

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**ОЛИЙ ТАЪЛИМ ТИЗИМИ ПЕДАГОГ ВА РАЎБАР КАДРЛАРИНИ
ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ ВА УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ ОШИРИШНИ
ТАШКИЛ ЭТИШ БОШ ИЛМИЙ - МЕТОДИК МАРКАЗИ**

**ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ ПЕДАГОГ
КАДРЛАРИНИ ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ ВА УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ
ОШИРИШ ТАРМОҚ (МИНТАҚАВИЙ) МАРКАЗИ**

**“ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА
САМАРАДОРЛИГИ”
модули бўйича
ЎҚУВ –УСЛУБИЙ МАЖМУА**

Тошкент — 2017

Мазкур ўқув-услубий мажмуа Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2017 йил 24 августдаги 603-сонли буйруғи билан тасдиқланган ўқув режа ва дастур асосида тайёрланди.

Тузувчи:

ЎзМУ, ф.ф.н., доцент
Ю. Қ. Ҳамдамов

Тақризчи:

Сеул Вонтай (Жанубий Корея)
Ўзбекистон жаҳон тиллари
университети профессори

*Ўқув -услубий мажмуа ЎзМУнинг кенгашининг 2017 йил _____ даги ____ -
сонли қарори билан нашрга тавсия қилинган.*

МУНДАРИЖА:

I. ИШЧИ ДАСТУР	4
II. МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТРЕФАОЛ ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИ.....	10
III. НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ	13
IV. АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ	51
V. КЕЙСЛАР БАНКИ.....	55
VI. МУСТАҚИЛ ТАЪЛИМ МАВЗУЛАРИ.....	56
VII. ГЛОССАРИЙ	57
VIII. АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ	60

I. ИШЧИ ДАСТУР

Кириш

Дастур Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 12 июндаги “Олий таълим муассасаларининг раҳбар ва педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чоратадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4732-сонли, 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли Фармонлари, шунингдек 2017 йил 20 апрелдаги “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чоратадбирлари тўғрисида”ги ПҚ–2909-сонли қарорида белгиланган устивор вазифалар мазмунидан келиб чиққан ҳолда тузилган бўлиб, у замонавий талаблар асосида қайта тайёрлаш ва малака ошириш жараёнларининг мазмунини такомиллаштириш ҳамда олий таълим муассасалари педагог кадрларининг касбий компетентлигини мунтазам ошириб боришни мақсад қилади.

Жамият тараққиёти нафақат мамлакат иқтисодий салоҳиятининг юксаклиги билан, балки бу салоҳият ҳар бир инсоннинг камол топиши ва уйғун ривожланишига қанчалик йўналтирилганлиги, инновацияларни тадбиқ этилганлиги билан ҳам ўлчанади. Демак, таълим тизими самарадорлигини ошириш, педагогларни замонавий билим ҳамда амалий кўникма ва малакалар билан қуроллантириш, чет эл илғор тажрибаларини ўрганиш ва таълим амалиётига тадбиқ этиш бугунги куннинг долзарб вазифасидир. “Телерадиожурналистика самарадорлиги” модули айнан мана шу йўналишдаги масалаларни ҳал этишга қаратилган.

Модулнинг мақсади ва вазифалари

“Телерадиожурналистика самарадорлиги” модулининг мақсади: педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малака ошириш курс тингловчиларининг бу борадаги хорижда ва мамлакатимизда тўпланган илғор тажрибаларни ўрганиш ва амалда қўллаш кўникма ва малакаларини шакллантириш.

“Телерадиожурналистика самарадорлиги” модулининг вазифалари:
- тингловчиларга “Телерадиожурналистика самарадорлиги” масалалари бўйича концептуал асослар, мазмуни, таркиби ва асосий муаммолари бўйича маълумотлар бериш ҳамда уларни мазкур йўналишда малакасини оширишга кўмаклашиш;

- таълим-тарбия жараёнида телерадиожурналистика самарадорлиги омилларини, соҳадаги янги натижалар ва амалиётни ўрганиш ҳамда тингловчиларда улардан фойдаланиш маҳоратини ошириш;

- демократик жамият ривожини таъминлаш, юксак малакали мутахассис кадрлар тайёрлаш борасидаги ислохотларни амалга ошириш жараёнида илғор хориж тажрибасини ўрганиш ва улардан самарали фойдаланиш маҳоратини ошириш.

Модуль бўйича тингловчиларнинг билими, кўникмаси, малакаси ва лаёқатларига қўйиладиган талаблар

“Телерадиожурналистика самарадорлиги” модулини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида:

Тингловчи:

- телевидение ва радиода янгиликлар узатишдаги янги йўналишлар, янги технологиялар, персонификациялашдаги, телерадиоэфир тузилишидаги янги тенденциялар, адаптив телерадиожурналистика ҳақида билимларга эга бўлиши;

Тингловчи:

- касбий фаолият олиб бориш мақсадида телерадиожурналистикадаги янги натижалардан фойдаланиш;

- телерадиожурналистика соҳасидаги янги тенденцияларни ўқув машғулотларида талаба ларга тушунтириб бера олиш;

- телерадиожурналистиканинг асосий воситалари, ахборот сиёсати ва форматларини ажратиш **кўникмаларини** эгаллаши лозим;

Тингловчи:

- телерадиожурналистика йўналишидаги фанлардаги янгиликлар асосида ўқув дастурлари ва ўқув-услубий мажмуаларга ўзгартириш киритиш;

- маъруза материалларини янги хорижий ва миллий адабиётлар асосида янгилаш;

- мазкур йўналишдаги фанлар доирасида талабаларнинг мустақил амалий фаолиятини ташкил этиш **малакаларини** эгаллаши лозим;

Тингловчи:

- мазкур йўналишда тўпланган янги маълумотларни саралаш ва муайян фанлар доирасида тизимлаштириш, аниқ, лўнда, тушунарли равишда баён этиш;

- модулли ёндашув асосида ўқув жараёнини ташкил этиш;

- технологик ёндашув асосида таълим ва тарбия жараёнини бошқариш

лаёқатларни эгаллаши лозим.

Модулни ташкил этиш ва ўтказиш бўйича тавсиялар

“Телерадиожурналистика самарадорлиги” модули маъруза ва амалий машғулотлар шаклида олиб борилади.

Курсни ўқитиш жараёнида таълимнинг замонавий услублари, ахборот-мулоқот технологиялари қўлланилиши назарда тутилган:

- маъруза дарсларида замонавий компьютер технологиялари ёрдамида тақдирот ва электрон-дидактик технологиялардан;

- ўтказиладиган амалий машғулотларда техник воситалардан, экспресс-сўровлар, тест сўровлари, ақлий ҳужум, гуруҳли фикрлаш, кичик гуруҳлар билан ишлаш, ва бошқа интерфаол таълим усуллари қўллаш назарда тутилади.

Модулнинг ўқув режадаги бошқа модуллар билан боғлиқлиги ва узвийлиги

“Телерадиожурналистика самарадорлиги” модули ўқув режадаги биринчи блок ва мутаххасислик фанларининг барча соҳалари билан узвий боғланган ҳолда педагогларнинг умумий тайёргарлик даражасини оширишга хизмат қилади.

Модулнинг олий таълимдаги ўрни

Модулни ўзлаштириш орқали тингловчилар таълим жараёнини ташкил этишда технологик ёндашув асосларини ва бу борадаги илғор тажрибани ўргандилар, уларни таҳлил этиш, амалда қўллаш ва баҳолашга доир касбий лаёқатга эга бўладилар.

“ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА САМАРАДОРЛИГИ” МОДУЛЬ БЎЙИЧА СОАТЛАР ТАҚСИМОТИ

№	Модул мавзулари	Тингловчининг ўқув юклараси, соат					
		Ҳаммаси	Аудитория ўқув юклараси				Мустақил таълим
			Жами	Жумладан			
				Назарий машғулот	Амалий машғулот	Кўчма машғулот	
1.	Теле- ва радиоэфирда янгиликлар узатишнинг янги йўналишлари.	4	4	2	2		
2.	Телевидение ва радио соҳасидаги янги технологиялар.	6	4	2	2		2

3.	Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли-мавзули йўналишлари. Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида.	10	8	2	4	2	2
4	Эфир тузилишидаги янги тамойиллар.	6	6	2	2	2	
5	Адаптив журналистика.	4	4	2	2		
Жами		30	26	10	12	4	4

НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-мавзу: Теле- ва радиоэфирда янгиликлар узатишнинг янги йўналишлари.

Телекўрсатув ва радиоэшиттиришларда янгиликлар, ахборотларни яратиш ҳамда тақдим этишдаги янги ёндашувлар таҳлили. Радиоэшиттиришларда янгиликларни тайёрлашнинг янги технологиялари.

2-мавзу: Телевидение ва радио соҳасидаги янги технологиялар.

