

Hikoya o'zi nima?

Spoiler/Спойлер (click to read/кликните, чтобы прочитать)

Salom, mening ismim Mark Egan, va men sizni hikoyalarga g'oyalarni topish va maqola yozish taklifi bilan nashriyotlarga murojat etish jarayoni bilan tanishtirmoqchiman.
Shunday qilib, biz tushunishimiz kerak bo'lgan birinchi narsa, bu odatda hikoya nimadan iborat bo'ladi?
Buni tushunish uchun ba'zi mezonlar mavjud. Birinchidan, hikoyada biror bir muammo yoki qaramaqarshilik bormi? Odamlar menga tez-tez kelib, o'zlari yaxshi hikoya deb o'ylaydigan materiallarini taklif qilishadi. Qiyinchilik shundaki, agar hikoyada biron bir muammo, qaramaqarshilik yoki yangi ma'lumot bo'lmasa, unda bu hikoya yaramaydi.
Agar kinoteatrda kino tomosha qilish uchun borsangiz, filmlarda har doim qandaydir muammo bo'ladi, qahramon ham bor. Yangiliklar ham xuddi shunday.
Agar siz kel ushbu do'kon haqida hikoya qilaylik desangiz, hop mayli bu hikoya nima haqida bo'ladi degan savol to'g'iladi? Agar do'kon ijara haqqi ko'tarilgani sababli qiyinchilikka duch kelgan bo'lsa, yangi savdo markazi bilan raqobat qila olmayotgan bo'lsa yoki boshqa kichik do'konlar muvaffaqiyatsiz bo'lganida omon qolish uchun aqlli tadbir qilgan bo'lsa, unda sizda hikoya uchun arziydigan mavzu bor.
Keyingisi, bu hikoyada g'ayrioddiy yangilik bormi?
Agar kimdir parashut bilan samalyotdan o'zini tashlayotgan bo'lsa, bu yangilik emas. Agar buni qilayotgan odamlar 100 yoshda bo'lsa va ular samolyotdan sakrab tushayotgan bo'lsalar, bu ehtimol hikoya yozishga arziydigan hodisa. Oddiy va odatiy hodisalar yaxshi hikoya bo'lishi dargumon. G'ayrioddiy va noyob voqealarni izlang.
Keyingi omil, hikoya tinglovchilar tomonidan javob ola oladimi?
Boshqacha qilib aytganda, sizning o'quvchilaringiz, tomoshabinlaringiz yoki tinglovchilaringiz bunga ahamiyat beradimi? Siz jalb qilmoqchi bo'lgan auditoriyani ushbu mavzu, tadbirning sohasi va vaqti qiziqtiradimi yoki ularga ko'tarilgan masala qiziqmi yoki yoq.
O'pkani shamollatadigan ventilyatorlar masalasi haqidagi hikoyalar Covid-19 avj olganidan keyin tomoshabinlar uchun juda qiziq bo'lib qoldi, ammo bir yil oldin hech kimni bu mavzu qiziqtirmasdi. Dolzarblilik muhim omildir.
Yana bir omil – bu mualliflar va ishtirokchilardir. Sizda ajoyib intervyu beruvchi insonlar, mutaxassislar yoki ushbu voqeaga aloqador odamlar bormi. Ba'zida ekspert yoki jabrlanuvchining fikrlari mavzuni hikoya qilib yoritishga loyiq bo'lishi mumkin.

