپېڭ، چيۇ خۇيزۇ قاتارلىقلار جيۇجاڭ ئايرودرومىغا كېلىپ لىن بياۋنى ئۇزىتىپ قويدى ھەم يې چۈننىڭ رېژىسسورلۇقىدا لىن بياۋنى چۆرىدەپ ئايروپىلان ئىچىدىلا خاتىرە سۈرەتكە چۈشتى. ئاندىن قەسەمياد قىلىشتى. لىن لىگو لۇشەن يولىدا ماشىنىنى ھەيدەپ كېلىۋېتىپ 7431 ـ قىسىمنىڭ سىياسىي كومىسسارى ۋاڭ ۋېيگو بىلەن 7350 ـ قىسىمنىڭ سىياسىي كومىسسارى چېن لىيۇنگە مۇنداق دېدى: «قارىغاندا، بۇ كۈرەش خېلى ئۇزاق بولىدىغان ئوخشايدۇ»، «بىز ئارمىيەنى تۇتۇپ، ئىش قىلىشقا تەييارلىق كۆرەيلى»».

بۇ 1970 ـ يىلى مەركەزنىڭ لۇشەن تېغىدا ئاچقان يىغىنىدا لىن بياۋ قاتارلىقلارنىڭ ھوقۇق تارتىۋېلىش سۇيىقەستى بەربات بولغاندىن كېيىن، قورallلىق سىياسىي ئۆزگىرىش قىلىشنى پىلانلىغانلىقى توغرىسىدىكى بايان بولۇپ، بۇ ۋەقەلىك بايانى جەريانىدا شەخسلەرنىڭ ئوبرازى، خاراكتېرى ئىنتايىن ئىخچام ۋە ئۇنۇملۇك تەسۋىرلەپ بېرىلگەن. ۋەقە بىلەن ئادەمنىڭ مۇناسىۋىتىمۇ مۇۋاپىق بىر تەرەپ قىلىنغان. ئادەم بىلەن ۋەقە ئايرىۋېتىلمىگەن. شۇنداقلا، ۋەقەنى گەۋدىلەندۈرۈش ئاساسىدا، شەخسلەرنىڭ رولىمۇ ئېتىبارغا ئېلىنىپ، ۋەقەنىڭ ئادەم

ئارقىلىق بارلىققا كېلىدىغانلىقى، ئادەم ئارقىلىق تەرەققىي قىلىدىغانلىقى ھەقىقىيلىق، چىنلىق بىلەن گەۋدىلەندۈرۈلگەن.

سەككىزىنچى پاراگراف خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرى ۋە ئۇنىڭ يېزىلىشى

ئاخبارات خەۋەرچىلىكىدە سوتسىيالىستىك ئاخباراتچىلىقىمىزغا خاس بولغان بىر خىل تەپسىلىي خەۋەر شەكلى بار. ئۇ بولسىمۇ تەجرىبە ۋە مەسىلىلەر يېزىلىدىغان خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرى. خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىدە مەلۇم بىر رايون، مەلۇم بىر ئورۇننىڭ پارتىيەنىڭ تۈرلۈك فاكجېن ـ سىياسەتلىرىنى ئىزچىللاشتۇرۇش جەريانىدىكى ئەمەلىي خىزمەتلىرى مۇھىم خەۋەر قىلىش ئوبيېكتى قىلىنىدۇ. ئۇنىڭدا ئاساسلىقى ئىلغار، تىپىك خىزمەت تەجرىبىلىرى ياكى ئومۇمىيۈزلۈك ئەھمىيەتكە ئىگە كەسپىي تەجرىبىلەر تونۇشتۇرۇلىدۇ، نۆۋەتتىكى ئەمەلىي خىزمەتلەردە ساقلىنىۋاتقان مەلۇم بىر مۇھىم مەسىلە ئوتتۇرىغا قويۇلىدۇ ھەم مۇھاكىمە قىلىنىدۇ. خىزمەت ئىستىلى، ئىدىيەۋى مەسىلىلەرنى ئۆز ئىچىگە ئالغان تىپىك پاكىتلار بايان قىلىنىپ، مۇلاھىزە قىلىنىدۇ. خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىنىڭ مۇتلەق كۆپ قىسمىدا ئىلغار تەجرىبىلەر تونۇشتۇرۇلىدۇ ھەم كېڭەيتىلىدۇ، گاھىدا ئەمەلىي خىزمەتلەردە ساقلىنىۋاتقان مەسىلىلەر تەنقىدلىنىدۇ ياكى ئەمەلىي خىزمەتلەردە بارلىققا كەلگەن بەزى يېڭى نۇقتىلار تەتقىق قىلىنىدۇ.

خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرى مۇستەقىل ئاخبارات ژانىرى بولۇش سۈپىتى بىلەن باشقا تۈردىكى ئەسەرلەردىن پەرقلىق ئالاھىدىلىكلەرگە ئىگە.

بىرىنچى، خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىدە كۆپىنچە مەلۇم بىر يېڭى تەجرىبە تونۇشتۇرۇلۇپ، مەلۇم بىر يېڭى ئەھۋال، يېڭى

مەسىلە مۇھاكىمە قىلىنىدىغان بولغاچقا، ئۇنىڭدا مۇئەييەن ئوبزور خاراكتېرلىك تەھلىل بولىدۇ، گاھىدا نەزەرىيەۋى جەھەتتىن ئىسپاتلاش ئېلىپ بېرىلىدۇ. شۇڭلاشقا، خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرى بەلگىلىك نەزەرىيەۋى تۈس ئالغان بولىدۇ. لېكىن، ئۇ نەزەرىيەۋى ئاساسلار ئارقىلىق نۇقتىئىنەزەرنى ئىسپاتلايدىغان نەزەرىيەۋى ماقالىنىڭ ئۆزى ئەمەس. ئۇ پاكىتنى ئاساس قىلىدىغان ئاخبارات ژانىرى بولغانلىقى ئۈچۈن، بايان، مۇھاكىمىلەرنىڭ ھەممىسى كونكرېت پاكىتنى ئۆزىنىڭ خام ئەشياسى قىلىدۇ، شۇنداقلا مۇخبىرنىڭ نەق مەيداندىكى زىيارەت پائالىيەتلىرىمۇ ئەسەرگە سىڭدۈرۈلىدۇ. بۇ خىل روشەن مۇھاكىمىلىك تۈس ۋە ئاخباراتچىلىق خاراكتېرى ئۇنىڭ باشقا ئاخبارات ژانىرلىرى ۋە نەزەرىيەۋى ماقالىلەردىن پەرقلىنىپ تۇرىدىغان ئالاھىدىلىكىنى كۆرسىتىپ بېرىدۇ.

ئىككىنچى، خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرى مەزمۇن ئالاھىدىلىكى جەھەتتىن خىزمەت خۇلاسىسى بىلەن ئوخشىشىپ كېتىدۇ. لېكىن، ئۇنىڭ مۇشتەرىلەر ئوبيېكتى خىزمەت خۇلاسىسى بىلەن ئوخشاش بولمىغاچقا، يېزىلىش جەھەتتىكى تەلەپىمۇ پەرقلىق بولىدۇ. خىزمەت خۇلاسىسى ئادەتتە مۇناسىۋەتلىك رەھبىرىي ئورۇنلار ۋە ئۆز ئورنى، ئۆز ساھەسىدىكى كىشىلەرنىڭ كۆرۈشى ئۈچۈن يېزىلىدۇ. ئۇ مەزمۇن جەھەتتىن بىرقەدەر تولۇق، ئەتراپلىق، مۇكەممەل بولىدۇ، مەلۇم بىر ئورۇننىڭ بىر مەزگىل ئىچىدىكى خىزمىتى، كونكرېت چارە - تەدبىرلىرى، نەتىجىسى، تەجرىبە - ساۋاقلىرى، بۇرۇنقى ھالىتى ۋە ھازىرقى تەرەققىيات دەرىجىسى قاتارلىقلار ئومۇمىيۈزلۈك يەكۈنلىنىدۇ. خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىنى بولسا بۇنداق يېزىشقا بولمايدۇ. ئۇنىڭدا ئالاھىدىلىك تۇتۇلىدۇ، ماتېرىيال تاللىغاندا يېڭى مەسىلە، يېڭى چارە - تەدبىرلەر سۈزۈۋېلىنىپ، «يېڭى» بولۇش ھەقىقىي يوسۇندا گەۋدىلەندۈرۈلىدۇ. خىزمەت داۋامىدىكى ئادەتتىكى جەريان، ئادەتتىكى ھادىسىلەر نەزەردىن ساقىت قىلىنىپ، ئەڭ

327

ئەھمىيەتلىك، گەۋدىلىك بولغان مەزمۇنلار تاللاپ يېزىلىدۇ. ئىپادىلەش جەھەتتە خىزمەت خۇلاسىسىدە ئومۇملاشتۇرۇش خاراكتېرىدىكى تىل كۆپرەك ئىشلىتىلىدۇ، خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىدە بولسا جانلىق تەپسىلاتلار، ئوبرازلىق تەسۋىرلەر ۋە نېگىزلىك مۇھاكىمىلەر ئەركىن، بەھۇزۇر قوللىنىلىدۇ.

ئۈچىنچى، خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرى يېقىندا يۈز بەرگەن ئاخباراتلىق پاكىتلارنى تەپسىلىي، جانلىق ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىدىغانلىقى بىلەن ئادەتتىكى تەپسىلىي خەۋەرلىك ئالاھىدىلىكىنى ھازىرلىسا، خىزمەتتىكى تەجرىبە ۋە مەسىلىلەرنى نۇقتىلىق ئەكس ئەتكۈزىدىغانلىقى بىلەن ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىكتە خاراكتېرلىنىدۇ. يەنى، ئۇ خەۋەر قىلىشتىكى كونكرېت ئوبيېكتى، يېزىقچىلىق ئۇسۇلىنىڭ كونكرېت قوللىنىلىشى جەھەتلەردە باشقا تەپسىلىي خەۋەر ژانىرلىرىدىن پەرقلىنىدۇ. مەسىلەن، شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەردىمۇ شەخسلەرنىڭ خىزمىتىگە ئائىت ئەھۋاللار يېزىلىدۇ، لېكىن ئۇ تەجرىبە ـ ساۋاق قىلىنىدىغان، يېتەكچى ئورۇندا تۇرىدىغان مەسىلە قاتارىدا ئوتتۇرىغا قويۇلمايدۇ، بەلكى ئۇ شەخسنىڭ ئىش ئىزلىرىنىڭ مەلۇم بىر تەرىپى سۈپىتىدە يېزىلىپ، شەخسنىڭ ئىدىيەۋى خاراكتېرىنى ئېچىپ بېرىش ئۈچۈن خىزمەت قىلدۇرۇلىدۇ. ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدىمۇ خىزمەت ئەھۋالى يېزىلىدۇ، لېكىن ئۇ ۋەقەلىك جەريانى سۈپىتىدىلا يېزىلىپ، قانۇنىيەتلىك مەسىلە قاتارىدا ئوتتۇرىغا قويۇلمايدۇ ھەم مۇھاكىمە قىلىنمايدۇ. خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىدە بولسا ئەمەلىي خىزمەت جەريانىدىكى يېتەكچى ئىدىيە، پوزىتسىيە، پىلان، شەكىل ۋە ئۇسۇل قاتارلىق كونكرېت تەدبىر ۋە ھادىسىلەر ئۈستىدە تەھلىل ۋە مۇھاكىمە ئېلىپ بېرىلىپ، تەجرىبە ۋە مەسىلىلەر كۆرسىتىپ بېرىلىدۇ، جانلىق خەۋەر قىلىش ئاساسىدا پاكىت قويۇلۇپ، قائىدە سۆزلىنىدۇ.

تۆۋەندە خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىنى يېزىشتىكى ئاساسىي

تەلەپلەر ئۈستىدە توختىلىمىز:

1. يېڭى تەجرىبە، مۇھىم مەسىلىلەرنى تىرىشىپ ئەكس ئەتكۈزۈش كېرەك.

بىر پارچە خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىنىڭ ياخشى - يامانلىقىغا باھا بېرىشتە ئالدى بىلەن ئۇنىڭدا نۆۋەتتىكى ئەمەلىي خىزمەتلەردە يېتەكچىلىك رولىغا ئىگە ۋە ئومۇمىيۈزلۈك ئەھمىيەتكە ئىگە يېڭى تەجرىبىنىڭ ئەكس ئەتكۈزۈلگەن - ئەتكۈزۈلمىگەنلىكىگە، شۇنداقلا ئەمەلىي خىزمەتلەردە جىددىي ھەل قىلىشقا تېگىشلىك مەسىلىلەرنىڭ ئوتتۇرىغا قويۇلغان - قويۇلمىغانلىقىغا قاراش كېرەك. بۇنىڭ ئۈچۈن، مۇخبىرلار ئەمەلىيەتكە چوڭقۇر چۆكۈپ، ھەرقايسى ئورۇنلارنىڭ خىزمىتىدىكى كونكرېت ئەھۋالى، خەلق ئاممىسىنىڭ ئىدىيە ۋە تۇرمۇش ھالىتى ھەم پارتىيەنىڭ نۆۋەتتىكى مەركىزىي خىزمىتىنى چىقىش قىلىپ، يېتەكچىلىك ئەھمىيەتكە ئىگە شەيئىلەرنى سەزگۈرلۈك بىلەن دەل ۋاقتىدا تۇتۇپ ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىشى لازىم.

مەسىلەن، 1982 - يىلى مەملىكەت بويىچە مۇنەۋۋەر ئەسەرلەر قاتارىدا باھالىنىپ كۈچلۈك تەسىر قوزغىغان «ياغاچچىلىق 5 - زاۋۇتى قۇتۇلدۇرۇپ قېلىندى» دېگەن تەپسىلىي خەۋەر كۈچلۈك قاراتمىلىققا ئىگە بولۇپ، ئۇنىڭدا ئومۇمىيۈزلۈك ئەھمىيەتكە ئىگە بولغان «كونا ئۆتكۈزۈشنىلا بىلىپ، ئەمەلىي ئىش قىلمايدىغان رەھبىرىي كادىرلارنى قانداق قىلىش كېرەك؟» دېگەن مەسىلىگە دەل ۋاقتىدا جاۋاب بېرىلگەن. بۇ ئەسەردە بىر ئورۇننىڭ قالاق قىياپىتىنى ئۆزگەرتىشكە كۈچى يەتمەيدىغان رەھبىرىي كادىرلارنى كەسكىن ھالدا ۋەزىپىسىدىن قالدۇرۇپ، يېڭى ۋەزىيەت يارىتالايدىغان كادىرلارنى رەھبەرلىك ئورنىغا قويۇش كېرەك، دېگەندىن ئىبارەت بىر ياخشى چارە تونۇشتۇرۇلغان.

يۇقىرىقى مىسالدىن شۇنى كۆرۈۋېلىشقا بولىدۇكى، خىزمەت

تەپسىلىي خەۋەرنى ياخشى يېزىشتا مۇخبىر ئومۇمىي ۋەزىيەت نۇقتىسىدا تۇرۇپ، ئىقتىسادىي تەرەققىيات جەريانىدىكى رېئال ئەھمىيەتكە ئىگە يېڭى مەسىلە، يېڭى تىپلارنى بايقاشقا، ئىلغار تەجرىبىلەرنى يەكۈنلەشكە ماھىر بولۇشى، نېمىگە قارشى تۇرۇپ، نېمىنى تەشەببۇس قىلىشتا بايرىقى روشەن بولۇشى لازىم. شۇنداق بولغاندىلا ئەسەرنى ھەقىقىي يېتەكچىلىك ئەھمىيىتىگە ئىگە قىلغىلى، كۈچلۈك ئىجتىمائىي تەسىر پەيدا قىلغىلى بولىدۇ.