Телерадио тизимидаги энг янги техник-технологик воситалар. Тележурналистикада анимация имкониятларидан фойдаланиш. Овоз устида ишлаш борасидаги янги дастурий маҳсулотлар

3-мавзу: Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли-мавзули йўналишлари. Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида.

Турли мавзули ва касбий йўналишларда тўпланган замонавий хорижий тажриба таҳлили. Чуқурлашган интервью ва чуқурлашган репортаж. Спорт, экология, ижтимоий ва бошқа соҳаларга доир қисқа фильм ва роликлар. Телерадиожурналистика ва шоу-бизнес. Глобаллашув ҳамда оммавий коммуникация воситалари маҳсулотлари воситасида маданий кодлар интерференцияси шароитида халқаро ҳамкорлик таҳлили. Телерадиожурналистика, медиасаводхонлик ва миллий ўзлик.

4-мавзу: Эфир тузилишидаги янги тамойиллар.

Фикрлар етакчисидан фойдаланиш воситасида телерадиоканал имижини яратиш масалалари. Медиаперсонанинг аудиторияга таъсирини ўрганиш. Телерадиоканалнинг ахборот сиёсатини ишлаб чиқишдаги инновациялар. Телерадиоахборот узатишнинг янги формаси ва методи.

5-мавзу: Адаптив журналистика.

Янги ижтимоий ҳодисаларни глобал контекстга мослашуви масаласи. Оммавий коммуникация воситалари орқали глобал медиамаконда ижтимоий жараёнларнинг ўзгариши хусусидаги ахборотни тарқатиш.

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-мавзу: Теле- ва радиоэфирда янгиликлар узатишнинг янги технологиялари.

Телерадиоэфирда янгиликлар ва ахборотларни яратиш ва тақдим этишнинг янги усулларида фойдаланиш. Радиоянгиликлар узатишдаги замонавий ёндашувлар.

2-мавзу: Телевидение ва радио соҳасидаги янги ахборот технологиялар.

Телерадио тизимидаги энг янги техник-технологик воситалардан фойдаланиш. Тележурналистикада анимация имкониятларидан фойдаланиш. Овоз устида ишлаш борасидаги янги дастурий маҳсулотларни қўллаш.

3-мавзу: Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли-мавзули йўналишлари. Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида.

Турли мавзули ва касбий йўналишларда тўпланган замонавий хорижий тажриба таҳлили. Чуқурлашган интервью ва чуқурлашган репортаж. Спорт, экология, ижтимоий ва бошқа соҳаларга доир қисқа фильм ва роликлар. Телерадиожурналистика ва шоу-бизнес. Глобаллашув ҳамда оммавий коммуникация воситалари маҳсулотлари воситасида маданий кодлар интерференцияси шароитида халқаро ҳамкорлик таҳлили. Телерадиожурналистика, медиасаводхонлик ва миллий ўзлик.

4-мавзу: Эфир тузилишидаги янги тамойиллар.

Телерадиоканалнинг ахборот сиёсатини ишлаб чиқишдаги инновацияларни қўллаш. Телерадиоахборот узатишнинг янги усуллари йўрганиш.

5-мавзу: Адаптив журналистика.

Янги ижтимоий ҳодисаларни глобал контекстга мослашуви масаласи. Оммавий коммуникация воситалари орқали глобал медиамаконда ижтимоий жараёнларнинг ўзгариши хусусидаги ахборотни тарқатиш. Амалий машғулотлар ўтказиш давомида тингловчиларнинг мустақил фаолиятини ташкил этиш. Интерфаол методлардан фойдаланиш. Аудиториядан ташқарида тингловчиларнинг мустақил фаолиятини ташкил этиш (кейс-стади, лойиҳа услублари ва б.).

КЎЧМА МАШҒУЛОТ МАЗМУНИ

Кўчма машғулотлар модул соҳаси бўйича етакчи олий таълим кафедралари ва илмий-тадқиқот муассасалари лабораториялари ҳамда ишлаб чиқариш корхоналари бўлимларида ташкил этилади. Мазкур машғулотлар соҳага оид долзарб мавзуларда тажриба-синов ва лаборатория машғулотлари

хамда танишув амалиёти шаклларида олиб борилади. Шунингдек, таъкидланган муассасалар ва корхоналар етакчи мутахассислари томонидан республика ва хорижий илмий марказларда соҳа йўналишида амалга оширилаётган илғор илмий ва амалий тадқиқотлар бўйича таҳлилий шарҳлар берилиши масқадга мувофиқдир.

Қўчма машғулотлар учун қуйидаги мавзулар тавсия этилади:

1-мавзу: Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли-мавзули йўналишлари. Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида.

2-мавзу: Эфир тузилишидаги янги тамойиллар.

МУСТАҚИЛ ТАЪЛИМ

Мустақил ишни ташкил этишнинг шакли ва мазмуни

Тингловчи мустақил ишни муайян модулнинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда қуйидаги шакллардан фойдаланиб, тайёрлаши тавсия этилади:

- меъёрий ҳужжатлардан, ўқув ва илмий адабиётлардан фойдаланиш асосида модуль мавзуларини ўрганиш;
- тарқатма материаллар воситасида маърузалар қисмини ўзлаштириш;
- махсус адабиётлар бўйича модуль бўлимлари ёки мавзулари устида ишлаш;
- амалий машғулотларда берилган топшириқларни бажариш.

ЎҚИТИШ ШАКЛЛАРИ

Мазкур модулни ўқитиш жараёнида таълимнинг замонавий методлари, педагогик технологиялар ва ахборот-коммуникация технологиялари қўлланилиши назарда тутилган:

маъруза дарсларида замонавий компьютер технологиялари ёрдамида презентацион ва интерфаол педагогик (Ақлий ҳужим, Венн диаграммаси, концептуал жадвал) усул ва технологиялардан фойдаланилади;

ўтказиладиган амалий машғулотларда техник воситалардан, график органайзерлардан, кейслардан фойдаланиш, гуруҳли фикрлаш, кичик гуруҳлар билан ишлаш, блиц-сўровлардан ва бошқа интерактив таълим усуллари қўллаш назарда тутилади.

ЖОРИЙ НАЗОРАТ(АССИСМЕНТ)НИ БАҲОЛАШ МЕЗОНИ

Жорий назорат(ассисмент)ни баҳолаш Ўзбекистон Миллий университети ҳузуридаги педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш Тармоқ (минтақавий) марказида тасдиқланган шакллари ва мезонлари асосида амалга оширади.

Ушбу модулнинг жорий назорат(ассисмент)га ажратилган максимал балл-**0,8 балл**.

II. МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТРЕФАОЛ ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИ

“Кейс-стади” методи

“Кейс-стади”— инглизча сўз бўлиб, (“case” – аниқ вазият, ҳодиса, “stadi” – ўрганмоқ, таҳлил қилмоқ) аниқ вазиятларни ўрганиш, таҳлил қилиш асосида ўқитишни амалга оширишга қаратилган метод ҳисобланади. Мазкур метод дастлаб 1921 йил Гарвард университетиде амалий вазиятлардан иқтисодий бошқарув фанларини ўрганишда фойдаланиш тартибида қўлланилган. Кейсда очик ахборотлардан ёки аниқ воқеа-ҳодисадан вазият сифатида таҳлил учун фойдаланиш мумкин. Кейс ҳаракатлари ўз ичига қуйидагиларни қамраб олади: Ким (Who), Қачон (When), Қерда (Where), Нима учун (Why), Қандай/ Қанақа (How), Нима-натижа (What).

“Кейс методи” ни амалга ошириш босқичлари

Иш босқичлари	Фаолият шакли ва мазмуни
1-босқич: Кейс ва унинг ахборот таъминоти билан таништириш	<ul style="list-style-type: none"> ✓ якка тартибдаги аудио-визуал иш; ✓ кейс билан танишиш(матнли, аудио ёки медиа шаклда); ✓ ахборотни умумлаштириш; ✓ ахборот таҳлили; ✓ муаммоларни аниқлаш
2-босқич: Кейсни аниқлаштириш ва ўқув топшириғни белгилаш	<ul style="list-style-type: none"> ✓ индивидуал ва гуруҳда ишлаш; ✓ муаммоларни долзарблик иерархиясини аниқлаш; ✓ асосий муаммоли вазиятни белгилаш
3-босқич: Кейсдаги асосий муаммони таҳлил этиш орқали ўқув топшириғининг ечимини излаш, ҳал этиш йўллари ишлаб чиқиш	<ul style="list-style-type: none"> ✓ индивидуал ва гуруҳда ишлаш; ✓ муқобил ечим йўллари ишлаб чиқиш; ✓ ҳар бир ечимнинг имкониятлари ва тўсиқларни таҳлил қилиш; ✓ муқобил ечимларни танлаш
4-босқич: Кейс ечимини ечимини шакллантириш ва асослаш, тақдимот.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ якка ва гуруҳда ишлаш; ✓ муқобил вариантларни амалда қўллаш имкониятларини асослаш; ✓ ижодий-лойиҳа тақдимотини тайёрлаш; ✓ якуний хулоса ва вазият ечимининг амалий аспектларини ёритиш

“Ассисмент” методи

Методнинг мақсади: мазкур метод таълим олувчиларнинг билим даражасини баҳолаш, назорат қилиш, ўзлаштириш кўрсаткичи ва амалий кўникмаларини текширишга йўналтирилган. Мазкур техника орқали таълим олувчиларнинг билиш фаолияти турли йўналишлар (тест, амалий кўникмалар, муаммоли вазиятлар машқи, қиёсий таҳлил, симптомларни аниқлаш) бўйича ташҳис қилинади ва баҳоланади.