Va nihoyat, sizning hikoyangizni taqdim etish uchun ta'sirli fotosuratlar, videolar yoki audiolar bormi? Agar siz televideniya uchun hikoya qilmoqchi bo'lsangiz, lekin sizda vizual ma'lumotlar va rasmlar bo'lmasa, unda bu sizning hikoyangizni ahamiyatini pasaytiradi. Xuddi shu jixat tegishli respondentlari bo'lmagan radio-hikoyaga ham taalluqlidir. Sizda hikoyani samarali ravishda aytib berish uchun kerakli mediya – video, fotosurat yoki audio materiallar bormi?
Xo'sh, hikoya uchun g'oyalarni qaerdan topasiz?
Birinchidan, sizda press-revizlar va siz qatnasha oladigan tadbirlar mavjud. Ular odatda yangiliklar yoki yangilanishlarni e'lon qilish uchun uyushtiriladi. Bunday hollarda, odatda nima bo'layotganini tushunib olgach, voqeani qaysi burchak ostidan aytib berishni o'zingiz belgilaysiz.
Keyingisi ma'lumotlardan foydalanish. Ko'pincha bir mavzu haqida juda ko'p ma'lumot beradigan ma'ruzalar va tadqiqotlar mavjud. Agar siz raqamlarni tahlil qila olsangiz, g'ayrioddiy yoki qiziqarli narsalarni topsangiz, ularni hikoyaga aylantirishingiz mumkin. Masalan, bitta hududda joylashgan maktablar boshqalar bilan taqqoslaganda juda past natija ko'rsatsa, buning sabablarini o'rganib chiqishingiz va bu haqida hikoya yozishingiz mumkin.
Tendentsiyalarni aniqlash va hikoyalarga mavzu topishning yana bir oson yo'li – ijtimoiy tarmoqlarni kuzatib borish. Yangiliklarga doir ogohlantirish (news alert) tizimini sozlang va aniq mavzular yoki hashtaglarni qidiring. Ijtimoiy mediya – sizning auditoriyangiz nima haqida gaplashayotganini aniqlashning ajoyib usuli. Asl hikoyalarni olishning eng yaxshi usuli – bu aloqalar tarmog'ini yaratish. Ular sizning ko'zlaringiz va quloqlaringizga aylanishi mumkin. Ularga sizni nima qiziqtirayotganini va siz bilan qanday bog'lanishlari mumkinligini aytsangiz bas. Ular bilan tarmoq orqali doimiy aloqada bo'ling va so'nggi paytlarda ular biron bir qiziqarli narsani sezdiarmi yoki yoqmi, vaqti-vaqti bilan ulardan so'rab turing.
Va nihoyat, kuzatuvchan bo'ling. Ba'zida o'ylanib qolaman, bugungi jurnalistlar idorasini elektr ta'minotidan uchirib quyilsa, ular hikoyalariga mavzu topa olisharmikan. Hikoyaga mavzu topish uchun sizga kompyuter aslida kerak emas. Atrofingizga nazar tashlang. Sizning sohangizda qanday tendentsiyalar vujudga kelyapti? Biror narsa yaxshilandimi yoki yomonlashdimi? Siz tekshirishga arzigulik biron bir g'ayrioddiy narsani ko'rdingizmi?
Agar siz kundalik mashg'ulotlaringiz paytida yangi hikoyalarga mavzularni faol izlamasangiz, ularni o'tkazib yuborishingiz mumkin. Endi sizda biron bir hikoya uchun g'oyangiz bo'lganda, uni taklifga aylantirishingiz kerak. Bu degani, siz fikringizni yig'ilishda taqdim etishingiz yoki rasmiy taklif sifatida yozishingiz mumkin.
Siz qilishingiz kerak bo'lgan birinchi narsa bu ko'rib chiqilayotgan (siz o'z materialingizni jo'natmoqchi bo'lgan) axborot agentligining talablarini bilib olishdir. Ularga yozma material yoki kichik video kabi ma'lum bir formatdagi takliflar kerakmi? Rasmiy ravishda murojaat qilmoqchi bo'lsangiz yoki shunchaki yangiliklar muharriri bilan gaplashmoqchi bo'lsangiz ham, taklif qilmoqchi bo'lgan maqolangizni bitta jumla darajasiga qisqartirish kerak.