2. ئوقۇرمەنلەرنىڭ ئومۇمىيۈزلۈك قىزىقىشىنى قوزغىيالايدىغان بولۇشى كېرەك.

خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىدە ئىقتىسادىي قۇرۇلۇشنى مەركەز قىلغان ئىككى مەدەنىيەت قۇرۇلۇشى جەريانىدىكى يېڭى تەجرىبە، يېڭى مەسىلىلەر مۇھىم خەۋەر قىلىش ئوبيېكتى قىلىنىدۇ. ئۇنى يېزىشتا ئومۇمىيۈزلۈك قىزىقىشنى قولغا كەلتۈرۈش ئۈچۈن، ھەرقايسى ساھە ۋە ھەرقايسى قاتلام ئوقۇرمەنلىرىنىڭ تەلىپى ھەم ئېھتىياجى تەڭ ئېتىبارغا ئېلىنىشى لازىم. يەنى، ئىشلەپچىقىرىش تارماقلىرىنىڭ، سېتىش ئورۇنلىرىنىڭ، ئىستېمالچىلارنىڭ، ئىقتىسادىي نەزەرىيە تەتقىقاتچىلىرىنىڭ ئېھتىياج - تەلەپلىرى ئويلىنىلىشى، ئۇنىڭدىكى مەسىلىلەرگە زاۋۇت باشلىقلىرىمۇ، دىرېكتورلارمۇ، پارتكوم شۇجىلىرىمۇ، تېخنىك خادىملارمۇ، ئىشچىلارمۇ، دېھقانلارمۇ ئورتاق كۆڭۈل بۆلىدىغان بولۇشى لازىم.

مىللىي ئاخباراتچىلىقىمىزدا يېزىلىۋاتقان خىزمەت توغرىسىدىكى بىرمۇنچە تەپسىلىي خەۋەرلەرنى ئوقۇرمەنلەر قىزىقىش بىلەن ئوقۇمايۋاتىدۇ. بۇنىڭدىكى مۇھىم سەۋەب، ئوقۇرمەنلەر بۇ تەپسىلىي خەۋەرلەردە يېزىلغان مەزمۇنلارنى ئۆزلىرىگە مۇناسىۋەتسىز دەپ قارايدۇ. چۈنكى، بۇ ئەسەرلەرنىڭ كۆپىنچىسىدە رەھبىرىي كادىرلارلا نەزەردە تۇتۇلۇپ، رەھبەرلىكنىڭ خىزمەتنى قانداق ئىشلىگەنلىكى، قانداق

نەتىجىلەرنى قولغا كەلتۈرگەنلىكى، قانداق تەجرىبە ھاسىل قىلغانلىقىنى يېزىلغان. شۇنداقلا، بۇ ئەسەرلەر ھۆججەت تۈسىنى ئالغان بولۇپ، قۇرۇق، زېرىكىشلىك، ئىپادىلەش شەكلىمۇ يېڭىچە ئەمەس. بۇنىڭدىن ساقلىنىش ئۈچۈن، يۇقىرىدا كۆرسىتىلگەندەك ئوقۇرمەنلەرنىڭ ئورتاق قىزىقىشى نەزەرگە ئېلىنىپ، خەلق ئاممىسىنىڭ تۇرمۇشى بىلەن زىچ مۇناسىۋەتلىك بولغان تېمىلار تاللاپ تۇتۇلۇشى لازىم.

يۇسۇپجان ئەخمىدى يازغان «چۇقان سال، ئەي بىپايان زېمىن» ناملىق تەپسىلىي خەۋەر ئىپادىلەش شەكلى جەھەتتىن ئۆزگىچە جانلىق بولغاندىن باشقا، ئۇنىڭدا ئوقۇرمەنلەرنىڭ ئورتاق قىزىقىشىنى قوزغايدىغان يېڭى بىر مەسىلە تۇتۇلغان. توقسۇن ناھىيەسى يېزا ـ بازار كارخانىلىرىنى تەرەققىي قىلدۇرۇشتا ئىختىساس ئىگىلىرىنى ئالاھىدە ئېتىبار بىلەن تەكلىپ قىلىپ ئەتىۋارلاپ ئىشلىتىدۇ. بۇنىڭ نەتىجىسىدە كوللېكتىپمۇ، شەخسمۇ، ئىشچىلارمۇ، دېھقانلارمۇ بىردەك مەنپەئەتكە ئېرىشىدۇ. مانا بۇ رەھبەرلىكنىڭمۇ، ئاممىنىڭمۇ، تېخنىك خادىملارنىڭمۇ دىققىتىنى قوزغايدىغان مۇھىم مەسىلە.

3. تېپىك، جانلىق بولغان بىرىنچى قول ماتېرىيالنى ئىشلىتىشكە ئەھمىيەت بېرىش كېرەك.

مىللىي ئاخباراتچىلىقىمىزدا نەق مەيدانغا بارماي ماتېرىيالغىلا تايىنىۋېلىشتەك ناچار ئەھۋالنىڭ بىر خىل كەسپىي كېسەللىككە ئايلىنىپ قېلىشى تۈپەيلىدىن، خىزمەت تەپسىلىي خەۋەرلىرىمىزنىڭ قۇرغاق، جانسىز بولۇپ قېلىشى ئەستايىدىل ئويلىنىشقا تېگىشلىك مۇھىم بىر مەسىلە بولۇپ قالدى.

بىرمۇنچە ئاپتورلار زىيارەت قىلغان ئورۇندىن ئېرىشكەن خىزمەت خۇلاسىسى، ئەھۋالدىن ئىنكاس دېگەنگە ئوخشاش تەييار ماتېرىيال بىلەن قانائەت ھاسىل قىلىدۇ، ئىمكانىيەت يار بەرگەن ئەھۋال ئاستىدىمۇ نەق مەيدانغا بېرىپ كۆزىتىش ئېلىپ بېرىپ،

ئۆز قولى، ئۆز كۆزى بىلەن ھەقىقىي جانلىق پاكىتلارنى ئىگىلەشكە ئېتىبارسىز قارايدۇ. دوكلات تۇسىنى ئالغان ماتېرىياللارنىڭ قاش ــ كىرپىكىنى ئانچە ــ مۇنچە ياساپلا تەپسىلىي خەۋەر قىلىپ قۇراشتۇرۇپ چىقىدۇ. نەتىجىدە ئۇ ئابستراكتلاشقان، ئۇقۇملاشقان زېرىكىشلىك بىر نەرسىگە ئايلىنىپ قالىدۇ.

بۇنداق ئىللەتتىن قۇتۇلۇشنىڭ بىردىنبىر يولى ــ ئىچكىرىلەپ مۇخبىرلىق قىلىش، ئاپتورنىڭ ئۆز كۆزى بىلەن كۆرگەن، ئۆز قۇلىقى بىلەن ئاڭلىغان جانلىق، تىپىك بىرىنچى قول ماتېرىياللىرىنى كىرىشتۈرۈپ ئىشلىتىشتىن ئىبارەت. «قايچا، گەزدىن باشلانغان ھېكايە»[1] ناملىق تەپسىلىي خەۋەرمۇ ئاساسەن بىرىنچى قول ماتېرىياللار ئاساسىدا يېزىلغاچقا، بىرقەدەر زور جەلپ قىلىش كۈچىگە ئىگە بولغان. تۆۋەندىكى مىسالنى كۆرۈپ باقايلى:

«مەن قىزىلتاغ سودا سارىيىنىڭ 4 ــ قەۋىتىدە كۆرگەزمە قىلىپ سېتىلىۋاتقان كىيىملەرنى كۆرۈپ ئايلىنىپ يۈرەتتىم. يىگىرمە ئۈچ ــ يىگىرمە تۆت ياشلار چامىسىدىكى كېلىشكەن بىر ئۇيغۇر يىگىتكە توساتتىن كۆزۈم چۈشۈپ قالدى. ئۇ كىيىملەر ئارىسىدىن يېڭىچە پاسوندا تىكىلگەن ياقىسى ئۆزۈن بىر كاستۇمنى ئېلىپ كىيدى، شىمىنى بويىغا بىر قۇر ئۆلچەپ ئۆزىگە ماس كەلگەندىن كېيىن تولىمۇ مەمنۇن بولدى ــ دە، پۇلنى تۆلەپ خۇشال ھالدا چىقىپ كەتتى ... بۇنى كۆرۈپ ئويلىنىپ قالدىم، ھەرقانداق كىشى ئۆزىگە يارىشىملىق بىرقۇر كىيىم كىيگەندە تولىمۇ خۇشال بولىدۇ. لېكىن، ئۇلار مۇشۇ چىرايلىق كىيىملەرنى لايىھەلەش، تىكىش يولىدا ئۆزلىرىنىڭ يۈرەك قېنىنى سەرپ قىلىۋاتقان ئۇستىلارنى ئەسكە

---

[1] «شىنجاڭ گېزىتى»، 1992 ــ يىل 26 ــ مارت سانى.

ئېلىشامدىغاندۇ؟»

ئەسەردە نەق مەيداندىن ئېلىنغان بىرىنچى قول ماتېرىيال ئىشلىتىلگەندە، نۇرغۇن مەسىلىلەرگە شۇ پاكىتلارنىڭ ئۆزىلا جاۋاب بېرىدۇ، ئاپتورنىڭ چۈشەندۈرۈشى، ئىزاھلىشى ھاجەت بولمايدۇ، ئەسەر باشقىچە جانلىنىدۇ، تېخىمۇ مۇھىمى، ئەسەرنىڭ چىنلىق دەرىجىسى ئاشىدۇ. بۇنداق مەقسەتكە يېتىش ئۈچۈن ئاپتور جاپالىق ئەجىر سىڭدۈرۈشى لازىم.

4. پاكىت بىلەن مۇھاكىمىنى بىرلەشتۈرۈپ، ئەسەر مەزمۇنىنى چوڭقۇرلاشتۇرۇش كېرەك.

مۇئەييەن ئوبزور تۇسىگە ئىگە بولۇش خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىنىڭ روشەن ئالاھىدىلىكىنىڭ بىرى. شۇڭا، ئۇنى يېزىشتا پاكىتلارنى بايان قىلىش بىلەن بىللە چوڭقۇر، ئىنچىكە تەھلىل قىلىش، مۇۋاپىق مۇھاكىمە يۈرگۈزۈش، قائىدە سۆزلەش ئارقىلىق توغرا يەكۈن چىقىرىش كېرەك. شۇنداق قىلغاندىلا ئەسەرنىڭ ئىدىيەۋى مەزمۇنىنى چوڭقۇرلاشتۇرۇپ، قايىل قىلىش كۈچىنى ئاشۇرغىلى، يېتەكچىلىك رولىنى تولۇق جارى قىلدۇرغىلى بولىدۇ.

خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىدىكى تەھلىل ۋە مۇھاكىمە ئىككى خىل شەكىلدە ئېلىپ بېرىلىدۇ. بىرى، خەۋەردىكى شەخسنىڭ مۇستەقىل پىكرى ئۆز تىلى ئارقىلىق بېرىلىدۇ. يەنە بىرى، پاكىتلارنى بايان قىلىش ئاساسىدا ئاپتورنىڭ نىگىزلىك تەھلىلى ئوتتۇرىغا قويۇلىدۇ. مەسىلەن، «قايچا، گەزدىن باشلانغان ھېكايە» ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە، ئاپتور مۇھاكىمىنى مۇخبىر بىلەن زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ سۆھبىتىنى ئەينەن خاتىرىلەش ئۇسۇلى ئارقىلىق مۇنداق بېرىدۇ:

«مۇخبىر: ئىسلاھات ـ ئېچىۋېتىشنىڭ تۈرتكىسى بىلەن ئاپتونوم رايونىمىزدىكى ھەر مىللەت خەلقىنىڭ ماددىي تۇرمۇش

سەۋىيەسى ئۆستى. بۇنىڭ بىلەن كىشىلەر كىيىنىشتە ‹مەدەنىيەت ئىنقىلابى›، دىكىگە ئوخشاش بىر خىللىقتىن مودا قوغلىشىشقا ئۆتتى. بۇ ئەھۋال سىلەرگە قانداق تەسىر كۆرسەتتى؟

ھوشۇر ئەيسا: ھازىرقى زامان كىيىم - كېچەك سەنئىتىنىڭ ۋە كىيىم مودىلىرىنىڭ تەرەققىياتى كىشىنى ھەيران قالدۇرغۇدەك دەرىجىدە تېزلىشىۋاتىدۇ. ئاپتونوم رايونىمىز كىيىم - كېچەك سەنئىتىنىڭ ئەھۋالى فىرانسىيەدەك ياۋروپا ئەللىرى بىلەن دېڭىز بويىدىكى تەرەققىي قىلغان ئۆلكىلەرنىڭ ئەھۋالىغا ئانچە ئوخشاپ كەتمىسىمۇ، لېكىن كىشىلەرنىڭ يېڭى كىيىم مودىلىرىغا بولغان ئېھتىياجى بۇرۇنقىدىن نەچچە ھەسسە ئېشىپ كەتتى. بولۇپمۇ ياشلارنىڭ يېڭى كىيىم مودىلىرىغا بولغان تەلىپى ناھايىتى كۈچلۈك. ئەگەر بىز كىيىم - كېچەك سەنئىتىنىڭ تەرەققىيات قەدىمىگە ماسلىشالمىساق، شاللىنىپ كېتىش خەۋپىگە دۇچ كېلىمىز. ھازىر بىز ‹تىككۈچىلىك مائارىپى›نى تەرەققىي قىلدۇرۇش بىلەن كىيىم - كېچەك رىقابىتىگە قاتنىشىشتەك قوش ۋەزىپىنى ئۈستىمىزگە ئالدۇق».

بۇ مۇھاكىمىدە كىيىم - كېچەك تەتقىقاتى ۋە مائارىپىدىكى مۇتەخەسسىسنىڭ كۆزقارىشى ئەينەن بېرىلگەن. بۇ مۇھاكىمە ئەسەردىكى باشقا پاكىتلارنىڭ ئەھمىيىتىنى چوڭقۇرلاشتۇرۇپ بېرىشتە ئالاھىدە رول ئوينىغان. بۇ يەردە تەكىتلەپ ئۆتۈشكە تېگىشلىك مۇھىم بىر مەسىلە شۇكى، ئاپتورلار خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىدە يەنىلا پاكىت ئارقىلىق سۆزلەشنىڭ ئالدىنقى شەرت ئىكەنلىكىنى ئېسىدىن چىقارماسلىقى لازىم. بەزىلەر خىزمەت تەپسىلىي خەۋىرىنىڭ قويۇق مۇھاكىمە ۋە ئوبزور تۈسىنى ئالدىغانلىقىنى نەزەردە تۇتۇپلا، تىپىك، جانلىق پاكىتلارنى ئىگىلەشكە ئەھمىيەت بەرمەستىن، ھە دېگەندىلا قائىدە سۆزلەپ، ئەقلىي يەكۈن چىقىرىشقا ئالدىراپ كېتىدۇ. قايىل قىلىش ۋە جەلپ قىلىش كۈچىنى يوقاتقان بۇنداق

ئەسەرلەردىن ماددىلارغا ئايرىلغان بىرقانچە «تەجرىبە ـ ساۋاق» تىن باشقا، ئاخباراتقا خاس ھېچقانداق كونكرېت پاكىتنى كۆرگىلى بولمايدۇ. شۇڭلاشقا، مۇھاكىمە ۋە تەھلىل جەزمەن جانلىق پاكىتلار ئىچىگە قويۇلۇشى، ئۇنىڭ بىلەن زىچ بىرلەشتۈرۈلۈشى لازىم.