Методни амалга ошириш тартиби:

“Ассисмент”лардан маъруза машғулотларида талабаларнинг ёки катнашчиларнинг мавжуд билим даражасини ўрганишда, янги маълумотларни баён қилишда, семинар, амалий машғулотларда эса мавзу ёки маълумотларни ўзлаштириш даражасини баҳолаш, шунингдек, ўз-ўзини баҳолаш мақсадида индивидуал шаклда фойдаланиш тавсия этилади. Шунингдек, ўқитувчининг ижодий ёндашуви ҳамда ўқув мақсадларидан келиб чиқиб, ассесментга қўшимча топшириқларни киритиш мумкин.

Ҳар бир катакдаги тўғри жавоб 5 балл ёки 1-5 балгача баҳоланиши мумкин.



Тест

Янгилик — бу:

- A) Хабар
- B) Маълумот
- C) Далил
- D) Об-ҳаво маълумоти



Қиёсий таҳлил

Ўзбекистон рақамли телевидениеси ва анъанавий телевидениени қиёсий таҳлил қилинг.



Тушунча таҳлили

Янгиликларни изоҳланг...



Амалий кўникма

“O'zbekiston” телеканали информацион дастурларида янгиликлар фоизини аниқланг

Венн Диаграммаси методи

Методнинг мақсади: Бу метод график тасвир орқали ўқитишни ташкил этиш шакли бўлиб, у иккита ўзаро кесишган айлана тасвири орқали ифодаланади. Мазкур метод турли тушунчалар, асослар, тасавурларнинг анализ ва синтезини икки аспект орқали кўриб чиқиш, уларнинг умумий ва фарқловчи жиҳатларини аниқлаш, таққослаш имконини беради.

Методни амалга ошириш тартиби:

- иштирокчилар икки кишидан иборат жуфтликларга бирлаштириладилар ва уларга кўриб чиқиладиган тушунча ёки асоснинг ўзига хос, фарқли жиҳатларини (ёки акси) доиралар ичига ёзиб чиқиш таклиф этилади;
- навбатдаги босқичда иштирокчилар тўрт кишидан иборат кичик гуруҳларга бирлаштирилади ва ҳар бир жуфтлик ўз таҳлили билан гуруҳ аъзоларини таништириладилар;
- жуфтликларнинг таҳлили эшитилгач, улар биргалашиб, кўриб чиқиладиган муаммо ёхуд тушунчаларнинг умумий жиҳатларини (ёки фарқли) излаб топадилар, умумлаштириладилар ва доирачаларнинг кесишган қисмига ёзадилар.



III. НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ.

1-мавзу: “ТЕЛЕ ВА РАДИОЭФИРДА ЯНГИЛИКЛАР УЗАТИШНИНГ ЯНГИ ЙЎНАЛИШЛАРИ”.

РЕЖА:

1.1. Янгиликлар журналистикаси. Тарихи, генезиси, асосий тушунчалар.

1.2. Янгилик ва хабар — ўзаро муносиблик ҳамда фарқли жиҳатлари ҳақида.

1.3. Телевидениеда янгиликлар тайёрлаш ва узатишнинг замонавий усуллари ҳақида.

1.4. Радиода янгиликлар тайёрлашнинг янги технологиялари.

Таянич иборалар: *Оммавий ахборот воситалари, коммуникация, ахборот, янгиликлар, телеканал, радиоканал, студия, репортёр, реципиент, интервью.*

1.1. Янгиликлар журналистикаси. Тарихи, генезиси, асосий тушунчалар.

Журналистика, ҳозирда долзарб бўлган информация (янгиликлар) ҳақида гап кетганда дастлаб ҳозиргина содир бўлган ҳодисанинг тезкорлиги кўз олдимизда намоён бўлади. Хабар етказадиган журналист биринчилардан бўлиб телетомошабин ёки радиотингловчиларга “янгилик” деб аталган воқеа тафсилотини етказишга ҳаракат қилади. Янгиликни аудиториянинг эҳтиёж, талабига кўра кутилмаган, шов-шувли воқеа сифатида тасаввур қилиш мумкин.

Ривожланган журналистика тизимида ҳозирда асосий урғу информацион характердаги воқеа (хабар)ларга берилаяпти. Энди телевидение, радио ғоя эмас, асосан хабарларни тарқатади. Шарҳ, баҳс-мунозара ва публицистика тижорий информация манбаи сифатида замонавий оммавий коммуникация тизими ривожланган мамлакатлар учун унча аҳамиятга эга бўлмай қолди. Бу ҳолатни Голландия, Буюк Британия, АҚШ, Канада мамлакатларида кузатиш мумкин.

Капитализмнинг ғалабаси учун узоқ вақтлар сиёсий кураш етакчилик қилган мамлакатларда журналистика адабиё-сиёсий баҳслар майдонига айланди.

Шунинг учун Италия, Испания, Германия, Франция, Россия ва бошқа қатор Шарқий-Европа давлатлари таҳлилий журналистикага асосланган интеллектуал нашрларнинг ривожланишини муҳим аҳамиятга эга деб ҳисоблайдилар.

Оммавий ахборот коммуникацияси истиқболи ривожланиши учун иккита йўналиш пайдо бўлди. Янгиликлар журналистиканинг

ривожланишида Америка оммавий ахборот воситалари якқол ўзини намоён этмоқда. “Янгиликлар” энг асосий товар ҳисобланмоқда. Агар ўтган асрнинг охирларида индустриал жамиятда асосий қиймат меҳнат ва капитал бўлган бўлса, асримизнинг бошидаги информацион жамиятда информация ва билим асосий қийматга эга бўлди. Информацион жамият назариётчилари жамият тузилиши (таркиби)ни — янги синфлар шаклланишини хусусий ёки жамоатчилик мулки эмас, уларнинг фикрича, билим ва таълимнинг маълум даражаси асосида аниқлайди. Оммавий коммуникациянинг замонавий каналларидан олинадиган турли-туман информациялар бир томондан маданий-информацион маконнинг бир хиллигига олиб келса, бошқа томондан бу информацияларнинг турли-туманлиги ва ундан истеъмолчи ўзига маъқулини олиб, фойдаланиши мумкинлигини кўрсатапти. Агар бўлажак жамият шундай бўлса, унда информация ҳеч бир шарҳсиз берилиб журналист фактларни олиб берувчи оддий рестрансляторга айланиб қолади. Аммо бошқа томондан, журналист ўз аудиторияси олдида фактларни танлаб ва маълум изчиллик асосида қўйиб, дунёнинг маълум манзарасини тасвирлаб беради.

“Янгилик” тушунчасининг тавсифи ва талқинида ранг-баранглик, чалкашликлар ниҳоятда кўп.

Мамлакатимизда ва чет элларда яратилган илмий адабиётларда “янгилик” тушунчаси ҳам “ахборот” тушунчаси сингари турлича таърифланиб келинмоқда. Бу борада амалиётчилар ҳам бир тўхтамга келишган эмас. Масалан, “Время” дастури ходими Сергей Ломакин журналистикада янгилик нималигини билмайман (!), шунчаки янгилик бор, ахборот эса уни аудиторияга етказишдангина иборат”, дейди. Таниқли тележурналист В.Флярковский, “масалан, қайсидир завод миллионинчи тракторни ишлаб чиқарди. Менимча, бу хабарни янгилик деб атаб бўлмайди” дер экан, янгилик — бу кишилар онгига таъсир қилувчи хабар, ахборот эса онгга таъсир этмайди, деб таъкидлайди.

Тунги телеянгиликлар бошловчиси А.Гурнов кишиларнинг бугун билишни истаган нарсалари янгиликдир, журналистларнинг вазифаси эса улар кутаётган янгиликни хабар қилишдан иборатлигини таъкидлайди ва шундай мулоҳаза юритади: “Время” дастурини томоша қилсангиз, у ерда кишилар билишни истаган нарсалар эмас, балки бизнинг раҳбариятимиз назарида зарур ҳисобланган нарсаларгина хабар қилинади.