Agar siz o'zingizning fikringizni bitta jumla bilan umulashtira olmasangiz, unda siz o'zingizning taklifingizni etarlicha aniq ifoda eta olmayapsiz.
Agar intervyu rejalashtirgan bo'lsangiz, ularni o'z taklifingizga qo'shing. Siz kim bilan gaplashishingiz mumkin va nega aynan ular bilan gaplashishga qaror qildingiz? Tomoshabin, o'quvchi yoki tinglovchilar ko'rishi yoki eshitishi mumkin bo'lgan narsalarni taklifingizga qo'shing. Bu muharrirga yoki qaror qabul qiluvchilarga yakuniy mahsulot qanday ko'rinishga ega bo'lishi yoki qanday ko'rinishi haqida yaxshiroq tasavvur beradi.
Qanday qilib hikoya tayyorlash haqida suhbatlashganda, tomoshabinlar ehtiyojlariga e'tibor qaratish kerak degan edik. Takroran, shu paytda siz ushbu hikoyani aynan shu auditoriya uchun nima uchun haqiqatdan ham to'g'ri keladi deb o'ylaganingizni tushuntirishingiz kerak bo'ladi. Nima uchun hikoyani aynan shunday yozishingiz kerak? Bularning barchasi, agar siz o'zingizni muharrir yoki qaror qabul qiluvchining o'rniga qo'ya olsangiz, mantiqiy ahamiyatga ega.
Xo'sh, muharrirlar nimani qidirishadi? Birinchidan, ular sizning fikringiz odatda ularning nashrlarida yoritiladigan maqsadlar, uslublar va mavzularga mos keladimi-yo'qligini bilish uchun ko'rib chiqishadi. Sizda ajoyib hikoya bo'lishi mumkin, ammo bu aynan shu nashr yoki veb-sayt uchun mos bo'lmasligi mumkin.
Keyin ular tomoshabinlar bu hikoyaga qanday munosabatda bo'lishlari nuqtai nazaridan ko'rib chiqishadi. Endilikda muharrirlar auditoriya haqida juda ko'p ma'lumotlarga egalar. Ular qaysi maqolalar ustiga "klik" bosilishini va qaysi videolar tomosha qilinayotganini bilishadi. Agar sizning hikoyangiz g'oyasi o'tmishdagi tomoshabinlarni jalb qilgan hikoyalarga o'xshash bo'lsa, unda yangiliklar muharriri hikoyangiz unga mos kelishiga ishonch hosil qiladi.
Keyingisi, yangiliklar muharrirlari siz ushbu hikoyani qanday bayon etishingiz haqidagi rejangizni ko'rsatishingizni xoxlashadi. Yaxshi hikoya yomon taqdimot bilan buzilishi mumkin. Ular sizning fikringizni hikoyaga aylantirishning qanday qiziqarli usulini qo'llamoqchiligingiz haqida bilishni xohlashadi.
Keyin ular sizning hikoyangiz muvaffaqiyatli bo'lishiga ishonch hosil qilishni xohlashadi. Aytmoqchimanki, buni oxirigacha siz etkaza olasizmi? Agar siz jinoiy to'dalar bilan gaplashmoqchiligingizni, lekin ular siz bilan gaplashishdan bosh tortishi mumkinligini aytsangiz... unda muharrir o'z vaqti va kuchini behuda sarflanishiga olib kelishi mumkin deb o'ylashi mumkin. Ular ohirida sizda yakuniy natija bo'lishini xoxlaydilar.
Va nihoyat, ular sizning hikoyangizni hozirgi kundagi yangiliklar oqimi bilan taqqoslashadi. Agar ular yaqinda qishloq xo'jaligi haqida ko'p yozishgan bo'lsa, ehtimol ularni yana bitta shu mavzudagi hikoya qiziqalmasligi mumkin. Boshqa tomondan, agar qizg'in va dolzarb mavzu bo'lsa va tomoshabin ko'proq narsani xohlasa, unda ushbu mavzu bo'yicha hikoyalarni buyurtma qilinishi ehtimoli ko'proq.
Agar biror bir joyda "qoqilib qolsangiz"(ijodiy turg'unlikka uchrasangiz) va biror bir hikoyaga g'oya topa olmay qolsangiz (jurnalistlarda bunday hech narsa bo'lmaytganday kabi kunlar bo'lib turadi), unday hollarda quyidagi ba'zi fikrlar sizga foydali bo'lishi mumkin.

6 oyga yoki bir yilga orqaga qayting. O'sha paytda qanday voqealar yoritilganini ko'rib chiqing, so'ng bir nechta qo'ng'iroqlarni amalga oshiring va shu mavzularga oid yangilanishlar mavjudmi yoki yoq aniqlashtiring. Yangiliklarda biz ko'pincha bir necha kun davomida bir hikoyani doimiy ravishda yoritib, so'ngra boshqa voqeaga o'tishda ko'pincha odatlanib qolganmiz. Agar orqaga qaytib, nima o'zgarganini tahlil qilsangiz, odatda yangi hikoyani aytib berishingiz mumkin.

Boshqa usul – bu turli xil odamlar bilan ishlaydigan ish joylarida odamlar bilan gaplashish. Taksi haydovchilari va sartaroshlar bunga yaxshi misoldir. Ularning mijozlari nima haqida gaplashayotganiga e'tibor bering. Ba'zan hikoyaga loyiq muammo yoki tendentsiya ko'rinishi mumkin.

Biz ijtimoiy tarmoqlar haqida ko'p gaplashdik, ammo **Crowdtangle** kabi maxsus ijtimoiy vositalar ham mavjud bo'lib, ular tez orada qanday tendentsiya yuzaga chiqishini va biron bir yangilik borligini aniqlashga imkon beradi.

So'nggi yondashuvlardan biri bu sizning jamiyatingiz duch kelayotgan muayyan muammoga nazar tashlash va boshqa biron bir shahar, tashkilot yoki mamlakatda xuddi shu muammoni muvaffaqiyatli hal qilish uchun qanday ish olib borganligini o'rganishdir. Bitta muammoni echishda ikkita yondashuvni taqqoslash hikoyaga arziydigan mavzu bo'lishi mumkin. Shunday qilib, agar siz ko'zingizni katta ochib yursangiz, hikoyalarning barcha manbalarini ko'rib chiqsangiz, siz o'zingizning g'oyangizdan kelajakdagi hikoya uchun yaxshi takliflar yarata olsangiz, unda bunday takliflarni muharrirlar osongina ma'qullaydilar.