توققۇزىنچى پاراگراف قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرى ۋە ئۇنىڭ يېزىلىشى

قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرى شەيئىلەرنىڭ تەرەققىياتى جەريانىدىكى ئۆزگىرىشى، يېڭى قىياپىتى ئەكس ئەتكۈزۈلىدىغان تەپسىلىي خەۋەر ژانىرىنى كۆرسىتىدۇ. ئۇنىڭدا مۇخبىرنىڭ زىيارەت داۋامىدا ئايلىنىپ يۈرۈپ كۆرگەن، ئاڭلىغانلىرى يېزىلىدىغان بولغاچقا، ساياھەت خاتىرىسى دەپمۇ ئاتىلىدۇ.

بۇ خىل تەپسىلىي خەۋەر شەكلى مىللىي ئاخباراتچىلىقىمىزدا بىرقەدەر ئومۇملاشقان بولۇپ، خېلى ئۇزاق تارىخقا ئىگە. ئۇنى بىز «سەپەر خاتىرىسى»، «ساياھەت خاتىرىسى»، «ئەدەبىي خاتىرە» ۋە «زىيارەت خاتىرىسى» (زىيارەت خاتىرىسى ئەمەلىيەتتە مۇستەقىل بىر ژانىر بولۇپ، بۇ ھەقتە ئايرىم توختىلىمىز) دەپ ئاتاشقا ئادەتلەنگەن. ئۇنىڭدا تەبىئىي قىياپەتنى يېزىش ئاساس قىلىنىدۇ، گاھىدا ئىجتىمائىي قىياپەت، يەنى جەمئىيەت كەيپىياتى، كىشىلەرنىڭ روھىي قىياپىتىمۇ يېزىلىدۇ، لېكىن كۆپىنچە ھاللاردا تەبىئىي قىياپەت بىلەن ئىجتىمائىي قىياپەت بىرلەشتۈرۈلۈپ يېزىلىدۇ.

قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىنىڭ مەزمۇن ئالاھىدىلىكى ۋە رولىدىن قارىغاندا، بىرىنچىدىن، ئۇنىڭدا رېئال تۇرمۇشتىكى تىپىك بولغان، ئالاھىدىلىككە ئىگە رايون، ئورۇنلار تاللىۋېلىنىپ، ئەڭ جانلىق، ئەڭ يېڭى ئالامەتلەر گەۋدىلىك

سۈرەتلىنىدۇ، شەيئىلەرنىڭ تەرەققىياتى جەريانىدىكى كۆندىن ـ كۈنگە يېڭىلىنىۋاتقان قىياپىتى ئەكس ئەتكۈزۈلىدۇ، بۇ ئارقىلىق ئوقۇرمەنلەرنىڭ ئۆزگىرىشلەرنى چۈشىنىپ، نەزەر دائىرىسىنى كېڭەيتىشىگە، بىلىمىنى ئاشۇرۇشىغا ياردەم بېرىلىدۇ؛ ئىككىنچىدىن، قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىدە باشقا تەپسىلىي خەۋەرلەردىكىگە ئوخشاش ئادەم، ۋەقە ياكى تەجرىبە نۇقتىلىق يېزىلمايدۇ. ئۇنىڭدا مۇخبىرنىڭ كۆرگەنلىرى، ئاڭلىغانلىرى، ھېس قىلغانلىرى ئۇدۇللۇق خاتىرىلىنىدۇ، شەيئىلەرنىڭ تاشقى ئالاھىدىلىكى سۈرەتلىنىدۇ. دېمەك، باشقا تەپسىلىي خەۋەرلەرگە قارىغاندا، قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىدە ئۆزگىرىۋاتقان تەبىئىي ھادىسە ۋە ئىجتىمائىي ھادىسە توغرىسىدىكى ھېسسىي بىلىشنى تاپشۇرۇشقا كۆپرەك ئېتىبار بېرىلىدۇ؛ ئۈچىنچىدىن، قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىدە ئايرىم ـ ئايرىم پاكىت ۋە ئىشلار ئارقىلىق ئىجتىمائىي قىياپەت ياكى تەرەپتىن ئەكس ئەتكۈزۈلىدۇ. دائىرە بىلەن نۇقتا، مەنزىرە بىلەن ھېسسىيات، ئادەم بىلەن ۋەقە، تارىخ بىلەن بۈگۈن، بۇ ئورۇن بىلەن يەنە بىر ئورۇن ئورگانىك ھالدا بىر گەۋدە قىلىپ يۇغۇرۇلۇپ، ئوقۇرمەنلەردە خەۋەر قىلىنغان رايون، ئورۇن توغرىسىدا ئىستېرېئولۇق ئوبراز ۋە مۇكەممەل تەسىرات ھاسىل قىلىنىدۇ؛ تۆتىنچىدىن، قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىدە تەبىئىي مەنزىرە، ئىجتىمائىي قىياپەتلەر تەسۋىرلىنىدىغان بولغاچقا، تىلى گۈزەل، ھېسسىياتى يارقىن ۋە جۇشقۇن بولىدۇ. ھەر خىل بەدىئىي ۋاسىتىلەر ئىشلىتىلگەچكە، ئېپىك نەسرگە ئوخشىشىپراق كېتىدۇ. لېكىن، ئۇ ئېپىك نەسرنىڭ ئۆزى ئەمەس، يېزىقچىلىق جەھەتتە ئۇنىڭغا ئاخباراتچانلىق نۇقتىسىدىن قاتتىق تەلەپ قويۇلىدۇ.

قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىنى يېزىشتا تۆۋەندىكى نۇقتىلارغا دىققەت قىلىش كېرەك:

1. كۆزىتىشكە ماھىر بولۇپ، كۆرگەن، ئاڭلىغانلارنى گەۋدىلىك سۈرەتلەپ بېرىش كېرەك.

قىياپەت تەپسىلىي خەۋەرنى يېزىشتا مۇخبىر بىۋاسىتە كۆزىتىشنى چىقىش قىلىپ، ئۆزىنىڭ نەق مەيداندا كۆرگەن، ئاڭلىغانلىرىنى ۋە تەسىراتلىرىنى ئوقۇرمەنلەرگە بايان قىلىپ بېرىشى، ئەڭ ياخشىسى ئوقۇرمەنلەرنى يېتەكلەپ، ئېكسكۇرسىيە قىلدۇرغانغا ئوخشاش نەق مەيداندىكى بىۋاسىتە تەسىراتلىرىنى، بىۋاسىتە كۆرگەن، ئاڭلىغان ھەقىقىي پاكىتلارنى يېقىشلىق، جەلپ قىلارلىق قىلىپ سۈرەتلەپ بېرىشى لازىم. بۇ مەقسەتكە يېتىشتە ئاپتورلار ئالدى بىلەن خەۋەر قىلىنىدىغان نەق مەيداندىكى كۆزىتىش جەريانىدىكى ھەقىقىي ھېسسىيات ۋە تەسىراتقا ئىگە بولۇشقا، شۇنىڭ بىلەن بىللە ئالاھىدىلىككە ئىگە، جانلىق ماتېرىياللارنى قولغا كەلتۈرۈشكە ماھىر بولۇشى كېرەك. بۇ ئاپتورلاردىن زىيارەت داۋامىدا سوراشقا، ئاڭلاشقا، خاتىرىلەشكە، كۆرۈشكە، ئويلىنىشقا تەڭ ئېتىبار بېرىشنى تەلەپ قىلىدۇ. بىزنىڭ بىرمۇنچە ئاپتورلىرىمىز ئۆزىنىڭ رولىنى جارى قىلدۇرۇشقا ئەھمىيەت بەرمەيدۇ، خەۋەر قىلىنىدىغان نەق مەيداندىكى ئالاھىدىلىككە ئىگە، ئەھمىيەتلىك مەنزىرە، ۋەقە ھەم كىشىلەر پائالىيىتىنى دىققەت بىلەن كۆزەتمەيدۇ، شۇڭا ئۇلارنىڭ يازغان ئەسىرى جانسىز، تەسىرچانلىقى يوق بولۇپ چىقىدۇ. قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىنى يېقىشلىق، جەلپ قىلارلىق قىلىپ يېزىشتا يەنە رېئال ماتېرىياللار مول، ھەقىقىي، يېڭى بولۇشى، ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرى ئاز، نېگىزلىك بولۇشى، كونكرېت شەيئى، قىياپەتلەر ئابستراكتلاشقان، ئۇقۇملاشقان قۇرۇق بايانغا ئايلىنىپ قالماسلىقى لازىم. ئۇنداق بولمىغاندا، ئوقۇرمەنلەرگە ھەقىقىي، ئوبرازلىق تەسىرات بېغىشلىغىلى بولمايدۇ.

2. ئالاھىدىلىكنى تۇتۇپ، يېڭى ئۆزگىرىشنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىش كېرەك.

شەيئىلەر ھامان ئۈزۈكسىز تەرەققىي قىلىپ، ئۆزگىرىپ تۇرىدۇ، ھەربىر تەرەققىيات باسقۇچىدا ھەرقانداق شەيئى ئۆزىگە خاس ئالاھىدىلىككە ئىگە بولىدۇ. قىياپەت تەپسىلىي خەۋەرىدە

بىر رايون، بىر ساھە، بىر ئورۇننىڭ يېڭى قىياپىتى، يېڭى كەيپىياتىنى گەۋدىلىك ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىش ئۈچۈن، ئەنە شۇ روشەن ئالاھىدىلىكنى تۇتۇپ تۇرۇپ، ئۇنىڭدىكى ئۆزگىرىش ۋە يېڭىلىقلارنى كۆرسىتىپ بېرىش كېرەك.

بىر رايون، بىر ئورۇننىڭ تەرەققىيات جەريانىدىكى ئۆزگىرىشى كۆپ تەرەپلىمىلىك بولىدۇ. قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىدە ئوقۇرمەنلەرگە ھەقىقىي يېڭىلىقتىن بىشارەت بېرىش، ئۇلارنىڭ روھىغا ئىلھام بېرىش، دەۋرنىڭ ئاساسىي ئېقىمىنى كۆرسىتىپ بېرىش ئۈچۈن، جەزمەن شەيئىلەرنىڭ ئاساسىي خۇسۇسىيىتى ۋە ئالاھىدىلىكىگە ۋەكىللىك قىلالايدىغان تىپ خاراكتېرلىك ئۆزگىرىشنى تۇتۇپ يېزىش لازىم. قانداق قىلغاندا بۇ خىل ئالاھىدىلىك ۋە ئۆزگىرىشنى توغرا ئەكس ئەتتۈرۈپ بەرگىلى بولىدۇ؟ كىشىلەرنىڭ شەيئىلەرنى بىلىشتىكى ئاساسلىق ئۇسۇلى ــ سېلىشتۇرۇش ئۇسۇلىدىن ئىبارەت. دېمەك، مەيلى ئاپتور بولسۇن، مەيلى ئوقۇرمەن بولسۇن، پەقەت سېلىشتۇرۇش ئارقىلىقلا شەيئىنىڭ ئالاھىدىلىككە ئىگە يېڭى ئۆزگىرىشىنى پەرق ئېتەلەيدۇ.

قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىدە ئالاھىدىلىكنى تۇتۇپ، ئۆزگىرىشنى ئەكس ئەتتۈرۈپ بېرىش ئۈچۈن، ئالدى بىلەن شۇ رايون، شۇ جاينىڭ يېڭى، گۈزەل قىياپىتى جەلپ قىلارلىق قىلىپ تەسۋىرلىنىدۇ. ئاندىن سېلىشتۇرۇش ئۇسۇلى ئارقىلىق ئۆزگىرىش گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىلىدۇ. سېلىشتۇرۇش ئۇسۇلى ئىككى خىل بولىدۇ. بىرى، چوڭقۇرلۇق جەھەتتىن سېلىشتۇرۇش؛ يەنى بىر جاينىڭ ئۆتمۈشى بىلەن ھازىرقى ھالىتىنى سېلىشتۇرۇش، يەنە بىرى، كەڭلىك جەھەتتىن سېلىشتۇرۇش، يەنى بۇ جاي بىلەن ئۇ جاينى ئوخشاش تارىخىي باسقۇچتا قويۇپ سېلىشتۇرۇش. سېلىشتۇرۇش ئۇسۇلى يەنە شەيئىلەرنىڭ ھەرقايسى تەرەققىيات باسقۇچىدىكى ئالاھىدىلىكىنى ئاپتور تىلى ئارقىلىق بايان قىلىش ۋە

338

تەسۋىرلەش ئارقىلىقمۇ بولىدۇ، يەنى مۇخبىرنىڭ بىر ئورۇنغا قىلغان بىرقانچە قېتىملىق زىيارىتىدە كۆرگەن ئوخشاش بولمىغان ئەھۋاللار روشەن سېلىشتۇرما قىلىپ يېزىلىدۇ.

بەزى قىياپەت تەپسىلىي خەۋەرلىرىدە سېلىشتۇرۇش ئۇسۇلى قوللىنىلماستىنلا، بۇرۇن كۆرۈلۈپ باقمىغان يېڭى ئىشلار يېزىلىش ئارقىلىق يېڭى ئۆزگىرىش، يېڭى قىياپەت چۈشەندۈرۈلىدۇ. مەسىلەن، غەيرەت ئۆمەرنىڭ «توقايلىقلارمۇ بېيىپتۇ» ناملىق تەپسىلىي خەۋىرىدە توقاي يېزىسىدىكى دېھقانلارنىڭ بېيىغاندىن كېيىن يېڭى تۇرمۇش شەكلىگە كۆچكەنلىكى، موتوسىكلىت سېتىۋېلىش قىزغىنلىقى كۆتۈرۈلگەنلىكىدىن ئىبارەت بىر قاتار يېڭىلىقلار ئارقىلىق ئەكس ئەتكۈزۈلىدۇ.

3. ھېسسىياتنى شەيئىگە باغلاپ ئىپادىلەش كېرەك.

قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرى كۆپىنچە ئەمەلىي مۇخبىرلىق قىلىش ئارقىلىق، ئاپتورنىڭ كۆزىتىشتىن ئالغان تەسىراتى ھەم ئۆزى قىزىقىدىغان ماتېرىياللىرى ئاساسىدا يېزىلىدۇ. شۇڭا، ئەسەردە تەسۋىرلەنگەن شەيئى ۋە ھادىسىلەرگە ھامان بىرقەدەر قويۇق سۇبيېكتىپ تۈيغۇ ۋە ھېسسىيات سىڭگەن بولىدۇ. ئەمەلىيەت شۇنى ئىسپاتلىدىكى، ئەگەر ئاپتور تەسۋىرلەۋاتقان شەيئى ۋە ھادىسىگە بولغان تولۇپ تاشقان قىزغىنلىقى ۋە مۇھەببىتىنى ئىپادىلىيەلمىسە، قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىنى ياخشى يېزىشتىن سۆز ئاچقىلى بولمايدۇ. چۈنكى، ئاپتورنىڭ ئۆزى تەسىرلەنمىگەن نەرسىدىن ئوقۇرمەنلەرنىڭ تەسىرلىنىشى ناتايىن. شۇڭا، ئاپتور شەيئىلەر توغرىسىدا ئېنىق چۈشەنچىگە ئىگە بولۇپلا قالماستىن، ئۇنىڭدىن ھەقىقىي تەسىراتقا ئىگە بولغان بولۇشى، ئۇنى يېزىش جەريانىدا چىنلىق بىلەن خاتىرىلەش، ئوبيېكتىپ ھالدا تونۇشتۇرۇش بىلەنلا قالماستىن، باھا، پىكىرلىرىنى ئوتتۇرىغا قويۇشى، ھېسسىياتىنى ئىپادىلىشى، يەنى ئاپتور ئۆزىنىڭ تۈيغۇ، تەسىراتلىرىنى نەق

مەيدان كۆرۈنۈشلىرىگە، تارىخىي پاكىتلارغا، ئەسلىمىلەرگە سىڭدۈرۈۋېتىشى لازىم.

قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىدە ھېسسىياتنى ئىپادىلەش ئىجتىمائىي ئۆزگىرىشلەر ئىچىدىكى خىلمۇخىل شەيئى ۋە ۋەقەلەر بىلەن بىرلەشتۈرۈلىدۇ. چۈنكى، قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرى ئۆزگىرىۋاتقان يېڭى تەبىئىي قىياپەت، يېڭى ئىجتىمائىي كەيپىياتتىن باشقا، يەرلىك ئالاھىدىلىككە ئىگە رايونلارنىڭ تەبىئىي شارائىتى، ئۆرپ - ئادىتى، مۇھىم ساياھەت ئورۇنلىرى، تارىخىي ئاسارەتىقىلەر، كۆرگەزمە، مۇزېي قاتارلىقلارنىمۇ ئۆزىنىڭ خەۋەر قىلىش ئوبيېكتى قىلىدۇ. ھېسسىياتنى ئىپادىلەشتە شۇنى تەكىتلەپ ئۆتۈش كېرەككى، ئاپتورنىڭ ھاياجىنى جەزمەن كونكرېت ماددىي ئاساس ئۈستىگە قۇرۇلۇشى لازىم. قۇرۇقتىن - قۇرۇق قەسىدە ئوقۇيدىغان، مۇبالىغىلەشتۈرۈپ تەسۋىرلەيدىغان، ئاپتورنىڭ زورمۇزور ھاياجانلىنىشىدىن باشقا، ئوقۇرمەنلەردە ھېچقانداق ھېس - ھاياجان قوزغىيالمايدىغان ئەھۋاللار ئەسەرنىڭ قىممىتىنى چۈشۈرۈپ، ئەكس تەسىر پەيدا قىلىدۇ. شۇڭا، ھېسسىياتنى شەيئىگە باغلاپ ئىپادىلەشنى قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىنى يېزىشتىكى مۇھىم بىر تەلەپ دەپ قارايمىز.

4. ئۇچۇر ۋە بىلىم تارقىتىشقا ئەھمىيەت بېرىپ، ئەسەرنىڭ ئوقۇشچانلىقىنى ئاشۇرۇش كېرەك.

ئاخبارات خەۋەرچىلىكىنىڭ مۇھىم ۋەزىپىسى — ئۇچۇر تارقىتىشتىن ئىبارەت. بۇ خىل ئۇچۇر ھەر خىل مەدەنىيەت بىلىملىرىنى، ئەدەبىي، تارىخىي ئىبارىلەرنى، خەلق ئارىسىدا تارقىلىپ يۈرگەن ھېكايە، چۆچەكلەرنى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ. قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىدە ھەرقايسى رايون، ھەرقايسى ئورۇنلارنىڭ يېڭى قىياپىتىنى تونۇشتۇرغان چاغدا، ئوقۇرمەنلەرگە يېڭى، پايدىلىق ھەم قىزىقارلىق بولغان تۈرلۈك بىلىملەرنى يەتكۈزۈپ بېرىش كېرەك. كىشىلەر ئاخبارات ئەسەرلىرىنى ئوقۇغاندا نەزەر دائىرىسىنى كېڭەيتىپ، مول

بىلىمگە ئىگە بولۇشنى، ئۇچۇر جۇغلانمىسىنى كۆپەيتىپ، جەمئىيەت ئېھتىياجىغا ئۇيغۇنلىشىشنى، مەنىۋى زوقلىنىشقا ئىگە بولۇپ، ئىشتىياقىنى تاۋلاشنى ئارزۇ قىلىدۇ. لېكىن، چوڭقۇر پەلسەپىۋى نەزەرىيە، ئۇقۇملاشقان پەند ـ نەسىھەت ۋە كەسپىي نەزەرىيەۋى بىلىملەر ئوقۇرمەنلەرنىڭ كۆڭلىگە ياقمايدۇ. شۇڭا، قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىنى ئوقۇشچانلىققا ئىگە قىلىش، ئۇنىڭدىكى بىلىم مەزمۇنلىرىنى ئاسان قوبۇل قىلىدىغان قىزىقارلىق قىلىپ يېزىش ئۈچۈن، بىلىم ۋە ئۇچۇرلارنى مەنزىرە، كەيپىيات، ۋەقەلىكلەرگە سىڭدۈرۈۋېتىش، ئاممىباب، بەدىئىي تىل ئارقىلىق ئىپادىلەپ بېرىش، يېڭى قىياپەت بىلەن كونا ماتېرىياللارنى ئورگانىك ھالدا بىرلەشتۈرۈپ، تەبىئىي، يېقىشلىق بايان قىلىپ بېرىشكە ماھىر بولۇش كېرەك.

مەسىلەن، يۈسۈپجان ئەخمىدى يازغان «‹پوچتا ئامبىرى› دا» ناملىق تەپسىلىي خەۋەردە، نۇقتىلىق ھالدا خەلق پوچتا ئىشلىرىنىڭ بۈگۈنكى تەرەققىياتى ۋە زامانىۋىلىشىۋاتقان مەنزىرىسى ئۆزىنىڭ بىۋاسىتە كۆرگەن ـ ئاڭلىغانلىرى ئارقىلىق ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرىلگەن. ئەسەرنىڭ باش تەرىپىدە ئاپتور ئەڭ دەسلەپكى پوچتا ساندۇقىنىڭ دېڭىز بويىدىكى دەرەختكە ئېسىپ قويۇلغان بىر پاي ئاياغ بولغانلىقىدىن ئىبارەت قىزىقارلىق بىر تارىخىي ۋەقەنى بايان قىلىپ بېرىدۇ. بۇ بايان ئەسەردە كىشىلەرگە پوچتا ئىشلىرىنىڭ كېلىپ چىقىشى توغرىسىدا بىلىم بېرىش بىلەن بىللە، ھازىرقى پوچتا ئىشلىرىنىڭ تەرەققىياتىنى گەۋدىلەندۇرۇپ بېرىش ۋە ئەسەرنى قىزىقارلىق، ئوقۇشچانلىققا ئىگە قىلىشتا مۇھىم رول ئوينىغان.

شىنخۇا ئاگېنتلىقىنىڭ داڭلىق مۇخبىرى مۇ چىڭ يازغان «ئۆكتەبىردىكى رىم» ناملىق قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىدىمۇ مۇنداق بىر ئابزاس بار:

«بىز رىم شەھىرىنىڭ باشلىنىشىنى زىيارەت قىلغان چېغىمىزدا، ئۇنىڭدىن رىمغا ھەر يىلى قانچىلىك ئادەم ساياھەتكە كېلىدىغانلىقىنى سورىدۇق، ئۇ ساياھەتچىلەرنىڭ خېلىلا كۆپلۈكىنى، بۇ رىم شەھىرىنىڭ ھازىرقى نوپۇسىدىنمۇ كۆپ ئىكەنلىكىنى ئېيتتى. بۇ قىزغىن شەھەر باشلىقى بىزنى باشلاپ رىم شەھەرلىك ھۆكۈمەتنى ئېكسكۇرسىيە قىلدۇردى، ئۇ يەردە بىز رىم شەھىرىنىڭ گېربى بولغان مىس ھەيكەلنى كۆردۇق. ھەيكەل چوڭ زالدا ھەيۋەتلىك قەد كۆتۈرۈپ تۇراتتى. ئۇ، بىر چىشى بۆرىنىڭ ئىككى بوۋاقنى ئېمىتىۋاتقان كۆرۈنۈشى بولۇپ، ھەيكەل ئانچە سىپتا بولمىسىمۇ، لېكىن ئۇنىڭدا ئىپادىلەنگەن سېھىرلىك ھېكايە ئادەمنى ھەقىقەتەن تەسىرلەندۈرەتتى، رىۋايەت قىلىنىشىچە، قەدىمكى تىرويا خان جەمەتىدىكى بىر ئايال مارس ئىسىملىك بىر لەشكەر بىلەن چىقىشىپ قېلىپ، قوشكېزەك ئوغۇل تۇغۇپتۇ. چوڭىنىڭ ئىسمى رىم لوئىس، كىچىكىنىڭ ئىسمى لىموس بوپتۇ. بۇ ئىش پادىشاھنىڭ قاتتىق غەزىپىنى كەلتۈرگەچكە، ئانىسىنى ئۆلتۈرۈپ، بالىلارنى سېۋەتكە سېلىپ دەرياغا تاشلىۋېتىشكە بۇيرۇپتۇ، ئويلىمىغان يەردىن دولقۇنلار سېۋەتنى قىرغاققا چىقىرىپ قويۇپتۇ. بۇ يەرگە كېلىپ قالغان بىر چىشى بۆرە ئىككى بوۋاقنى ئەكېتىپ، زىيان ـ زەخمەت يەتكۈزۈش ئۇياقتا تۇرسۇن، خۇددى ئانىسىغا ئوخشاش ئېمىتىپ بېقىپتۇ. كېيىن بىر ئوۋچى بۇ ئىككى بالىنى قۇتۇلدۇرۇپ ئەكېتىپتۇ. بۇ ئىككى بالا چوڭ بولۇپ خۇددى دادىسى مارسقا ئوخشاش باتۇر، قاۋۇل ئەزىمەت بولۇپ، ئانىسى ئۈچۈن قىساس ئاپتۇ، شۇنىڭدىن كېيىن ئاكىسى رىم لوئىس چىشى بۆرە ئۆزىنى چوڭ قىلغان دەريا بويىدا بىر شەھەر بىنا قىلىپ، ئۆزىنىڭ نامى بىلەن رىم دەپ ئاتاپتۇ، شۇ سەۋەبتىن رىم شەھىرىنىڭ گېربىگە بۆرە ۋە بوۋاقنىڭ رەسمى چۈشۈرۈلگەنىكەن.»

گۈزەل رىم شەھىرى توغرىسىدىكى تەپسىلىي خەۋەرگە بۇ قەدىمىي، سىرلىق رىۋايەت ئاجايىپ تولۇس قوشۇپ، ئەسەرنى كۆچلۈك جەلپكارلىققا ئىگە قىلغان.

قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرىدىكى بىلىم خاراكتېرلىك مەزمۇنلار نوقۇل تارىخىي ۋەقە ۋە رىۋايەت بىلەنلا چەكلىنىپ قالمايدۇ. ئەسەر مەزمۇنىنىڭ ئېھتىياجىغا ئاساسەن گاھىدا جۇغراپىيەلىك بىلىملەر، گاھىدا ھېكمەتلىك ئىبارىلەرنىڭ كېلىپ چىقىشىدىكى ئىزاھاتلار، شەيئى توغرىسىدىكى چۈشەندۈرۈشلەر بىلىم سۈپىتىدە قىستۇرۇپ كىرگۈزۈلىدۇ. بۇ نەرسىلەر ئەسەرنىڭ ئۇچۇر مىقدارىنى ئاشۇرۇپ، مەزمۇن دائىرىسىنى كېڭەيتىدۇ. ئەسەرنىڭ جەلپ قىلىش كۈچىنى تېخىمۇ ئاشۇرىدۇ.

خەلقىمىز ياخشى كۆرىدىغان بۇ تەپسىلىي خەۋەر شەكلى مىللىي ئاخباراتچىلىقىمىزدا خېلى كۈچلۈك ئاساسقا ئىگە. ئۇنى تېخىمۇ ياخشى يېزىش ئۈچۈن، ئاپتورلار بىر قەدەر يۇقىرى مەدەنىيەت ساپاسىغا ئىگە بولۇشى، ئەدەبىيات، تارىخ، پەن ـ تېخنىكا جەھەتتىكى بىلىمنى كۆپەيتىشى، تۈرلۈك شەيئى، ھادىسىلەر توغرىسىدا ئەتراپلىق ماتېرىيال توپلاشقا ئەھمىيەت بېرىشى، شۇنداقلا تېماتىكىلىق دائىرىسى ئىنتايىن كەڭ بولغان بۇ ژانىرنىڭ ئىپادىلەش شەكلىدە تېخىمۇ ئەركىن بولغان يېڭىچە ئىپادىلەش شەكىللىرىنى دادىل ئىجاد قىلىشقا جۈرئەت قىلىشى لازىم.

ئونىنچى پاراگراف زىيارەت خاتىرىسى ۋە ئۇنىڭ يېزىلىشى

تەپسىلىي خەۋەرنىڭ بىر تۈرى بولغان زىيارەت خاتىرىسى مىللىي ژۇرنالچىلىقىمىزدا خېلى بۇرۇنلا بارلىققا كەلگەن

بولۇپ، بىزدە بىرقەدەر ئومۇملاشقان. لېكىن، زىيارەت خاتىرىسى، ئۇنىڭ ئالاھىدىلىكى ۋە يېزىقچىلىق تەلىپى توغرىسىدىكى قاراشلارنىڭ ئوخشاش بولماسلىقى، مۇھىمى ئېنىق ئوتتۇرىغا قويۇلمىغانلىقى سەۋەبىدىن، ئاپتور ۋە ئوقۇرمەنلەر ئىچىدە تېخىچە مۇجمەل چۈشەنچىلەر ساقلىنىپ كەلمەكتە. زىيارەت خاتىرىسى دائىرىسىگە كىرمەيدىغان بەزى ئەسەرلەرمۇ زىيارەت خاتىرىسى دېگەن نام بىلەن ئاتالماقتا. بۇ مەسىلە ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىنمىغاندا، زىيارەت خاتىرىسىنىڭ ئالاھىدىلىكى ۋە ئەۋزەللىكىنى ھەقىقىي جارى قىلدۇرغىلى بولمايدۇ.