Радиожурналист (“Маяк”дан) Н.Куликовнинг фикрича, янгиликни яратиш шарт эмас, у ҳаётнинг ўзидан, иқтисодий, сиёсий вазиятдан табиий равишда келиб чиқади: “Айтайлик, қонун лойиҳаси муҳокамасидаги ҳар бир фикрни матбуотдан билиб олишнинг ўзи янгилик эмасми”.

Бу ҳақда Т.Миткова шундай ёзади: “Ҳаётда янгиликлар қайнаб ётибди. Айтайлик, бирор киши кимгадир ўз таниши ҳақида хабар қилмоқда, кимнингдир автомобил бошқа машина билан тўқнашиб кетди. Бу янгиликлар тор доирадагилар учун. Аммо айни шу ҳодиса В.Путин билан юз берган тақдирда, у барча учун зарур янгиликка айланарди. Мен, журналист, шундай янгиликларни танлайман. Танлаш жараёнида, албатта, уларни текшириб

кўраман: ҳозир кишилар учун айтадиган янгилик менинг ўзим учун ҳам қизиқарли бўла оладими? Энг мақбул ва мукамал вариант шуки, у аввало, барчани, шу жумладан, мени ҳам қизиқтира олсин”.

Ўзбекистон Миллий университети журналистика факультети доценти А.Мелибоевнинг фикрича: “Ёш журналистнинг ахборот қийматига бўлган муносабатларида ғалати вазият кузатилади. Мабодо, уларга Амир Темур ҳақида номаълум қўлёзманинг топилиши ва жиноий воқеанома (криминал хроника)га оид янгиликлардан бирини танлаш тўғри келиб қолса, уларнинг аксарият қисми нима учундир иккинчи хил ахборотларга кўпроқ эътибор берадилар. Ҳолбуки, қадимий қўлёзма ҳақидаги хабар қиймати жиҳатдан муҳимроқдир ва кўпчилик эътиборига сазовордир”.

Ўзтелерадиокомпанияси ходими Ф.Низомнинг бу борадаги фикрлари ҳам ўзига хос. У “NEWS” назарияси ва жаҳон ОАВ тажрибаларига, хусусан, Ҳиндистон ОАВ институти профессори К.М.Шривастава, журналистика тадқиқотчиси машҳур Ж.Богарт, шунингдек, Р.Киплинг мулоҳазаларини умумлаштирар экан, “янгилик — яқинда ёки айти пайтда юз берган муҳим ва қизиқарли воқеалар ҳақидаги “**ҳисобот**”дан иборат деб ҳисоблайди. Ҳамда журналистнинг аввалдан маълум нарсани янгиликдан фарқлай олиши зарурлигини асослаш учун қуйидаги мисолни келтиради: “Дейлик, шифохонадаги бемор бандаликни бажо келтирди. Бу воқеа, марҳумнинг жамиятдаги ўрни ва хизматлари билан боғлиқ ҳолда фақат унинг яқинлари, маҳалла-қуйи доирасидаги ёки умумдавлат ёхуд жаҳон миқёсидаги янгилик мақомини касб этиши мумкин. Аммо янгилик фақат шу сифатлар билангина тайин этилмайди. Дарвоқе, агар оддий фуқаро ўз ҳақ-ҳуқуқларини ҳимоя қилаётган намоёиши пайтида ёки террорист ўқи туфайли ҳалок бўлган тақдирда ўлим сабаблари ҳам янгилик моҳиятини касб этади. Бундай ўлим, шубҳасиз, инсон ҳуқуқлари эркинликларининг бузилиши билан боғлиқ янгиликка айланади. 1989 йили Пекиндаги Тяньяньмен майдонига талабаларнинг сиёсий ислоҳотлар ўтказиш талаби билан чиқиши ва ҳукуматнинг куч ишлатиб, бу намоёишни тарқатиб юбориши ушбу фикрни тасдиқловчи мисол бўла олади. Зеро, Хитой ҳукумати қўллаган чора-тадбир минг-минглаб кишилар ўлимига сабаб бўлган ва бу бутун жаҳонда кескин норозилик кайфиятини ўйғотган. Айти вазиятда намоёишчи талабаларнинг ижтимоий аҳволи ва лавозими эмас, балки уларнинг ҳукумат олдида қўйган сиёсий талаблари янгилик сифатида фаҳмланади”¹.

Муаллиф янгилик табиати ҳақида мулоҳаза юритар экан, унинг инглизча — фавқулодда намунасини қайд этади: “Янгилик — бу ит одамни тишлаб олиши эмас, балки одам итни тишлаб олишидир”. Бизнингча, бу ғайриоддий ҳолга нисбатан маълум бир зотдаги итларнинг бошқа турдаги итларга нисбатан одамларни кўпроқ тишлай бошлаши факти журналист эътиборига молик янгиликдир.

Ф.Низом янгилик инглиз тилидаги “W” ҳарфибилан бошланувчи бешта: “Who (ким)”, “when (қачон)”, “where (қерда)”, “what (нима)”, “why (нега,

¹. Низом Ф. Янгиланиш анъанаси. —Т.: Маънавият, 2001, 35-36-б.

нима учун)” ҳамда “how (қандай)” саволга жавоб бериши керак, деб ҳисоблайди.

Ўрни келганда айтиш керакки, муаллиф Ғарб ахборот назариясининг асосчиси Харольд Лассуэллнинг 1946 йил тавсия этган оммавий мулоқот (коммуникация)нинг умумий схемасини унинг таркибий-хусусий халқаси бўлган янгиликка нисбатан татбиқ этиб қўяқолган.

“Ким, нимани, қандай канал орқали кимга ва қай тарзда айтди” деган бу мухтасар ва мумтоз таърифда оммавий коммуникация жараёни таркиби ёки таркибий узв (халқа)лари алоҳида-алоҳида қайд этилган.

1.2. Янгилик ва хабар — ўзаро муносабатлик ҳамда фарқли жиҳатлари ҳақида.

Х.Лассуэлл 1967 йили бу схеманинг куйидаги янги вариантини ҳам ишлаб чиққан: “**мулоқот иштирокчилари — манзара – вазият — асосий кадриятлар — маҳорат (стратегия) — реципиент муносабати — самара (эффект)**”². Ушбу тавсифда янгиликнинг оммавий мулоқот халқаларидан қайси бирига кўпроқ дахлдорлиги аён бўлиб қолади.

Янгиликларни узатиш йўллари

Агар янгиликлар тахминий фикрлар доирасидаги турли платформалар асосида тайёрланса, унда тарих бизни муҳитнинг мазмунини билишга ўргатади. Албатта, турли кўникмалардан энг яхшисини тайёрлашни ўргатади.³

Ф.Низомнинг фикрича, ахборот янгиликдан вақт омилига кўра фарқланади. У АҚШ Президенти Ж.Кеннедининг 35 йил муқаддам юз берган фожиавий ҳалокати ҳақидаги хабар — **ахборот**, аммо бу ўлим билан боғлиқ махфий материалларнинг 35 йилдан кейин эълон қилиниши **янгиликдир**, деб ҳисоблайди⁴.

Ҳолбуки, президент Кеннеди ҳақида умуман маълумотга эга бўлмаганлар учун биринчи хабар ҳам янгиликдир. Шунингдек, юқорида таъкидланганидек, Иккинчи жаҳон уруши кўпчилик америкаликлар учун “номаълум уруш”лигича қолмоқда, бинобарин, у билан боғлиқ барча маълумотлар улар учун янгилик бўлиши табиий бир ҳол. Мотурудий, Марғиноний, Ал-Хоразмий, Н.Кубро, Ж.Мангуберди, Амир Темур, Али Қушчи, Алишер Навоий, К.Беҳзод каби буюк алломалар, подшоҳлар, саркардаларга дахлдор маълумотлар ҳам ўзбекистонликларнинг муайян қисми учун бугунги кун нуқтаи назаридан янгилик бўлиши табиий бир ҳол.

Англашилишича, олиму мутахассисларнинг ахборот ва янгилик ҳам уларнинг ўзаро муносабати ҳақидаги қарашларида муайян фарқли, ҳтто чалқаш нуқталар мавжуд. Лекин журналистика илми ва амалиёти доирасида бу икки тушунчанинг, шубҳасиз, бир хил аҳамиятга эгалигини алоҳида таъкидлаш лозим. Чунки умуман журналист ахборотини янгиликсиз,

² Қаранг: Психологические проблемы массовой коммуникации. –М.: Наука, 2000, 11-б.

³ Broadcast Journalism. A critical Introduction. Jane Chapman and Marie Kinsey. First edition, 2009, Routledge, 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon, OX14 4RN. p.3.

⁴ Низом Ф. Янгиликнинг аҳамияти, 36-б.

янгиликни эса ахборотсиз тасаввур этиш қийин. Ушбу фикр Э.Довифат, В.Хагеман, Г.Майн (Олмония), Ф.Фатторелло ва Хейс (Италия), У Шрамм, Х.Лассуэл, Ф.Феринг (АҚШ), Г.Мельник, В.В.Таловов, С.Корконосенко (Россия) каби олимларнинг пухта ва улкан тадқиқотларида ҳам илгари сурилган.

Аммо журналистика соҳасидан ташқарида: **ҳар қандай янгилик ахборийдир, ҳар қандай хабар янгилик бўлмайди**, деган фикрни маъқуллаш керак бўлади.

1.3. Телевидениеда янгиликлар тайёрлаш ва узатишнинг замонавий усуллари ҳақида

Ғарб мутахассислари фавқулодда, ғайриодатий, шов-шувли хабарларни янгилик сифатида тушунаётгандек кўринади. Улар, қандай жанрга мансублигидан қатъи назар, муаллиф томонидан шарҳланмаган ҳар қандай журналистикавий ахборий материални — янгилик — “news” истилоҳи билан атайдилар. Тижорий журналистиканинг таркибий мазмунини ташкил этувчи ошқора порнография (sex-“секс”), жинойтчилик, жосуслик (crime-“крайм”), пул бойлик ва шуҳратга интилиш (make money-“мэйк мани”) кабилар шов-шув (сенсация)нинг асосий мавзуларидир. Шунини ҳам эса тутиш керакки, бизнинг тижорат журналистикаси ҳақидаги тушунчамиз европаликларникидан фарқ қилади. Тижорий журналистика деганда биз ишбилармонлар, тадбиркорлар доирасига мансуб журналистикани тушунамиз. Ғарбда эса, у ўз фаолиятини “мол-пул-мол” формуласи бўйича энг кўп фойда олиш тамойили асосида юритадиган ҳар қандай корхона сифатида идрок этилади; ахборот эса мол (товар) мақомида баҳоланади. Умуман, Ғарб матбуоти, жумладан, тижорий журналистикаси ҳам, барча тоифанинг (гадодан тортиб бизнесменгача) дидига мослашишга ҳаракат қилади.

Бинобарин, истаган бир янгиликка эга бўлиш ва уни тарқатиш тижорий битим мақомида тушунилади. Янгиликнинг олди-сотдига лойиқ товар сифатида баҳоланишининг бозор иқтисодиёти қонуниятлари амал қилаётган давлатлар ҳаёт тарзига таъсири ҳам мана шунда намоён бўлади. Айни мана шу тушунча ва тасаввурлар ўша жамиятдаги журналистиканинг табиатини ҳам белгилаб беради. Аммо бу шундай вазиятда, эътиборли, юксак савияли матбуотнинг ҳам мавжуд бўлишини инкор этмайди, албатта. Д.Рэндалл тўғри таъкидлаганидек, “сиз ахборий хабарни товар ҳисоблаган, унинг тижорий тавсифини аниқлаган кундан бошлаб энди журналист эмассиз”⁵.

Бу фикр, аслида, тижорий жамият журналистикаси вакилларига қарата айтилган, лекин биз уни барча ОАВ ижодий ходимлари фаолияти учун аҳамиятли бўлган муҳим қоида ёки кўрсатма сифатида қабул қилишимиз лозим. Аммо, афсуски, бу кўрсатма ОАВ молиявий аҳволи қийин бўлиб турган, ўтиш даврини бошдан кечираётган жамият журналистлари учун қуруқ баёнот бўлиб қолиши ҳам мумкин.

⁵ Рэндалл Д. Универсальный журналист. Алматы, 2007, 419-б.

Иккинчидан, журналист меҳнатига катта миқдорда ҳақ тўланадиган, ниҳоятда тараккий этган саноатлашган жамиятда ҳам ОАВ муқаддас касбий вазифани бажарётганлигига — холис ва ҳаққоний ахборот тарқатаётганлигига қатъий ишонган баъзи журналистлар ҳам ўзлари билиб-билмай муайян бир корпорациявий (бирлашма, уюшма) мақсад йўлида хизмат қиладилар. Бундай янглиш ишонч, уларнинг ахборий мулоқот жараёни бўлмиш “оммавий коммуникация” (mass communication)ни ҳам, ахборот воситалари соҳасига дахлдор бўлган “оммавий алоқа воситалари” (mass media)ни ҳам ахборот технологияси маъносида тушунишдан келиб чиқади. Оқибатда, узатилаётган хабар ижтимоий-сиёсий, маънавий-мафкуравий баҳолашдан холидир, деган хулосага келишади. Бундай ақиданинг баҳс-мунозаралар келтириб чиқариши шубҳасиз. Ҳолбуки, улардаги матбуот, кино ва адабиёт Ғарб демократияси моделини, ғарбча турмуш тарзини, сиёсий тизимини ва бошқа кадриятларини мадҳ этиш билан машғул. Бу ҳол мутахассислар у ёқда турсин, энг оддий одамлар учун ҳам аён ҳақиқат. Шу сабабли уларнинг ахборот муассасалари ва хизматлари сиёсийлаштирилмаганлиги ҳақидаги фикр ва далилларга ишониш ўта соддалик бўлур эди. Д.Селдеснинг “1000 америкалик”, Ж.Марионинг “Матбуотни тўхтатинг”, Г.Вальффраффнинг “Бильд” муҳбири бўлиб қандай ишладим” номли китобларида айни шу мулоҳаза алоҳида таъкидлаб ўтилган. Бу китобларда “ньюс” назариясининг асосий қоидалари, шунингдек, “катта матбуот” ва “катта бизнес” иттифоқи туфайли ахборот воситаларининг сармоядорлар мардикорига айланиб қолганлиги танқидий таҳлилдан ўтказилган. Шунга қарамай, уларнинг умуман, холислигини, хусусан ахборот етказишдаги ошкоравийлигини қатъий ва узил-кесил инкор этиш ҳам ҳақиқий аҳволга мувофиқ эмас. Чунки монополиялар, пресс-синдикатлар, матбуот империялар ўртасидаги аёвсиз кураш уларнинг ҳақиқатни беихтиёр ошкор этиб қўйишларига олиб келади. Сиёсий партиялар, президентликка даъвогар номзодлар, бизнес-устунлар паноҳида бўлиш истагида — ғаразли мақсадда қўлга киритилган ахборот ҳақиқий ҳолни ошкор қилиб қўяди. Бинобарин, **биринчидан**, жамиятдаги қонуний зиддиятлар матбуот томонидан аҳолини холис ва ҳаққоний хабардор қилиш асосларидан бирига айланиб қолди. **Иккинчидан**, инсонпарварлик интилишларининг кучайиши ва бунинг ҳуқуқий жиҳатдан мустаҳкамлаб қўйилиши жараёнлари ҳам холис ахборот кўламининг кенгайишига маълум даражада имкон беради. Масаланинг қўйилиши жиҳатдан 1995 йили Россияда Ошкораликни ҳимоя қилиш фонди томонидан нашр этилган “Законы и практика средств массовой информации в Западной Европе, Америке и Австралии” номли салмоқли иши алоҳида қизиқиш уйғотади.

Янгиликни ғарбча тушуниш бизнинг, айниқса, ёш журналистларнинг тафаккурига тобора кўпроқ сингиб бормоқда. Бинобарин, жиноят хроникаси, жанжаллар, жаҳон ва маҳаллий санъат юлдузлари ҳаёти, НУЖлар ҳамда фазовий цивилизацияга дахлдор табиий инсоний туйғуларга дарҳол таъсир этувчи хабарларга ружу кўрсатмоқдалар. Бу ёш ахборотчилар жиддий ўйлаб қўриши лозим бўлган шубҳали интилишдир. Бу интилиш журналистика

соҳасида намоён бўлувчи кўчирмакашликнинг авж олишига сабаб бўлиши мумкин. Уларнинг тажрибали ҳамкасблари эса, аксинча, эски тамойилда ишлашдан бутунлай халос бўлолмаптилар. Масалан, қишлоқ хўжалиги, санъат, маънавият ва маданият соҳаларига оид хабарларда янгиликдан кўра ижтимоий муҳим бўлмаган оддий маълумотларни шунчаки қайд этиш ҳануз устувор. Тажрибадан маълумки, бу усул бир хилдаги, бир йўналишдаги рангсиз хабарлар узатишга олиб келади. Бунинг моҳиятан (экспертлар таъкидлаган) ноҳуш томони ҳам бор: бир хиллик ва андозалилик жамиятдаги ижтимоий фикрлаш тарзи “якдиллиги”нинг ифодасига айланиб қолишидир. Ҳолбуки, ижтимоий фикрлаш ҳеч қачон ва ҳеч қаерда бир хилда, бир йўналишда (ягона ва андозали) бўлган эмас, бўлиши йқин ҳам. Ҳурфикрлилик ҳар қандай жамиятдаги ижтимоий фикрлашнинг доимий сифатидир. Ҳатто энг эркин ва демократик матбуот ҳам ижтимоий фикрнинг барча қирралари ва ранглари тўла акс эттириш имконига эга эмас.