ئۇنداقتا قانداق ئەسەرلەر زىيارەت خاتىرىسى دەپ ئاتىلىدۇ؟

مۇخبىرنىڭ مۇئەييەن مەقسەتتە مەلۇم شەخسنى مەخسۇس زىيارەت قىلىش ئارقىلىق، زىيارەت جەريانى، سۆھبەت مەزمۇنى، نەق مەيدان كەيپىياتى ۋە مۇناسىۋەتلىك ماتېرىياللار بىرلەشتۈرۈلۈپ يېزىلغان تەپسىلىي خەۋەر شەكلى زىيارەت خاتىرىسى دەپ ئاتىلىدۇ. شەخس، نەق مەيدان ۋە مۇخبىر زىيارەت خاتىرىسىنىڭ كەم بولسا بولمايدىغان ئۈچ مۇھىم ئامىلى ھېسابلىنىدۇ. يەنى، ئۇنىڭدا ئاپتور مۇئەييەن مەسىلىنى تۇتۇپ تۇرۇپ، مۇئەييەن ئوبيېكتنى مۇئەييەن ئورۇندا زىيارەت قىلىدۇ، زىيارەتنىڭ مەزمۇنى ئېنىق مەقسەتچانلىققا ئىگە بولىدۇ، يەنى يىغىنچاق ھەم يەككە بولىدۇ. يېزىقچىلىق ئالاھىدىلىكى جەھەتتە ئۇ شەخسلەر ھەققىدىكى خەۋەر، شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر، ئاخبارات ئوچېرىكى ۋە ساياھەت خاتىرىسىنىڭ يۇغۇرۇلمىسى بولۇپ، مەزمۇنى «مەخسۇس»لاشقان بولسىمۇ، ئەركىن ھەم جانلىق ئىپادىلىنىدۇ، زىيارەت پائالىيىتى يىپ ئۇچى قىلىنىپ ئېنىق گەۋدىلەندۈرۈلىدۇ. دىيالوگ، تەسۋىر، باھا ۋە ئارقا كۆرۈنۈش ماتېرىياللىرىمۇ قوشۇپ يېزىلىدۇ. شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەرگە قارىغاندا تېخىمۇ بىۋاستە، ئۇدۇل بايان قىلىنىدۇ، تەپسىلىي خەۋەر ۋە ئوچېرىكلاردا تەسۋىر بىلەن بايان بىرقەدەر تەپسىلىي، ئوبرازلىق بولسا، زىيارەت خاتىرىسىدە

ئىنچام، نېگىزلىك، ئاز ھەم ساز بولىدۇ. خەۋەرگە ئوخشاپراق كېتىدۇ، لېكىن ھەجمى خەۋەرنىڭكىدىن چوڭ، قۇرۇلمىسى ئەركىن، تىلى تېخىمۇ ھېسسىياتلىق، ئوبرازلىق، تەسىرلىك بولىدۇ.

زىيارەت خاتىرىسى مەزمۇن جەھەتتىن تۆۋەندىكىدەك بىرقانچە خىل بولىدۇ:

بىرىنچى، شەخسلەر ھەققىدىكى زىيارەت خاتىرىسى. ئۇنىڭدا مەلۇم شەخسنىڭ ئىش ـ پائالىيەتلىرىنى ئەكس ئەتكۈزۈش ۋە خاتىرىلەش يۈزىسىدىن مەخسۇس زىيارەت قىلىنىدۇ.

ئىككىنچى، ۋەقە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى. ئۇنىڭدا ئوقۇرمەنلەرنىڭ مەلۇم بىر ۋەقەنىڭ ھەقىقىي قىياپىتىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىشىغا ياردەم بېرىش ئۈچۈن مەخسۇس ئوبيېكت زىيارەت قىلىنىدۇ.

ئۈچىنچى، مەسىلە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى. ئۇنىڭدا كەڭ جامائەتچىلىك كۆڭۈل بۆلۈۋاتقان، جاۋاب كۈتۈۋاتقان مۇئەييەن بىر مەسىلە نۇقتا قىلىنىپ مەخسۇس زىيارەت قىلىنىدۇ.

تۆتىنچى، قىياپەت توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى. ئۇنىڭدا مەلۇم بىر جاي مەخسۇس زىيارەت قىلىنىپ، ئۇ يەرنىڭ ئۆرپ ـ ئادەت ئەھۋاللىرى، جەمئىيەت قىياپىتى، تەرەققىيات ئۆزگىرىشلىرى نۇقتىلىق ئىگىلىنىدۇ. بۇ خىل زىيارەت خاتىرىسىنى بىز قىياپەت تەپسىلىي خەۋىرى دائىرىسىگە تەۋە قىلىمىز.

زىيارەت خاتىرىسىنى يېزىشتىكى ئومۇمىي تەلەپ تۆۋەندىكىلەردىن ئىبارەت:

1. زىيارەت ئوبيېكتىنى ياخشى تاللاش كېرەك.

مەيلى شەخس، مەيلى ۋەقە، مەيلى مەسىلە يېزىلىدىغان زىيارەت خاتىرىسى بولسۇن، ھەممىسىدە مۇئەييەن شەخسنى زىيارەت قىلىشتىن ئايرىلالمايدۇ. شۇڭا، زىيارەت قىلىنىدىغان

ئوبيېكتنىڭ ياخشى تاللانغان ـ تاللانمىغانلىقى زىيارەت خاتىرىسىنىڭ مۇۋەپپەقىيەتلىك چىقىش ـ چىقماسلىقىدىكى مۇھىم ئالدىنقى شەرت. ئەگەر زىيارەت ئوبيېكتى مۇۋاپىق، توغرا تاللانماي قالسا، ئوقۇرمەنلەرنى جەلپ قىلغىلى بولمايدۇ، ئاپتورمۇ كۆزلىگەن مەقسىتىگە يېتەلمەيدۇ. شۇڭا، تاللىنىدىغان ئوبيېكتلار بىرىنچىدىن، يېڭىدىن كۆزگە كۆرۈنۈۋاتقان، جامائەتچىلىكنىڭ دىققىتىنى قوزغاۋاتقان مۇھىم ئاخباراتلىق شەخس بولۇشى كېرەك؛ ئىككىنچىدىن، مۇھىم، زور ۋەقەنىڭ قاتناشچىلىرى، گۇۋاھچىلىرى ۋە مەسىلىگە ئالاقىدار بولغان مۇتەخەسسىسلەر، ئالىملار، رەھبەرلەر ۋە باشقا نوپۇزلۇق جامائەت ئەربابلىرى بولۇشى كېرەك؛ چۈنكى مەلۇم ۋەقەنى خاتىرىلەش، ئۇنىڭ ئەھمىيىتى، ھەقىقىي ئەھۋالىنى چۈشەندۈرۈشتە پەقەت شۇ ۋەقەنىڭ بىۋاسىتە قاتناشچىلىرى، بىۋاسىتە گۇۋاھچىلىرىلا ھەقىقىي پىكىر بايان قىلىش ھوقۇقىغا ئىگە بولىدۇ. جامائەتچىلىك جاۋاب بېرىشنى ئارزۇ قىلىۋاتقان بىرەر مەسىلە توغرىسىدا زىيارەت قىلغاندىمۇ، «قۇشقاچ بولسىمۇ قاساپ سويسۇن» دېگەنگە ئوخشاش، پەقەت شۇ مەسىلىگە مۇناسىۋەتلىك بولغان نوپۇزلۇق كىشىلەرنى ئىزدەش كېرەك. ئۈچىنچىدىن، ئۆزى ئاخباراتلىق شەخس بولمىسىمۇ، ئەمما خەۋەر ئاملى بار، ئەھۋالدىن خەۋەردار كىشىلەر بولۇشى كېرەك. بەزىدە ھەر خىل سەۋەبلەر تۈپەيلىدىن يازماقچى بولغان ئادەمنىڭ ئۆزىنى ياكى ۋەقەنىڭ بىۋاسىتە قاتناشچىلىرىنى زىيارەت قىلىشقا مۇمكىن بولماي قالىدۇ. بۇنداق ئەھۋال ئاستىدا شۇ ئادەم ۋە ۋەقە توغرىسىدا تېخى ئاشكارىلانمىغان ھەقىقىي، ئىشەنچلىك ماتېرىيال بېرەلەيدىغان ئادەملەرمۇ زىيارەت ئوبيېكتى بولالايدۇ.

2. زىيارەت قىلىنىدىغان ئورۇن ۋە پەيتنى مۇۋاپىق تاللاش كېرەك.

ئورۇن — زىيارەت خاتىرىسىدىكى ئۈچ مۇھىم ئامىلنىڭ بىرى، ئوبيېكتنى قايسى جايدا زىيارەت قىلىشمۇ ئەسەرنىڭ

مەزمۇننى ياخشى ئېچىپ بېرىش، ئەسەردە مەزمۇنغا ماس كەيپىيات يارىتىشتا ئالاھىدە مۇھىم رول ئوينايدۇ. شۇڭا، ئادەم، ۋەقە ۋە مەسىلىگە مۇناسىۋەتلىك بولغان نەق مەيداننى تاللاپ زىيارەت قىلىشقا ئەھمىيەت بېرىش لازىم. مەسىلەن، بىرەر ۋەقە توغرىسىدا مەخسۇس زىيارەت قىلغاندا، ۋەقە يۈز بېرىپ بولغاندىن كېيىنمۇ ئوبيېكت بىلەن شۇ نەق مەيداندا سۆھبەت ئۆتكۈزگەندە كونكرېت شەيئىلەر ئارقىلىق قارشى تەرەپنىڭ ئەسلىمىسىنى كۈچەيتكىلى، ھېسسىياتىنى ئۇرغۇتقىلى بولىدۇ. ئادەملەرنى زىيارەت قىلغاندا ئىمكانقەدەر يازغۇچىنى كۇتۇپخانىدا زىيارەت قىلىش، دېھقاننى ئېتىز بېشىدا زىيارەت قىلىش، تەنھەرىكەتچىنى مەيداندا زىيارەت قىلىش كېرەك. ئامېرىكا قوشما ئىشتات ئاگېنتلىقىنىڭ مۇخبىرى ئا. مېرگان: «ئەگەر سەن زىيارەت ئورنىنى تاللىماقچى بولساڭ، ئامال قىلىپ ئارتىس بىلەن ئارقا سەھنىدە كۆرۈشۈشۈڭ، ساقچى بىلەن ۋوگزالدا كۆرۈشۈشۈڭ، سوتچى بىلەن مەجلىسخانىدا كۆرۈشۈشۈڭ، سىياسىيون بىلەن سايلام رىقابىتى مۇنبىرى ئاستىدا كۆرۈشۈشۈڭ كېرەك ... لېكىن مۇھىمى، زىيارەت ئوبيېكتى بىلەن مېھمانخانىدىكى ياتىقىدا كۆرۈشۈشتىن ساقلانغىن» دەيدۇ.

زىيارەت بولىدىغان مەيداننى تاللاشتا مۇخبىر مۇئەييەن تەشەببۇسكارلىق ھوقۇقىغا ئىگە. مەسىلىنى چۈشەندۈرۈش ئېھتىياجىغا ئاساسەن، سۆھبەت ئۆتكۈزۈلىدىغان مەيداننى مۇخبىر مۇۋاپىق ئورۇنلاشتۇرسا بولىدۇ. 1950 ـ يىللاردا شىنخۇا ئاگېنتلىقىنىڭ مۇخبىرى چەت ئەللىكلەرنىڭ جۇڭگو خۇسۇسىي مۈلۈكچىلىككە ئۆزگەرتىش كىرگۈزۈشتە كاپىتالىستلارنىڭ پۈتۈن تۇرمۇش ماتېرىياللىرىنى مۇسادىرە قىلدى، دېگەن ئىغۋاسىغا رەددىيە بېرىش ئۈچۈن، جۇڭگودىكى ئەڭ چوڭ كاپىتالىست رۇڭ يىرېننى ئۇنىڭ ئۆيىدە زىيارەت قىلغان ھەمدە ئۇنىڭ ھەشەمەتلىك ئۆي جاھازلىرىنى، پىيانىنوسىنى، ئازادە باغچىسىنى ئەينەن قىلىپ تەسۋىرلەپ

بەرگەن. بۇ مۇھىت مەسىلىنى كۈچلۈك پاكىت ئارقىلىق دەلىللەپ بەرگەن.

زىيارەت پەيتىنى مۇۋاپىق تاللاش مۇنداق ئىككى مەزمۇننى ئۆز ئىچىگە ئالىدۇ: بىرى، زىيارەت ئوبيېكتى يېڭى تەسىراتقا ئىگە بولغان، ھېسسىياتى ئۇرغۇپ تۇرغان پەيتنى تالالاش كېرەك. مەسىلەن، چەت ئەلگە چىقىپ زىيارەت قىلىپ قايتىپ كىرگەندە، ئۆستۈرۈلگەندە، سايلامدا يېڭىپ چىققاندا، مۇكاپاتلانغاندا كىشىلەرنىڭ خىياللىرى قاناتلىنىپ، تەسىراتى جۇش ئۇرۇپ تۇرغان چاغ بولىدۇ. بۇنداق ھاياجانلىنىش پەيتى ئۆتۈپ كەتكەندىن كېيىنلا تەسىرات كونىراپ، يېڭى پىكىرلەر چىقماي قالىدۇ. يەنە بىرى، ئوقۇرمەنلەرنىڭ مەلۇم ۋەقە ۋە مەسىلىگە ئەڭ جىددىي كۆڭۈل بۆلۈۋاتقان پەيتىنى تاللاش كېرەك. مەسىلەن، مۇئەييەن بىر مەسىلە ئۈستىدە غۇلغۇلا بولۇۋاتقاندا، مەلۇم بىر مەسىلە توغرىسىدا ئېنىق جاۋاب كۈتۈۋاتقاندا، مەلۇم بىر ۋەقەنىڭ ھەقىقىي ئەھۋالىنى ئايدىڭلاشتۇرۇۋېلىشقا توغرا كەلگەندە، دەرھال مۇتەخەسسىس ۋە نوپۇز ئىگىلىرىنى ئوتتۇرىغا چىقىرىش كېرەك. ئەگەر بۇ پەيت ئۆتۈپ كېتىدىغانلا بولسا، «تويدىن كېيىن ناغرا چالغان» غا ئوخشاش ئىش بولۇپ قالىدۇ.

3. سوئال سوراش سەنئىتىگە دىققەت قىلىش كېرەك.

زىيارەت خاتىرىسىدىن مۇخبىرلىق جەريانى گەۋدىلەندۈرۈلىدۇ. مۇخبىرلىق جەريانى كۆز بىلەن كۆزىتىشتىن باشقا، مۇھىمى سۆھبەتلىشىش جەريانىدىن ئىبارەتتۇر. سۆھبەتلىشىش بولسا، مۇخبىرنىڭ سوئالى ۋە مۇخبىرلىق ئوبيېكتىنىڭ جاۋابى ئارقىلىق ئىپادىلىنىدۇ. دېمەك، سوئال ۋە جاۋاب زىيارەت خاتىرىسىنىڭ تەرەققىياتىنى بەلگىلەيدىغان، ماھىيەتلىك مەزمۇننى ئېچىپ بېرىدىغان ئاساسلىق ۋاستە بولغاچقا، سوئال سوراش سەنئىتىگە ئالاھىدە دىققەت قىلىش لازىم.

ئۆتكۈر سوئاللارنى سوراپ، ھالقىلىق مەسىلىلەرنى ئەكس ئەتكۈزۈش سوئال سوراش سەنئىتىنىڭ يادروسى ھېسابلىنىدۇ.