1.4.Радио ва янгиликлар тайёрлашнинг янги технологиялари

Компьютер бу революциянинг қоқ юрагида туради: у ҳам кўрсатув ёки эшиттириш воситасига айланди. Рақамли инқилоб ва унга яқинлашиш телевидение ва радионинг турли платформалардан фойдаланган ҳолда фаолият юритиши мумкин. Аста-секин аммо аниқ секторлар бўйича. Масалан, аудитовизуал ва электрон тижорий соҳа тарихан оммавий коммуникация тушунчаси устидан раҳбарлик қилган. Айтиш керакки, айна вақтларда вазият анча ўзгарди. Бунда радио ва телевидение ўтмишда қандай пайдо бўлган, уларнинг кучли ва кучсизлигини ўрганишда тарихдан фойдаланиш мумкин.⁶

Айни мана шу ҳол ахборот ва янгиликнинг ягона бир мезонини ишлаб чиқиш муаммосини келтириб чиқаради.

“Ахборот” ва “янгилик” тушунчалари журналистикада, юқорида қайд этилганидек, айна бир ҳодисанинг турли томонларидир, улар маъно ва мазмун таркибига кўра ўзаро узвий боғлиқдир. ОАВда ахборотни янгиликсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Бинобарин, ахборот ахборот учунгина бўлмаслиги, тасодифий, аҳамиятсиз фактларни эмас, аксинча, ҳаётдаги энг муҳим ва ижтимоий қийматга эга воқеа-ҳодисалар тўғрисидаги маълумотларни узатишга бўйсундирилган бўлиши лозим. Матбуот, радио ва телевидениенинг ижтимоий-сиёсий муссаса сифатидаги асосий вазифаси ҳам шундан иборат.

Хабар бериш воқеликнинг табиатида мавжуд. Ахборий “қобик” билан қуршалган бу оламнинг ўзи бизга намоён этган рамзлар, белги ва ишоралар тизими (масалан, шакл-ҳажм, ранг, таъм каби)гина эмас, балки ижтимоий, инсоний муносабатлар (янги мудирнинг тайинланиши, янги чақалоқнинг туғилиши, автомобиль харид қилиш каби)ни ҳам ўз ичига олади, лекин булар ўз ҳолича журналист қтзиқиши ва қайта ишланиши ва баҳоланиши лозим бўлган хомашёдир, хом материаллардир.

⁶ Broadcast Journalism. A critical Introduction. Jane Chapman and Marie Kinsey. First edition, 2009, Rout ledge, 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon, OX14 4RN. p.7.

Сўнги йилларда амалиётга “янгиликлар журналистикаси (“новостная журналистика”) ва “ахборий матбуот” (“информационная пресса”) каби мавҳум ифодалар кириб келди.

“Ахборий матбуот” истилоҳини амалиётчилар ва назарийчилар турлича тушунмоқдалар.

“Ахборий матбуот” истилоҳини қўллашга ружу қўйган нашрлар, журналистлар, муҳаррирлар, сиёсатчилар, тинчлик ва тўғрилиқ, сиёсатдан, фирқавийликдан холилик тарзида, молиявий мустақиллик билан боғлаб талқин этишмоқда. Улар бу хусусиятлар соф ахборот тамойилига асосланган журналистика тасаввурини шакллантиради деган нуқтаи назарга асосланадилар.

Аслида “янгиликлар журналистикаси” ҳам, “ахборий матбуот” ҳам моҳият эътибори билан айна бир тасаввурни такрорлаш — тавтологиядир. Зеро, бу икки тушунчанинг узвийлигини, бири иккинчисиз маъносиз бир нарсага айланишини юқорида қайд этган эдик.

Ғарбда “ахборий матбуот”га ўхшаш яна бир мунозарали тушунча мавжуд. Бу — “фикрлар матбуоти” (пресса мнений). Шунини айтиш керакки, бу икки тушунчани фарқлаш ва қўллаш шартли. Улар Ғарбда ҳам, бизда ҳам бир-биридан айри (соф) ҳолда амал қилолмайди. Ватанимиздаги ОАВ муҳарририятлари фаолияти шундан далолат беради. Мустақил Ўзбекистондаги истаган нашр ва телевидениенинг истаган канали ахборот-янгиликнинг ва ахборот мулоҳазанинг узвий бирлигидан иборат. Ғарб ОАВда ўзгачароқ ҳол мавжуд, деган фикр ҳам йўқ эмас. У ерда янгиликларнинг узлуксиз оқимини узатишда Си-Эн-Эн, “Немис тўлкини”, Би-Би-Си, “Озодлик”, “Америка овози” кабилар иштирок этади. Лекин уларда ҳам “соф” ҳолдаги факт, воқеа-ҳодисаларни узатиш билан бир қаторда уларни шарҳлашга ҳам эътибор берилишини тан олиш керак.

Хулоса қилиб қуйидагиларни таъкидлаш лозим. **Янгилик** сўзи янги гап, янги маълумот, янги ахборот, янги хабар каби маъноларни ифодалайди. Шу жиҳатдан янгилик тушунчаси ахборот ва хабар тушунчаларининг таркибий унсури бўлиб, ахборот ёки хабарнинг сифатини тавсифлайди. Ахборот, хабар ва янгилик сўзлари мавридига қараб, ўзаро маънодош калималар сифатида ҳам ишлатилаверади. Шу боис уларни ўзаро фарқли илмий истилоҳлар мақомида тавсифлаш баҳсу мунозараларга сабаб бўлаверади.

Хабар сўзи жанр турини ифода этувчи истилоҳ сифатида барқарор хусусият касб этган. **Ахборот** атамасини эса журналист ижодининг самараси (жанрий тоифаланишдан қатъи назар)нинг умумий ифодаси сифатида ишлатган маъқул.

Глобал ва локал тенденциялар

Шунингдек, нима учун тўлаётганларини англаб етган ва шунга яраша талаб қиладиган томошабинлар пайдо бўлди. Чунки телевидение кундалик ҳаёт ва янгиликларни эмас, кўпинча кўнгилочар дастурларни намоиш этаётган эди. Яна бир жиҳати шуки, рақамли телевидениенинг пайдо бўлиши Европада технологик ривожланишга ёрдам берди ва чекланган ўхшаш спектрларни четга суриб қўйишга ваъда берди. Немис, инглиз ва италиялик

жамоатчилик телевидениелари вўшимча рақамли хизматнинг энг кенг спектрини тавсия қилдилар. Бошланишида ВВС болалар, маданият, ёшлар ва янгиликларга мўлжалланган камбағал каналларни ишга солди. Интернет ва кенг йўлакли инфратузилма истеъмолчига вазифасини кенгайтириш: кабель телевидение орқали интерактивлик ва персонификациялашни таклиф қилди. Аммо барчани шундай савол қийнар эди: PSB бу тенденцияга чидай олармикан? Шунингдек, жамоатчилик тарзидаги эшиттириш ва кўрсатувларга талаб бўладими? Буни келажак кўрсатади.⁷

Журналистлик фаолияти ахборотни топиш, қайта ишлаш, лисоний ифодага кўчириш ва узатишдан иборат. Шу маънода қайта ишланган ва узатилган ахборотни (жанридан қатъи назар) кенг маънода, шартли равишда **журналист ахбороти** деб аташ мумкин. Бунда оммавий ахборотнинг субъекти — журналист меҳнати таъкидланади. Оммавий ахборотнинг умумий тамойиллари эса журналистлар ахборотнинг мабиатини ҳам тайин этиб беради. Бошқача айтганда, журналист ахбороти муайян мезонлар асосида таркибланади ва тартибланади. Бу мезону тамойилларни таҳлил этиш оммавий ахборот (хусусан, журналист ахбороти) табиатини тўлароқ тасаввур этишга имкон беради.

“Янгилик” тушунчаси ниҳоятда бисёр, ахборот тушунчаси сингари турлича таърифланиб келинмоқда. Мутахассислар фикрича, кишиларнинг бугун билишни истаган нарсалари янгиликдир, журналистларнинг вазифаси эса улар кутаётган янгиликни хабар қилишдан иборат.

Назорат саволлари:

1. Хорижий мамлакатлар телевиденеси ва Ўзбекистон телевидениесига янгиликлар узатиш ҳақида нималарни биласиз?
2. Янгиликлар узатишнинг янги техника, технологиялари орқали тарқалиши ҳақида нималарни биласиз?
3. Ҳар қандай муҳим хабарни янгилик дейиш мумкинми?

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Broadcast Journalism. A critical Introduction. Jane Chapman and Marie Kinsey. First edition, 2009, Rout ledge, 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon, OX14 4RN.
2. Низом Ф. Янгиланиш анъанаси. —Т.: Маънавият, 2001, 35-36-б.
3. Психологические проблемы массовой коммуникации. —М.: Наука, 2000, 11-б.