سوئال سوراشنى بىلمىگەن ئادەم مۇخبىر بولالمايدۇ، ئۆتكۈر سوئال سوراشنى بىلمىگەن ئادەم ياخشى مۇخبىر بولالمايدۇ. ئىتالىيەلىك ئايال مۇخبىر ئورلىيانا فاللاچ ئۆتكۈر سوئال سوراش بىلەن دۇنياغا مەشھۇر. ئۇ دېڭ شياۋپىڭنى زىيارەت قىلغاندا سورىغان بىرىنچى سوئالى «تيەنئەنمېن راۋىقى ئۈستىدىكى رەئىس ماۋ زېدۇڭنىڭ سۈرىتىنى سىلەر مەڭگۈ ساقلاپ قالامسىلەر؟» دېگەندىن ئىبارەت بولغان. قارىماققا ئاددىي، ئەمما مەنىسى ئىنتايىن چوڭقۇر بولغان بۇ سوئال ئەينى ۋاقىتتا جۇڭگولۇقلار ۋە نۇرغۇن چەت ئەللىكلەر كۆڭۈل بۆلىدىغان مۇھىم مەسىلە ئىدى. فاللاچىنىڭ ئادەتتىكى مەسلىھەت خاراكتېرىدىكى سوئاللىرىمۇ ئىنتايىن ئۆتكۈر بولۇپ، مەسىلىنىڭ نېگىزىگە بېرىپ تېگىدۇ. ئۇنىڭ شاھزادە سىخانۇكنى زىيارەت قىلغان چاغدىكى مۇنۇ سوئاللىرىغا دىققەت قىلايلى: «سىخانۇك توغرىسىدا گەپ بولغاندا مېنىڭ قارىشىمچە، كىشىنى ھەممىدىن ھەيران قالدۇرىدىغىنى، كىشىلەر ئۇنىڭ سۆزىنى ئاڭلىغانسېرى ئاڭلىغۇسى كېلىدىكەن، ئەمما ئۇنى مۇھاكىمە قىلغانسېرى چۈشەنمەيدىغان بولۇپ كېتىدىكەن. ئالىيلىرى، گەرچە شۇنداق بولسىمۇ بىز سىناق قىلىپ باقايلى، بۇ قېتىمقى زىيارەت ئارقىلىق ئۇنىڭ پورترېتىنى بىر سىزىپ كۆرسەك قانداق دەيسىز؟ گەپنى تۆۋەندىكى كونكرېت مەسىلىدىن باشلايلى: يېقىنقى يىللاردىن بۇيان ئۇ ئۆزىنىڭ كۆپ ئۆزگەرگەنلىكىنى ھېس قىلىۋاتامدۇ؟»، «ئالىيلىرى، سىزدە بۇرۇن شەخسىي قارا نىيەت بولغانمۇ؟»، «ئالىيلىرى، سىز، سىزگە مەنسۇپ بولغان، ئەمما سىزگە كۆپ ئازابلارنى ئېلىپ كەلگەن بۇ دۆلەتنى ياخشى كۆرىدىكەنسىز، بۇنداق ھېسسىيات سىزگە قەيەردىن كەلگەن؟» مانا بۇ سوئاللاردا يۈكسەك ماھارەت ئىپادىلىنىپ تۇرىدۇ. ئۆتكۈر سوئاللارنى سوراش - سورىيالماسلىق مۇخبىرنىڭ سەۋىيەسى، بىلىمى، ئىقتىدارى ۋە زىيارەت ئوبيېكتى توغرىسىدىكى پۇختا تەييارلىقىغا باغلىق. لېكىن، زىيارەت داۋامىدا باشتىن - ئاخىر

ئۆتكۈر سوئال سورىلىۋەرمەيدۇ. زىيارەتنىڭ قەدەممۇقەدەم تەبىئىي چوڭقۇرلىششى، سۆھبەت كەيپىياتىنىڭ قىزغىن ھەم ئازادە بولۇشى ئۈچۈن، ئادەتتە تۆۋەندىكىدەك ئۈچ خىل سوئال شەكلى قوللىنىلىدۇ:

بىرىنچى، پاراڭلىشىش شەكلى. بۇنىڭدا كەيپىيات ئازادە بولۇپ، سۆھبەت دائىرىسى چەكلەنمەيدۇ. تۇرمۇشتىكى ئادەتتىكى ئىشلاردىن گەپ باشلىنىدۇ ياكى زىيارەت ئوبيېكتىدىن تەسىراتىنى، خىياللىرىنى سۆزلەپ بېرىش تەلەپ قىلىنىدۇ. لېكىن، بۇ خىل سوئالنىڭ جاۋاب بىلەن ماسلىششى ئاجىز بولۇپ، گاھىدا سوئال تومتاق، جاۋابمۇ ئادەتتىكىچە بولۇپ قالىدۇ. زىيارەتنى چوڭقۇرلاشتۇرۇشقا كۆپ ياردەم بېرەلمەيدىغان بۇنداق سوئالنى ئادەتتە دەسلەپكى كەيپىياتنى تەڭشەشكە ئىشلىتىپ، كۆپ تەكرارلىماسلىق كېرەك. ئىككىنچى، بىۋاستە كۆرسىتىش شەكلى. بۇنىڭدا مەقسەت ئېنىق بولۇپ، سوئال كونكرېت، كەسكىن سورىلىدۇ. سوئال بىلەن جاۋابنىڭ ماسلىششى كۈچلۈك بولۇپ، قارشى تەرەپ ئۆزىنى قاچۇرالمايدۇ. ماھىيەتلىك مەزمۇنلارغا ئاسانلا چوڭقۇرلاپ كىرگىلى بولىدۇ. ئۈچىنچى، مەسلىھەت شەكلى. بۇنىڭدا مەسىلىنىڭ نېگىزى تۇتۇپ تۇرۇلۇپ، كونكرېت، ئېنىق سوئال يۇمشاق تەلەپپۇزدا، تەكلىپ ۋە ئۆتۈنۈش خاراكتېرىدە سورىلىدۇ.

زىيارەت خاتىرىسىنىڭ مۇخبىرلىقى ۋە يېزىقچىلىقىدا بۇ ئۈچ خىل شەكىلدىن بىۋاستە سوئال شەكلى ئاساس قىلىنىدۇ، قالغان ئىككى خىل سوئال شەكلى مۇۋاپىق بىرلەشتۈرۈلىدۇ. شۇنداق قىلغاندىلا زىيارەتنىڭ ئۈنۈمىنى، سۈپىتىنى يۇقىرى كۆتۈرۈپ، مەزمۇنىنىڭ يىغىنچاق، نىشانلىق، مەخسۇس بولۇشىنى ئەمەلگە ئاشۇرغىلى بولىدۇ.

4. مۇخبىر ۋەقە تەرەققىياتىغا قاتنىشىپ، زىيارەت خاتىرىسىگە جانلىق تۈس بېرىشى كېرەك.

زىيارەت خاتىرىسىنىڭ مۇتلەق كۆپ قىسمى بىرىنچى شەخس

تىلىدا يېزىلىدۇ، يەنى مۇخبىر ئۆزىنىڭ زىيارەت پائالىيىتىنى، سوئالنى قوشۇپ يېزىپ، ۋەقە تەرەققىياتىغا قاتنىشىدۇ. شۇنداق ئېيتىشقا بولىدۇكى، مۇخبىرنىڭ پائالىيىتى يېزىلمىغان، نەق مەيدان كۆرۈنۈشى بولمىغان، نەق مەيداندا كۆرگەن، ئاڭلىغان بىرىنچى قول ماتېرىيال خاتىرىلەنمىگەن ئەسەرنى زىيارەت خاتىرىسى دەپ قارىغىلى بولمايدۇ. بىز باشتا ئېيتىپ ئۆتكىنىمىزدەك، زىيارەت خاتىرىسىنىڭ مەزمۇن تەرەققىياتىدا مۇخبىر تامامەن تەشەببۇسكارلىق ھوقۇقىغا ئىگە. مەيلى سوئال سوراشتا بولسۇن، مەيلى زىيارەت قىلىپ كۆرۈشتە بولسۇن، مۇخبىر كۆڭلىگە پۈككەن مۇئەييەن مەقسىتىگە ئاساسەن يېتەكلەشكە ماھىر بولۇشى كېرەك. تۆۋەندە 1919 ـ يىلى 4 ـ فېۋرال نيۇيورك «دۇنيا گېزىتى» گە بېسىلغان مۇخبىر روبېرتنىڭ لېنىن ھەققىدىكى زىيارەت خاتىرىسىدىن مۇنۇ پارچىنى كۆرۈپ باقايلى:

«مەن موسكۋادىن دۆلىتىمگە يېڭىلا قايتىپ كەلدىم. بىر ھەپتە ئىلگىرى مەن موسكۋادا لېنىن بىلەن بىر قېتىم ئۇزاق سۆھبەت ئۆتكۈزدۈم، ئاساسي مەزمۇنى غەربتىكى ئىتتىپاقداش دۆلەتلەر بىلەن بولشېۋىكلار ھاكىمىيىتىنىڭ مۇناسىۋىتى مەسىلىسى بولدى. ئۇنىڭدىن ئىلگىرى مەن موسكۋادا تۇرغان توققۇز ئاي ئىچىدە لېنىن بىلەن نۇرغۇن قېتىم پاراڭلاشقانىدىم. بۇ قېتىم ئەھۋال تامامەن باشقىچە بولدى. لېنىن ئۆزىنىڭ رەسمىي زىيارەت قىلىنىشقا قوشۇلغانلىقىنى بىلەتتى، بۇ قېتىمقى زىيارەت مەزمۇنىنىڭ سىرتقى دۇنياغا كۆرسىتىدىغان تەسىرىمۇ ئۇنىڭغا تامامەن ئايان ئىدى. بىلىشىمچە، بۇ لېنىنىنىڭ رۇسىيەدە ھاكىمىيەتنى قولغا ئالغاندىن كېيىن، تۇنجى قېتىم مۇخبىرنىڭ زىيارىتىنى قوبۇل قىلىشى ئىدى.

لېنىن ھامان مەسىلىلەرنى دۇنيا ئىنقىلابى نۇقتىسىدىن تۇرۇپ سۆزلەيتتى. بۇ خۇددى بىر ئادەم يوگەنسىز شاش ئاتقا

مىنىپ قالغاندا شۇنداق بىر ئىشەنچ پەيدا بولغىنىغا ئوخشايدۇكى، ئۇ جەزمەن ئېگىلمەس ـ سۇنماس پوزىتسىيەدە بولۇشى كېرەك. ئۇنداق بولمىغاندا، ئۇ ئاتتىن يىقىلىپ چۈشىدۇ.

لېكىن، مەن شۇنىڭغا دىققەت قىلدىمكى، ئۇ قىلچە مۇرەسسە قىلمايدىغان تەلەپپۇزدا ھاياجان بىلەن سۆزلىسىمۇ، مەن گەپنى بۇ قېتىمقى زىيارەتنىڭ ئاساسىي تېمىسىغا، يەنى بولشېۋىكلار بىلەن شەرتنامىگە ئەزا دۆلەتلەر ئوتتۇرىسىدىكى مۇناسىۋەتكە يۆتكىگىنىمدە، ئۇنىڭ ھاياجانلانغان چىرايى خېلى پەسكويغا چۈشتى ھەم ئۇنىڭدا قىزىقىش ئىپادىسى كۆرۈلۈشكە باشلىدى.

مەن جەزم قىلالايمەنكى، لېنىن تىنچلىقنى ئەمەلگە ئاشۇرۇشنى ئۈمىد قىلىدۇ. دەل شۇنداق بولغانلىقى ئۈچۈنلا مەن ئۇنى زىيارەت قىلدىم. ئەمەلىيەتتە موسكۋادىكى ھەممە كىشىگە مەلۇمكى، لېنىن تىنچلىقنى ئىشقا ئاشۇرۇشتىكى ئالدىنقى شەرتكە قوشۇلغان ھەم ئۇنى قوبۇل قىلغان، يەنى سوۋېت ھاكىمىيىتىنىڭ كونا ھاكىمىيەتنىڭ ئۇرۇش قەرزىنى تۆلىشىگە قوشۇلغان. لېكىن، ئىنقىلاب غەلىبە قىلغان چاغدا بۇ قەرز بىراقلا ئۆچۈرۈپ تاشلاندى.

بولشېۋىكلارنى رۇسىيەدىكى ھەر خىل ھۆكۈمەتسىزلىك كۈچلىرىگە كەڭچىلىك قىلىشقا كۆندۈرۈش مۇتلەق ئاسانغا چۈشمەيدىغان ئىش. بۇ كۈچلەر گەرچە تېز ھالاك بولۇۋاتقان بولسىمۇ، لېكىن ھازىرچە رۇسىيەگە ھۆكۈمرانلىق قىلماقچى بولۇۋاتقان ئادەملەردىن كۆپ كۈچلۈك. مەن سوئالنى مۇنداق ئوتتۇرىغا قويدۇم: رۇسىيەدىكى ھەرقايسى سىياسىي گۇرۇھلار شاھزادە ئارىلىغا ئادەم ئەۋەتىپ شەرتنامىگە ئەزا دۆلەتلەرنىڭ ۋەكىللىرى بىلەن سۆھبەتلىشىشى توغرىسىدا تەكلىپ تاپشۇرۇۋالدى. بۇ تەكلىپنى قوبۇل قىلىش ياكى رەت قىلىش توغرىسىدا سىز ئېنىق جاۋاب بېرەلەمسىز؟ مەن رۇسىيەدىن ئايرىلماقچى بولۇۋاتقانلىقىمنى، ئېنىق خەۋەر ئېلىپ كېتىشنى

ئۇمىد قىلىدىغانلىقىمنى ئۇنىڭغا ئەسكەرتىپ قويدۇم. بۇ چاغدا لېنىن ئۆزىنىڭ ياردەمچىسى — چوڭ ئوت قويىرۇق بورس لىنىستىن بىلەن كۆز بېقىشتۇالغاندىن كېيىن تەمكىن هالدا مۇنداق دېدى:

— رۇسىيە هۆكۈمىتى قەرزنى تۆلەش خاھىشىغا مايىل. ئەگەر بۇ ئۇنىڭغا قارشى ئۇرۇشنىڭ توختايدىغانلىقىدىن دېرەك بەرسىلا.

مەن بۇ سۆزنى خاتىرىلىۋېلىپ، ئۇنىڭغا ئۇنلۇك ئوقۇپ بەردىم. «دەل شۇنداق» دېدى ئۇ.

بىرئازدىن كېيىن ئۇ مۇنداق دېدى: «بىز تىنچلىققا موهتاج هەمدە تىنچلىقنى ئىشقا ئاشۇرۇش توغرىسىدا نۇرغۇن قېتىم تەكلىپمۇ بەردۇق، — بۇ چاغدا لېنىننىڭ چىرايى ئىنتايىن جىددىي تۈس ئالدى، — بىز هەم داۋاملىق ئۇرۇشۇشقىمۇ تەييارلىق قىلىپ قويدۇق، غەلىبە قىلىشقىمۇ ئىشەنچىمىز كامىل. قازان بىلەن سامارانى قولغا ئالغاندىن بۇيان ئارمىيەمىز كەينى ـ كەينىدىن غەلىبىلىك جەڭ قىلدى. بىرنەچچە كۈندىن بېرى يەنە خۇش خەۋەرلەر كېلىۋاتىدۇ».

روشەنكى، بۇ مەسىلە ئۈستىدە لېنىن داۋاملىق سۆزلىمەكچى بولۇۋاتاتتى. بۇ چاغدا مەن زىيارىتىمدىكى ئىككىنچى سوئالنى ئوتتۇرىغا قويدۇم: «ئۇنداقتا دۆلەتلەر بىرلەشمىسىگە قانداق قارايسىز؟ يېقىندا بولشېۋىكلارنىڭ داھىيلىرى هاكىمىيەتكە كىردى. بۇ دۆلەتلەر بىرلەشمىسىنىڭ سوۋېت هاكىمىيىتىگە بولغان قارىشىغا تەسىر كۆرسەتمەمدۇ؟»

مېنىڭ سۆزۈم تۈگىمەيلا لېنىن گەپ باشلاپ كەتتى. ئۇنىڭ ئادەتتىكى مۇلايىم تەلەپپۇزى بىردىنلا كەسكىنلەشتى. ئۇ مۇنداق دېدى: «ئۇلار دۆلەتلەر بىرلەشمىسى ئەمەس، بەلكى باشقا دۆلەتلەرنى بوغۇپ تاشلاشنى ئويلايدىغان جاهانگىرلار ئىتتىپاقى». ئۇ زەهەرلىك تەلەپپۇز بىلەن قوشۇپ قويدى: « ۋېلسۇن زۇڭتۇڭ

بەك دانا بولۇپ كەتتى!،

.......»