⁷ Broadcast Journalism. A critical Introduction. Jane Chapman and Marie Kinsey. First edition, 2009, Rout ledge, 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon, OX14 4RN. p.14.

2-мавзу: ТЕЛЕВИДЕНИЕ ВА РАДИО СОҲАСИДАГИ ЯНГИ ТЕХНОЛОГИЯЛАР.

РЕЖА:

2.1. *Замонавий телевизион кўрсатувларни узатишнинг янги йўналишлари.*

2.2. *Рақамли форматнинг бошқаларидан устунлиги.*

2.3. *Рақамли формат пайдо бўлишнинг сабаблари.*

2.4. *Рақамли сигнал узатишнинг тамойиллари.*

Таянич иборалар: *Телевизион журналистика, рақамли телевидение, техника, технология, студия, йўлдош алоқа, видеокамера, микрофон, жиҳозлаш, кабелли телевидение.*

2.1.Замонавий телевизион кўрсатувларни узатишнинг янги йўналишлари.

Замонавий телевизион узатиш тизими уч йўналиш бўйича ривожланмоқда:

– биринчи йўналиши — йўлдош телевизион узатиш ва бошқа ускуналар сонининг ошганлиги (бунга радио йўналиш ускуналари ҳам кирди);

– иккинчи йўналиши — кабелли телевидениенинг кўп тармоқли (йўлакли) тизимини татбиқ қилиш. У телетомошабинга 100 дан ортиқ дастурни тақдим этади (оптик–толали кабель тизими);

– учинчи йўналиш — кўпканалли микротўлқинли тизимни амалга ошириш асосидаги ер устидаги телевидениеи жорий қилиш ва ривожлантириш (мисол учун кабелли тизим).

Ўтган асрнинг 90-йилларида анъанавий сигналларнинг рақамли телевидение тасвирининг юқори сифатини қайта ташкил этиш усули рақамли телеузатиш тизимининг ривожланишига йўл очиб берди. Юқорида санаб ўтилган ҳар уч йўналишнинг биттаси узатишнинг рақамли усулларига ўтишга барқарор тенденция мавжудлиги кўзга ташланди.

Рақамли телевидение — бу етказиб беришнинг кўп каналли, кўп вариантли ва мультимедиали кўриниш. Бу мураккаб информацион муҳит. Рақамли телевидение телевизор экранларида тасвир сифатини етарлича яхшилашга имкон беради, узатишни ўша қувват билан ишлайдиган каналлар сонини оширади.

“Рақамли телевидение” — кўрсатув, телевизион сигнални қайта ишлаш ва сақлашни рақамли кўринишда амалга оширадиган телевизион техниканинг тармоғидир.

HDTV ва рақамли узатишга ўтиш янги телевизион технологияларни тушуниш

Истеъмолчи техникалар дўконларини оралаб ва турли кўринишдаги ҳай-

тек маҳсулотларни кўриб, кўплаб кўринишдаги телевизион техникаларни учратди. LCD панеллари, плазма панеллари, DLP проекторлари ва кўплаб бошқа техникалар дисплейларнинг турли ўлчамдаги вариантлари ва форматлари, яна қанчалаб HDTVнинг турлари? Бу нимани билдиради? Бу истеъмолчи учун ҳам, профессионал учун ҳам қийин савол.

Телевидение ва радио узатгичларнинг инжениринги фахрийлари рақамли платформадаги телевидениенинг янги кўринишини ўрганишга мажбурлар. Ҳар бир рақамли тизимости кўрсатув ҳозирда ўрганилмоқда ва бунинг учун профессионаллар уларни обдон ўрганиш учун кўп вақтларини сарфляптилар.

Бу тарздаги тизимни тушуниш учун мутахассис муҳандислик ва компьютер технологияси бўйича билимга эга бўлиши керак. Шунингдек, дизайн ва унинг мазмуни бўйича инфратузилмани яратиш учун малака ҳамда тажриба талаб этилади (журналистларни техника сирларини тўлақонли билишлари, медиамуҳитни ўзгартирадиган рақамли платформаларни яратиш учун янги шарт-шароитларни англаб етишлари талаб этилади, деган тушунча унчалик тўғри эмас. Шунингдек, ижод қилиш ва журналистик материаллар яратиш учун журналистик техника сир-асрорларини тўлиқ билиши талаб этилмайди. *(Таъкид бизники — Ю. Ҳамдамов).*

Бу электрон ОАВ ривожланиши ва усларнинг қўлланилиши ҳамда рақамли телевидение воситаси янги босқич бўлиб, бошқа шунга анъанавий телевидениенинг информация узатиш усуллари билан таққослаганда, қатор устунликларга эга эканлиги кўрсатиб турибди.⁸

Яъни:

- Кўрсатув йўллари ҳалақит беришга бардошлилиги ва телевизион сигналларини ёзиш сифатини ошириш;
- телевизион узатишнинг узатгичлари қувватини камайтириш;
- битта частотали диапазонда узатиладиган телевизион дастурлар сонини янада ошириш;
- телевизион узатгичлардаги тасвир ва овоз сифатларини ошириш;
- телевизион кўрсатувларни тайёрлаш ва узатишда фойдаланиладиган студия аппаратларини янада кенгайтириш;
- телевизион сигналда турли қўшимча информацияларни узатиш телевизион узатгични кўп вазифаларни бажарадиган информацион тизимга айлантириш;
- берилаётган теледастурга томошабиннинг таъсир кўрсатишга имконият яратиш учун интерактив телевизион тизим яратиш.

Шундай қилиб, журналист муҳими, рақамли телевидение медиамуҳитни ўзгартиради, ижод учун янги имкониятлар боис, аудитория эҳтиёжини ўрганишга йўл очиб беради.

Рақамли телевидениенинг фойдали жиҳатлари ҳақида кўп гапириш мумкин, аммо компьютер телевизор ёки оддий телевизорми — буни истеъмолчи ҳал қилади.

⁸ Philip J. Cianci. HDTV and the transition to Digital Broadcasting Understanding New television Technologies. Focal Press; 1 edition, 2007. p.14-15.

Замонавий мультимедиали телевизорнинг телеприёмникларга нисбатан овози ва тасвири сифати анча юқори. Аммо телевизорнинг нархи “мультикомпьютер”га нисбатан арзон. Аксарият истеъмолчи телевизорни танлапти, айниқса кўплаб турли қўшимча уланадиган воситалар пайдо бўлдики, оддий телеприёмник шахсий компьютерлар каби вазифаларини бажариш учун хизмат қилади.

Дастлаб телевизион сигналларнинг рақамли узатишлари имконияти хақидаги хабар 1990 йилларда тарқалди.

2.2. Рақамли форматнинг бошқаларидан устунлиги.

Рақамли телевизорнинг пайдо бўлиш сабаблари, шу кундаги вазифалари ва оқибатлари Рақамли сифатнинг ўхшаш тахминлари

Юқори сифатли рақамли декодерлар пайдо бўлгунча қадар анъанавий аудио ва видео бу рақамли презентациядаги бу контент катта эстетик завқ тақдим этган эди.

CD технологиялари ҳаётга кириб келганидан кейин кўплаб аудиофайллар оддий тарзда ёки алоҳида бирлаштирган ҳолда рақамланди, оқибатда овоз пайдо қилдилар.⁹

Масалан, табиат, борлиқнинг товуши берилди, ўхшаш форма чалингандан сўнг эса гўё давом этадиган тўлқинни эслатди.

Аммо овознинг рақамланиши бу қисмни шунчалик кичрайтириб қўйдики, твқдим этилган товушни аудитория тўлқинсимон сифатида қабул қила олмади.

Рақамли кўринишдаги телевизион кўрсатувнинг ўхшаш усуллардан устунлиги қуйидагича:

Кўплаб телевизион стандартларнинг (NTSC, PAL, SECAMларни қўшиб ҳисоблаганда, 40 дан зиёд) бир хилдаги рақамли стандартга ўтганлиги. Европанинг қатор давлатлари ва АҚШнинг эксперт гуруҳлари томонидан DVB – DigitalVideoBroadcastingнинг рақамли жиҳози стандартлари ишлаб чиқилди;

Кўрсатувни видеотасвир сифатини юқори даражада қилиб берадиган, шунингдек, рақамли тизим асосида жуда яхши кўрсатадиган телевидение чиқариш, кўп дастурли ва стареоскопли телевидение, мультимедиали, географик телевидение чиқариш;

Телеэкран компьютер монитори вазифасини бажарганда реал вақт режимини таъминлаганда, унда бир вақтда амалга қатнашадиган информацион ресурсларни танлаш ва интерактив алоқани амалга ошириш;

Йўлдош ретранслятор узатишни ўзгаришсиз қувват асосида каналга информация бериш тезлигини камайтириш;

Исталган мамлакатдаги рақамли телевидениенинг ривожланиш стратегиясини аниқлайдиган далилларни кўриб чиқамиз. Муаллифнинг фикрича, улар қуйидагилардан иборат:

⁹ Philip J. Cianci. HDTV and the transition to Digital Broadcasting Understanding New television Technologies. Focal Press; 1 edition, 2007. p.25.