— «غەرب ئاخبارات ئەسەرلىرىدىن نەمۇنىلەر»

دېمەك، زىيارەت خاتىرىسىدە مۇخبىرنىڭ ئوبرازى بولىدۇ، زىيارەت قىلىش، سوئال سوراش بولىدۇ، ھەرىكەت تۇيغۇسى بولىدۇ، ھېسسىيات ئالماشتۇرۇش بولىدۇ. شۇنداق قىلىپ، ئەسەردە ئاپتور جانلىق بولغان دىراماتىك كەيپىيات يارىتىدۇ.

شۇنى ئەسكەرتىپ ئۆتۈش كېرەككى، زىيارەت خاتىرىسىدە مۇخبىر ئۆز پائالىيىتىنى يازىمەن دەپ، رەھبەر ياكى دانا ئادەم قىياپىتىگە كىرىۋالماسلىقى، ئۆزىنى ھەددىدىن زىيادە گەۋدىلىك ئورۇنغا قويۇۋالماسلىقى، ھە دېگەندىلا ئۆزى سۆزلەپ، باشقىلارغا گەپ بەرمەيدىغان ئىشنى قىلماستىن، زىيارەت ئوبيېكتىنى كۆپرەك سۆزلىتىشى لازىم.

5. مۇۋاپىق نەق مەيدان كەيپىياتى ۋە شەخس تەسۋىرى بولۇشى كېرەك.

زىيارەت خاتىرىسىنى يېزىشتا ئاپتور ئوقۇرمەنلەرنى نەق مەيدانغا باشلاپ كىرىشكە، ۋەقەنىڭ پەيدا بولۇش، تەرەققىي قىلىش، ئۆزگىرىشىدىكى تېپىك مۇھىتقا باشلاپ كىرىشكە ماھىر بولۇشى لازىم. بۇنىڭ ئۈچۈن، زىيارەت قىلىنىۋاتقان مۇھىت گەۋدىلەندۈرۈلۈشى، مۇئەييەن مۇھىت ئىچىدىكى كەيپىيات ۋە ھەرىكەت تەسۋىرلىنىشى لازىم.

مۇھىت تەسۋىرى زىيارەت خاتىرىسىنى نەق مەيدان تۇيغۇسىغا، ھەقىقىيلىققا ۋە تەسىرچانلىققا ئىگە قىلىشتىكى مۇھىم ۋاستە. ئۇنىڭدا مۇخبىر «مەن» نىڭ كۆزى، قۇلىقى، بۇرنى ئارقىلىق ئوقۇرمەنلەرنى شەخسلەر ھەرىكەت قىلىۋاتقان مۇئەييەن مۇھىت ئىچىگە باشلاپ كىرىدۇ. دوكتور كىسىنگىر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى (ئامېرىكا قوشما ئىشتات ئاگېنتلىقى ۋاشىنگتون 1973 ـ يىلى 23 ـ ئاپرېل تېلېگراممىسى، ئالاھىدە مۇخبىر سېئول پېت) دىكى مۇنۇ

مۇھىت تەسۋىرىنى كۆرۈپ باقايلى:

«مۇخبىر ھېنرى ئالفرد كېسىنگېرنىڭ قوبۇل قىلىشىنى كۈتمەكتە. ئورنى بۇرۇنقى ئاقسارايىنىڭ غەربىي زالى، ھازىرقى زىڭتۇڭنىڭ كۈتۈۋېلىش بۆلۈمى. بۇ يەر ئەينى چاغدا مۇخبىرلارنىڭ خەۋەر كۈتۈپ تۇرىدىغان جايىغا سېلىشتۇرغاندا، كۈتۈۋېلىش بۆلۈمى بىر ھەسسە كىچىكلەپ، بىر ھەسسە جىمجىتلىشىپ، تۈت ھەسسە پاكىزلىشىپ قالغاندى. كۈتۈۋېلىش ئۆيىنىڭ ئاستىغا قېنىق يېشىل گىلەم سېلىنغان بولۇپ، تامغا كىشىنى مەپتۇن قىلىدىغان مەنزىرە رەسىمى ئېسىپ قويۇلغاندى. كېسىنگېر ئىشخانىسىنىڭ ئىشىكى ئالدىدا بىر مۇھاپىزەتچى خادىم ئالدىغا بىر شىرەنى قويۇپ ئولتۇراتتى. ئۇ ماڭا كۆزىنى ئۇزمەي تىكىلىپ قاراۋاتاتتى. مەن ئۇنىڭ كۆزلىرىدىن ئەيمىنىپ، ئىختىيارسىز ھالدا قورۇنۇپ قالدىم ...

كېسىنگېرنىڭ ئىشخانىسى ئىنتايىن جىمجىت بولۇپ، ئاقسارايىنىڭ غەربىي شىمال بۇرجىكىدىكى بىر يۇرۇش ئۆيلەر ئىدى. مەن كىرىپلا تامغا ئېسىلغان چوڭ بىر رەڭلىك رەسىمگە كۆزۈم چۈشتى. بۇ، مال دوختۇرىنىڭ چۆچۈپ كەتكەن بىر بۆرە ئىتقا ۋاكسىنا ئۇرماقچى بولۇۋاتقان كۆرۈنۈشى ئىدى. مەن زىيارەتكە كېلىشتىن ئىلگىرى بۇ رەسىمنى رۇسىيەدىكى بىر كۆرگەزمىخانىدا كۆرگەزمە قىلىنغاندا، كېسىنگېرنىڭ كۆڭلىگە يېقىپ قالغاچقا، رۇسىيە باش ئەلچىسى ئاناتولى دوبىلىنىنىڭ ئۇنىڭغا تەقدىم قىلغانلىقىنى ھەم رەسىمنىڭ كەينىگە «ھېنرى، بەك ئەستايىدىل بولۇپ كەتمەڭ، جىددىيلەشمەڭ، ئازراق ئارامخۇدا يۈرۈڭ» دېگەن بېغىشلىمىنى يېزىپ بەرگەنلىكىنى ئۇققانىدىم ...

مەن قىزىقىش نەزىرى بىلەن ئۇنىڭ ئىش ئۈستىلى ئۈستىگە ۋە كەينىدىكى ئۈستەلگە دۆۋىلەپ قويۇلغان ھۆججەتلەرگە كۆز يۈگۈرتۈپ چىقتىم، ھېلىقى ئۈستەلگە ھەربىرىنىڭ ئۇزۇنلۇقى

بىر چى كېلىدىغان تۈرمەللەنگەن ماتېرىياللار تىزىپ قويۇلغانىدى، ھەر خىل ئاددىي تېلېگراممىلار ئۈچ سۆڭ قېلىنلىقتا دەستىلەكلىك تۇراتتى، جىددىي تېلېگراممىلار بولسا ئۇنىڭدىنمۇ ئېگىز ئىدى، بۇ تېلېگراممىلار ئايرىم - ئايرىم ھالدا پارقىراپ تۇرىدىغان رەڭدار سولياۋ قۇتىلارغا قاچىلاپ قويۇلغانىدى. ھەر شەنبە كۈنىدە كېسىنگىر مۇشۇ تېلېگراممىلارنى بىرمۇبىر ئوقۇپ تۈگىتىدۇ - دە، ئاقسارايدىكى بيۇروكراتلاردىن بىر ھەسسە غالىبانە ئورۇنغا ئۆتىدۇ.

مانا بۇ مۇھىت تەسۋىرى كېسىنگىرنىڭ سۈرلۈك، يۇمۇرلۇق ۋە جىددىي خىزمەت مۇھىتىنى ئوقۇرمەنلەرنىڭ كۆز ئالدىدا جانلىق گەۋدىلەندۈرۈپ بېرىدۇ. بۇ يەردە شۇنى ئەستە تۇتۇش كېرەككى، مۇھىت تەسۋىرى ئەسەر مەزمۇنىدىن چەتنىگەن قۇرۇق تەسۋىر بولماستىن، شەخسلەرنىڭ خاراكتېر ئالاھىدىلىكىنى، مەركىزىي ئىدىيەنى ئېچىپ بېرىش ئۈچۈن خىزمەت قىلالايدىغان بولۇشى كېرەك.

زىيارەت خاتىرىسىدە دائىم دېگۈدەك شەخسلەرنىڭ ئىدىيەۋى قىياپىتىنى ۋە خاراكتېر ئالاھىدىلىكىنى گەۋدىلەندۈرۈش ئۈچۈن شەخسلەرنىڭ قىياپىتى ۋە ھەرىكىتى تەسۋىرلىنىدۇ. شەخسلەر ھەققىدىكى بۇنداق تەسۋىر ئالاھىدىلىككە ئىگە بولۇشى، شەخسلەرنىڭ سالاھىيىتىگە ئۇيغۇن كېلىشى، ئىخچام بولۇشى، ئىمكانقەدەر تاشقى قىياپىتىدىن ئىچكى دۇنياسىغا چوڭقۇرلاپ كىرىشى لازىم. لېنىن توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىدە مۇنداق بىر ئابزاس ھەرىكەت تەسۋىرى بار:

«لېنىن مەن بىلەن سۆزلىشىۋېتىپ ئورۇندۇقنى مەن تەرەپكە پات - پات سۈرۈپ قوياتتى. ئاخىر بىزنىڭ تىزلىرىمىز بىر - بىرىگە چىڭ تېگىشىپ قالدى. ئۇنىڭ بارمىقى بۇرنۇمنىڭ ئۇچىدىلا پۇلاڭلاپ تۇراتتى، ئۇنىڭ خىسلىتى ماڭا چوڭقۇر تەسىر

قىلدى. بۇ خىل خىسلەت خۇددى مەلۇم بىر شەكىلسىز نەرسىنىڭ ئۆي ئىچىگە لىق تولۇپ كەتكىنىگە ئوخشايتتى.»

بۇ تەسۋىر لېنىننىڭ ئاددىي ـ ساددا، ئۆزگىچە خۇسۇسىيەتكە ئىگە ئوبرازىنى تېخىمۇ جانلاندۇرۇۋەتكەن. كېيىننگىر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىدىن يەنە تۆۋەندىكى ئابزاسنى كۆرۈپ باقايلى:

«هازىر كېيىننگىر تامامەن يېنىكلەشتى. ئۇ يۆلەنچۈكلۈك ئورۇندۇققا ئۆزىنى پوككىدە تاشلاپ، نەپىس بىر قول ئىشارىتى بىلەن مېھماننى ئولتۇرۇشقا تەكلىپ قىلدى. ئۇ بۇ يىل قىرىق يەتتە ياشتا بولۇپ، بويىنىڭ ئېگىزلىكى بەش چى توققۇز سۇڭ كېلىدۇ، ئېغىرلىقى بىر يۈز يەتمىش بەش قاداق. ئۇ ئون بەش ياش ۋاقتىدا گېرمانىيەدىن مۇساپىر بولۇپ ئامېرىكىغا كەلگەن. كېيىن خارۋارد ئۇنىۋېرسىتېتىنىڭ پىروفېسسورى، شەرقىي قىسىم ئىلىم قاتلىمىدىكى داڭلىق زات ۋە قىيىن خەلقئارالىق مەسىلىلەرنى يېشىشنىڭ مۇتەخەسسىسى بولغان. هازىر ئۇ ئىنگلىز تىلىنى قويۇق گېرمانىيە تەلەپپۇزى ئارىلاش سۆزلەيدۇ. ئۇنىڭ قوڭۇر رەڭ چاچلىرى ئىككى چېكىسىدە كىچىك ـ كىچىك رەتلىك بۇدۇر دولقۇنى ياساپ، كۆزئەينەك قىستۇرۇلغان قۇلاقلىرى كەينىدە غايىب بولىدۇ. ئۇنىڭ يېشىللىق ئارىلاشقان كۇل رەڭ كۆزلىرىدىن كىشىلەر ئۇنىڭ ئۆتكۈر كالىلىسىنىڭ باشقىلارنىڭ گاراڭلىقىغا تىرىشىپ ماسلىشىۋاتقانلىقىنى كۆرۈۋالالايدۇ.»

ماهىرلىق بىلەن بېرىلگەن بۇ هەرىكەت ۋە قىياپەت تەسۋىرىدە ئاپتور زىيارەت ئوبيېكتىنىڭ تاشقى قىياپىتىدىن ئاستا ـ ئاستا ئىچكى خاراكتېرىگە ئىچكىرىلەپ كىرگەن. مۇشۇ

ئەسەردە يەنە ئاپتور كېسىنگىرنىڭ ئىككى قېتىملىق تېلېفوننى ئالغان چاغدىكى ئوخشىمىغان قىياپىتى ۋە ھەرىكىتى ئارقىلىق، ئۇنىڭ زۇڭتۇڭغا بىر خىل، قول ئاستىدىكىلەرگە بىر خىل مۇئامىلە قىلىدىغان خاراكتېرىنى ناھايىتى تەبىئىي ۋە ئەپچىللىك بىلەن ئېچىپ تاشلايدۇ.

قىياپەت تەسۋىرىنى بەرگەندە شەخسلەرنىڭ ئوبرازىنى خۇنۇكلەشتۈرىدىغان غەلىتە تەسۋىرلەردىن ساقلىنىش كېرەك. مەسىلەن، مەشھۇر بىر ماتېماتىكا ئالىمى توغرىسىدا يېزىلغان زىيارەت خاتىرىسىدە ئۇنىڭ ئادەتتىكى ئىشلارغا ئانچە ئېتىبار قىلىپ كەتمەيدىغان تەرىپىنى گەۋدىلەندۈرۈش ئۈچۈن، مۇنداق تەسۋىرنى بەرگەن: «ئۇنىڭ جۇڭسەن پاسونىدىكى چاپىنى ناھايىتى قىسقا بولۇپ، ئادەتتىكىدىن تەخمىنەن ئىككى ـ ئۈچ سۇڭ قىسقا ئىدى. ئايىغىنىڭ بوغقۇچلىرىمۇ چىگىلمىگەنىدى. چاپىنىنىڭ بەزى تۈگمىلىرى جايىدا ئېتىلمىگەنىدى. ئۇنىڭ بىر كۆل رەڭ شەپكىسى بولۇپ، خۇددى چىلىغان كۆكتاتتەك پۈرلىشىپ كەتكەنىدى. ئۇ سۆزلەۋېتىپ ھېلىقى شەپكىسىنى بېشىغا خۇددى تاۋۇز ئۈستىگە تەخسىنى قوندۇرۇپ قويغاندەك تاشلاپ قويدى. «خەلق ئەدەبىياتى» ژۇرنىلىنىڭ بىر مۇھەررىرى بۇنى كۆرۈپ كۈلۈپ كەتتى ـ دە، دەرھال كېلىپ ئوڭشاپ كىيدۈرۈپ قويدى.»

بۇ تەسۋىردە ئاپتور غەلىتىلىككە بېرىلىپ كېتىپ، شەخسنىڭ ئېجابىي ئوبرازىنى گەۋدىلەندۈرۈپ بېرەلمەي قالغان. بۇنىڭدىن باشقا، يەنە تەسۋىرنىڭ كونا، قاتمال بولۇپ قېلىشىدىن، ئاددىي، يۈزەكى، مەسىلىنى چۈشەندۈرۈپ بېرەلمەسلىكتىن، ھەممەيلەنگە تونۇشلۇق بولسىمۇ، زورىغا تەسۋىرلەپ قويۇشتىن ساقلىنىش كېرەك.

تۆۋەندە شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى، ۋەقە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى ۋە مەسىلە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى توغرىسىدا قىسقىچە توختىلىمىز.

شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى

بۇ، نۆۋەتتە ئوقۇرمەنلەر ئومۇميۈزلۈك كۆڭۈل بۆلىدىغان ئاخباراتلىق شەخسلەر توغرىسىدا يېزىلىدىغان زىيارەت خاتىرىسى بولۇپ، ئۇنىڭدا شەخسلەرنىڭ نەمۇنىلىك ئىش ـ پائالىيەتلىرى، ئالاھىدە سەرگۈزەشتلىرى، كەشپىيات ۋە خىزمەت نەتىجىلىرى ئىچىدىكى ئايرىم ئالاھىدە تەرەپلىرى مەركەزلىك ئەكس ئەتكۈزۈلىدۇ.

شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىدە يېزىلىدىغان ئوبيېكتلار ئىككى خىل بولىدۇ. بىرى، يېڭىدىن ئوتتۇرىغا چىققان ۋە كۆزگە كۆرۈنگەن مەشھۇر شەخسلەر، سىياسىي پائالىيەتچىلەر، كارخانىچىلار، ئىسلاھات ئاۋانگارتلىرى، ھەربىي ئالىملار، ئەدەبىيات ـ سەنئەت ساھەسىدىكى داڭلىق كىشىلەر، مائارىپ سېپىدىكى ئىلغارلار، يېڭى كەشپىيات ياراتقان ئالىم، مۇتەخەسسىسلەر، جەمئىيەتكە گەۋدىلىك تۆھپە قوشقان ئىلغار شەخسلەر ۋە بىردىنلا نام چىقارغان يېڭى كىشىلەر قاتارلىقلار ... بۇنىڭدا ئاخباراتلىق شەخسلەرنىڭ يېڭى نەتىجە ۋە كەشپىياتقا قانداق ئېرىشكەنلىكى ئەكس ئەتكۈزۈلۈش ئارقىلىق، ئوقۇرمەنلەرگە ئۈلگە تىكلەش ھەم ئۇلار قىزىقىدىغان مەزمۇنلارغا جاۋاب بېرىش تۈپ مەقسەت قىلىنىدۇ. يەنە بىرى، ھەرقايسى دەۋرلەردە ۋەتەن ۋە خەلق ئۈچۈن گەۋدىلىك تۆھپە قوشقان ئىنقىلاب پېشۋالىرى، مەشھۇر جامائەت ئەربابلىرى، خەلق قەھرىمانلىرى قاتارلىقلار ... بۇ كىشىلەرنىڭ مۇتلەق كۆپ قىسمى ھايات بولمىغانلىقى ئۈچۈن ۋاستىلىك زىيارەت قىلىنىدۇ ھەم مۇئەييەن ۋەزىيەت، مەلۇم مەقسەت بىلەن بىرلەشتۈرۈپ، ئۇلارنى خاتىرىلەش، ئەسلەش ئاساسىي مەقسەت قىلىنىدۇ.

شەخسلەر ھەققىدىكى زىيارەت خاتىرىسى يەنىلا شەخس، نەق

مەيدان، مۇخبىردىن ئىبارەت ئۈچ ئامىلدىن ئايرىلالمايدۇ. شەخس ئۇنىڭدىكى ئىپادىلەش مەركىزى بولىدۇ. ئاساسلىقى ئۇنىڭدا شەخسلەرنىڭ ئىش ئىزلىرى، كەچۈرمىشلىرى، تەتقىقات ساھەسى نۇقتىلىق يېزىلىپ، بۇ پاكىتلار ئىچىدىن شۇ شەخسنىڭ روھىي قىياپىتىنى تولۇق ئەكس ئەتكۈزۈپ بېرەلەيدىغان، كىشىلەرگە ئىلھام بولىدىغان مەركىزىي ئىدىيە تاۋلاپ چىقىلىدۇ.

شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى شەخسلەرنىڭ ئىش ئىزلىرىنى، پەزىلىتىنى، كىشىلىك خاراكتېرىنى يېزىش جەھەتتە شەخسلەر ھەققىدىكى تەپسىلىي خەۋەر بىلەن ئاساسىي جەھەتتىن ئوخشىشىپ كېتىدۇ، لېكىن پەرقلىنىدىغان يېرى، زىيارەت خاتىرىسىنىڭ مەزمۇنى نىسبەتەن يىغىنچاق ۋە تار بولىدۇ. ئەكس ئەتكۈزۈش ئۇسۇلى جەھەتتە زىيارەت خاتىرىسىدە سۆھبەت جەريانىنى ۋە شەخسنىڭ سۆزىنى يېزىش ئاساس قىلىنىدۇ. ئاپتورنىڭ بايان تىلى ئارقىلىق بېرىلىدىغان ماتېرىياللار ئىخچام، يىغىنچاق يېزىلىدۇ، گاھىدا پەقەت ئارقا كۆرۈنۈش سۈپىتىدىلا ئىشلىتىلىدۇ.

شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى مۇخبىرلارنىڭ سوئالىغا جاۋاب بېرىش بىلەن ئوخشىمايدۇ. مۇخبىرلارنىڭ سوئالىغا جاۋاب بېرىشتە گاھىدا چېتىلىدىغان مەزمۇنلار بىرقەدەر كەڭ بولىدۇ. ئەمما، ئىپادىلەش شەكلى ئاساسەن سوئال ـ جاۋابتىن ئىبارەت بولىدۇ. زىيارەت خاتىرىسىدە بولسا مەزمۇن بىرقەدەر يىغىنچاق بولسىمۇ، ئۇنىڭدا شەخسنىڭ ئىش ئىزلىرى، روھىي قىياپىتى ۋە پورترېت تەسۋىرىنى ئۆز ئىچىگە ئالغان بىر پۈتۈن ئوبرازى گەۋدىلەندۈرۈلىدۇ. ئىپادىلەش ئۇسۇلى جەھەتتە سۆھبەت ۋە سۆزنى يېزىشتىن باشقا، ئاپتورنىڭ كۆرگەن ـ ئاڭلىغانلىرى، نەق مەيدان تەسۋىرلىرى ۋە ھېسسىيات، مۇھاكىمىلىرى بېرىلىدۇ. دېمەك، شەخسلەر توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىدە پورترېت تەسۋىرى، ھايات پائالىيەتلىرىنىڭ بايانى ۋە شەخسنىڭ سۆزىدىن ئىبارەت بىرقانچە تەرەپ

مۇناسىۋىتى ياخشى بىر تەرەپ قىلىنىدىغانلا بولسا، شەخسلەر ئوبرازىنى ھەقىقىي، جانلىق گەۋدىلەندۈرۈپ بەرگىلى بولىدۇ.

ۋەقە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى

بۇ، مەلۇم بىر ۋەقەنىڭ ھەقىقىي ئەھۋالىنى، ئەھمىيىتىنى ئوقۇرمەنلەرگە چۈشەندۈرۈش مەقسىتىدە ۋەقە قاتناشچىلىرى، گۇۋاھچىلىرى ۋە ئۇنىڭغا مۇناسىۋەتلىك نوپۇزلۇق زاتلارنى زىيارەت قىلىش ئارقىلىق يېزىلىدىغان زىيارەت خاتىرىسىدۇر.

ۋەقە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى بىلەن ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىنىڭ ئوخشىشىدىغان يېرى شۇكى، بۇلارنىڭ ھەر ئىككىلىسىدە يېزىلىدىغان ۋەقەلەر تىپىكلىككە ۋە ئاخباراتچانلىققا ئىگە بولۇشى كېرەك. ئوخشىمايدىغان يېرى، ۋەقە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىدە ۋەقەنىڭ بىر پۈتۈن جەريانىنى بايان قىلىش ئاساس قىلىنماي، مەخسۇس بىر تېما تۇتۇپ ئېچىپ بېرىلىدۇ. ۋەقە تەپسىلىي خەۋىرىدە ۋەقەنىڭ سەۋەب ـ نەتىجە مۇناسىۋىتى كونكرېت، ئوبرازلىق تونۇشتۇرۇلىدۇ، جەريان تەپسىلىي يېزىلىدۇ ياكى ۋەقەدىكى بىرقانچە ئاساسلىق كۆرۈنۈش ئومۇملاشتۇرۇلۇپ بايان قىلىنىدۇ. شۇنداقلا، ۋەقە جەريانىدىكى كوللېكتىپ ئوبراز يارىتىلىپ، خەلق ئاممىسىنىڭ روھىي قىياپىتى ۋە دەۋر روھى گەۋدىلەندۈرۈلىدۇ. ۋەقە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىدە ۋەقەنىڭ ئايرىم تىپىك بىر قىسمى ئۈزۈۋېلىنىپ، ئوقۇرمەنلەر ئەڭ كۆڭۈل بۆلىدىغان مەسىلىگە جاۋاب بېرىلىدۇ ۋە ئۇنىڭ ماھىيەتلىك ئالاھىدىلىكى كۆرسىتىپ بېرىلىدۇ.

ۋەقە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى ئۆزىدە ئەكس ئەتكۈزۈلگەن ۋەقەنىڭ يېقىندا يۈز بەرگەن تىپىك ۋەقە بولغانلىقى بىلەن ئاخباراتچانلىققا ئىگە بولىدۇ ياكى يېزىلغان ۋەقە كونا ۋەقە بولسىمۇ، زىيارەت قىلىنغان ئوبيېكت

ئاخباراتلىق شەخس بولغانلىقى بىلەن ئاخباراتچانلىقى ئىگە بولىدۇ. شۇڭا، ۋەقە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىنىڭ دائىرىسى ئىنتايىن كەڭ بولىدۇ.

ئىپادىلەش شەكلى جەھەتتە ۋەقە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىدىمۇ زىيارەت ئوبيېكتى، مۇھىت ۋە مۇخبىردىن ئىبارەت ئۈچ ئامىل بولىدۇ. لېكىن، بۇنىڭدا ۋەقەنى يېزىش ئاساس قىلىنىپ، زىيارەت قىلىنغان شەخس پەقەت شۇ ۋەقەنىڭ گۇۋاھچىسى سۈپىتىدە يېزىلىدۇ. شۇ شەخسنىڭ سۆزلەپ بەرگەنلىرى ئارقىلىق ۋەقەنىڭ ھەقىقىي قىياپىتى، يۈزلىنىشى ۋە ياكى يەكۈنى چۈشەندۈرۈلىدۇ. بۇنىڭدا شەخسلەرنىڭ تاشقى قىياپىتىنى، پسىخىك ھالىتىنى ئىنچىكە تەسۋىرلەش تەلەپ قىلىنمايدۇ. ۋەقە جەريانىدىكى كوللېكتىپ ئوبرازمۇ سۈرەتلەنمەيدۇ.

ۋەقە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىدە شۇ ۋەقەنىڭ گۇۋاھچىلىرىنى، قاتناشچىلىرىنى زىيارەت قىلغاندىن باشقا، مۇخبىر يەنە يۈز بېرىۋاتقان ۋەقە ئىچىگە كىرىپ تۇرۇپ، بىۋاستە كۆزەتكۈچى سۈپىتىدە ۋەقەنىڭ شۇ مەيداندىكى جەريانى ۋە كەيپىياتىنى بايان قىلىپ سۈرەتلەپ بەرسىمۇ بولىدۇ. شۇنداق زىيارەت خاتىرىسىنىڭ نەق مەيدان تۇيغۇسى ۋە ئوقۇشچانلىقى تېخىمۇ يۇقىرى بولىدۇ.

مەسىلە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى

مەسىلە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسى مۇخبىرنىڭ ئىجتىمائىي تۇرمۇش ۋە ئەمەلىي خىزمەت جەريانىدىكى كىشىلەر ئورتاق كۆڭۈل بۆلىدىغان ۋە جىددىي ھەل قىلىشقا تېگىشلىك بولغان مەسىلىلەر توغرىسىدا مۇناسىۋەتلىك ئورۇن ۋە خادىملارنى زىيارەت قىلىش ئارقىلىق يازغان ئەسىرىنى كۆرسىتىدۇ. مەسىلەن، مال باھاسىنىڭ تەڭشىلىشى، ئولتۇراق

ئۆي ئىسلاھاتى، ئالىي مەكتەپكە ئوقۇغۇچى قوبۇل قىلىش ۋە ئوقۇش پۇتكۈزگەن ئوقۇغۇچىلارنى تەقسىم قىلىش ئىسلاھاتى، زىيالىيلارغا قارىتىلغان تۇرمۇش مۇئامىلىسى قاتارلىق مەسىلىلەر جەمئىيەتتىكى كىشىلەر بىرقەدەر ئورتاق كۆڭۈل بۆلىدىغان مەسىلىلەر. مۇخبىر بۇ مەسىلىلەر ھەققىدىكى مەخسۇس زىيارەت ئارقىلىق، كۆپچىلىك كۆڭۈل بۆلىدىغان مەسىلىلەرگە جاۋاب بېرەلەيدۇ. مەسىلە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىدىمۇ تىپىكلىك، ئاخباراتچانلىق ۋە مەخسۇس بولۇش تەلىپى ھازىرلىنىشى لازىم. بۇنىڭدىن باشقا، يەنە مەسىلىنىڭ قاراتمىلىقىغا، ۋاقىتچانلىقىغا ئىگە بولۇشىغا دىققەت قىلىش كېرەك. يەنى، ئاممىنىڭ ئىدىيەۋى تونۇشىدىكى مەسىلىلەرگە قارىتا نۆۋەتتىكى ۋەزىيەت ۋە ۋەزىپىگە ئاساسەن، پارتىيەنىڭ فاڭجېن ـ سىياسەتلىرىنى چۈشەندۈرۈش ۋە شەرھلەش كېرەك.

مەسىلە توغرىسىدىكى زىيارەت خاتىرىسىنى جانلىق كەيپىياتقا ئىگە قىلىش ئۈچۈن، گاھىدا كىچىك ھېكايىلەرنى قىستۇرۇشقىمۇ، خىلمۇخىل ئىپادىلەش ۋاستىلىرىنى بىرلەشتۇرۇپ قوللىنىشقىمۇ بولىدۇ.

مۇخبىرلىق سەنئىتى

ئاپتورى: مۇختار مەخسۇت
مەسئۇل مۇھەررىرى: زىلەيخا ئەزىز
تەكلىپلىك مۇھەررىرى: تۇرسۇن هامۇت
مەسئۇل كوررېكتورى: زەمىرە پىدائىي
تەكلىپلىك كوررېكتورى: ۋەلى زەيدۇن
مۇقاۋىسىنى لايىھەلىگۈچى: مەمەت نەۋبەت
نەشر قىلىپ تارقاتقۇچى: شىنجاڭ خەلق نەشرىياتى
تېلېفون: 0991-2827472
ئادرېسى: ئۈرۈمچى شەھىرى جەنۇبىي ئازادلىق يولى 348 ـ نومۇر
پوچتا نومۇرى: 830001
باسقۇچى: شىنجاڭ ئىشلەپچىقىرىش ـ قۇرۇلۇش بىڭتۇەنى باسما زاۋۇتى
ساتقۇچى: شىنجاڭ ئۇيغۇر ئاپتونوم رايونلۇق شىنخۇا كىتابخانىسى
فورماتى: 1230 × 880 مىللىمېتىر 1/32
باسما تاۋىقى: 11.5
نەشرى: 2012 ـ يىلى 2 ـ ئاي 1 ـ نەشرى
باسمىسى: 2012 ـ يىلى 2 ـ ئاي 1 ـ بېسىلىشى
تىراژى: 1 — 3000
كىتاب نومۇرى: ISBN 978 - 7 - 228 - 14973 - 5
باھاسى: 30.00 يۈەن

مۇقاۋىنى لايىھەلىگۈچى: مەمەت نەۋبەت

ISBN 978-7-228-14973-5

9 787228 149735 >

定价：30.00元