– биринчидан, телевидение учун узатувчилар ва дастур ишлаб чиқарадиганлар;

– иккинчидан, рақамли форматдаги жиҳозларда теледастур узатиш учун мувофиқ бўлган узатадиган компаниялар;

– учинчидан, ишлаб чиқариш ривожланишининг даражаси (мазкур мамлакат телевизион абонент қурилмалари ва IDTV рақамли телевизорлар ишлаб чиқаришга салоҳияти етарлими (ёки жиҳозларни хорижга чиқарадими?))

– тўртинчидан, ўзининг моддий аҳволи ва хоҳиш-истагидан келиб чиқиб, миждоз рақамли теледастурни қабул қилиш учун техникани сотиб олишга тайёрами ёки йўқ. Алоҳида шу каби телевизорларнинг бўлишининг сигнал узатишининг анъанавий усулидан телевидение узатиш рақамлисига ўтиш вақтига боғлиқ;

– бешинчидан, рақобатчилар — булар кабелли телевидение тизими ва бевосита йўлдош алоқа узатиш тизими. Таъкидлаш керакки, йўлдош алоқали ва рақамли узатгич бирлигидаги кабелли тармоқнинг ўзаро алоқалари катта аудиторияни камраб олади ва маҳаллий реклама берувчиларни ўзига жалб қилади, бу эса телетармоқ учун жуда фойдали;

– олтинчидан эса, ҳукумат унинг ўзи замонавий техникани амалга ошириш сиёсати телевизион узатиш монополиясини бошқаришдан манфаатдор.

Шунинг учун ҳар бир мамлакатда бизнес-моделлар тузиш зарур, токи улар янги технологияларга ўтишни амалга оширишни амалда исботлашлари “Рақамли”га ўтиш қатор ишлар чиқариш тармоқлари, сиёсати, иқтисодиёти ва молияси билан боғлиқки, шунинг учун турли мамлакатлар турлича бизнес-модел зарур. Масалан, саноати ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар.

2.3. Рақамли формат пайдо бўлишининг сабаблари.

Ҳозирги даврда рақамли телевидениенинг вазифаларини қўйидагича белгилаш мумкин:

- рақамли телевидение тарқатиш ва намойиш этишни ишлаб чиқаришни камраб олган халқаро стандарт серияси кўринишдаги глобал техник воситани стандартлаш;

- техник, технологик ва иқтисодий вазифаларни давлат миқёсида комплекс тарзда ҳал қилиш;

- янги техника ва технология тадқиқи таъсирини иждодий жараёнида тузиш, рақамли технологиянинг янги тасвирий воситалари имкониятларини баҳолаш;

- рақамли телевидениенинг таъсирчанлигини яхшигина иқтисодий манба нуқтаи назари билан тадқиқ қилиш. Рекламаларни ана шундай телевидениеда кўрсатиш яхши даромад келтиришга шубҳа қилмаслик мумкин эмас, аммо маълум мухлислар гуруҳи уларга ёқадиган дастур учун тўлашлари мумкин.

Рекламли телевидение режасини амалга оширишга олиб келадиган оқибатлар белгилари:

1. Аудитория маълум дастурни қизиқиши, имкониятига қараб

сигментлайди, шунинг учун рақамли телевидениени каналлардан фойдаланишда, шунингдек, давлат ёки ҳомийлик даражасидаги маданий ва спорт каналларини баҳосини оширишни чегаралаш зарур.

2. ОАВ иқтисодиёти ўзгаради, концентрация ва корпорациялар жараёнлари ўз ўрнини топади. Бир томондан, компания бирлашмасига кирганларнинг рентабеллигини қўллаб-қувватлаш осон кечади, бошқа томондан истеъмолчига шаблон тарздаги қиймати паст даражада шаклланиб, “стандартлашган” ёндашув пайдо бўлиш хавфи пайдо бўлади.

3. Форматлилиқ. Мазмуни ва йўналиши бўйича телеканаллар томошабинларнинг қизиқиши ва томошабинларнинг қизиқиши ва шахсий имкониятларни ҳисобга олинган ҳолда бўлимларга бўлинади. Афтидан, информацияни узатиш сифати бўйича бошқалардан қолишмайдиган кўплаб кўнгилочар ва мусикали каналлар пайдо бўлади.

Рақамли сигнал узатиш тамойиллари

Рақамли телевидениенинг ўзини ривожлантириши бўйича қатор босқичлар ўтди. Ҳар бир босқичда бошланишда илмий-тадқиқот ва тажриба – конструкторлик ишлари асосида экспериментал қурилма ва тузилмалар яратилди, кейин қондаси бўйича стандартлар қабул қилинди. Уларни телевизион кўрсатувлар олиб борадиган ва видеопрограммалар чиқарадиган барча ташкилотлар, апаратуралар ишлаб чиқадиган барча фирмалар бажариши керак.

Халқаро стандартлар биринчи навбатда стандартлар бўйича Халқаро ташкилотлар (ISO) томонидан қабул қилинади. Маълум техника йўналишича бўйича стандартлар ишлаб чиқариш учун ISO ишчи гуруҳи тузади.

Рақамли телевидение ривожлантиришнинг босқичи — телевизион тизимда рақамли техникадан фойдаланиш.

Бу босқичда рақамли студия жиҳозларининг тўлақонли яратаилиши энг муҳим ютуқ бўлди. Студияли жиҳозга чиқишда рақамли сигнал ўхшаш кўринишга айланади ва одатдаги алоқа каналлари орқали узатилади.

Рақамли техникадан фойдаланишнинг бошқа йўналиши рақамли телевидение ривожлантиришнинг биринчи босқичига ўхшаб кетади — тасвир сифатининг ошиши мақсадида ёки функционал имкониятларнинг кенгайтириш мақсадида телевизион приёмникка рақамли блокларнинг критилиши. Шу каби блокларда мисол сифатида тасвирда шовқиннинг таъсирини камайтириш ва акс-садо сигнални йўқотиш учун сигналларни ёруғлиги ва турли ранглилик ажратишига рақамли филтрлар хизмат қилиши мумкин. Шунингдек, “телетекст” ва бошқалар тизими орқали “стоп-кадр” ва “кадрда кадр”, экранда кўшимча информацияни кодлари ва такрор ишлаб чиқариш вазифаларини амалга оширишда ана шу ускуналар кенг танилган (**танланган?**).

2.4. Рақамли сигнал узатишнинг тамойиллари.

Телевизион стандарт ўзгаришини икки асосий йўналиш бўйича ажратиш мумкин: бир вақтдаги кўрсатувдан ёруғ ва турли ранг сигналдан ўтиш, оқибатда қаторда кадрда қатор сони ва тасвир элементларининг кенгайтиши.

Дурагай телевизион сигнал тизимига мисол сифатида телевизион кўрсатуви тизимидан MUSE қв ғарбий европанинг MAC оилавий тизими.

Рақамли телевидение ривожланиши учинчи босқичи сифатида тўлақонли телевизион тизимнинг яратилишини айтиш мумкин.

Японияда NHK юқори сезгир ТВ билан 60-йилларнинг ўрталарида иш бошлади ва уни “HiVision” деб атади.

У йўлдош алоқа воситасида тарқатилди ва унинг гуллаган даври 1980 йилга тўғри келади.

Европача ривожланиш

EUREKA Project MAC билан боғлиқ ва 1986 йилдан бошланган.

Кўшма Штатлар компаниялари японияликлардан устун бўлдилар, лекин ишлаб чиқариш АҚШдан ташқарида амалга оширилди.

DVB ва Digital Audio Broadcasting (DAB) ни жорий қилиш учун тайёргарлик рақамли телевидение билан шуғулланганлар 1993 йилда Европадаги 16 мамлакатнинг йирик ташкилотлари ва АҚШ билан тузилган шартнома асосида амалга оширилди. 1996 йил SES компанияси “Астра” йўлдошини 20 та рақамли рестрансляторлар билан коинотга чиқарди.

Таъкидлаш керакки, ҳозирги вақтда рақамли узатишга барча мамлакатлар учун бир хилдаги стандарт йўқ.

Хорижда бугун рақамли телекўрсатувнинг қабул қилиш шаклини икки принципиал турли йўлни тавсия этишади. Уларни шартли тарзда “европача” ва “америкача” деб номлаш мумкин.

Европада DVB дастури қабули биринчи босқичи унинг авж палласини амалга оширилиши асосан телевизор бўлмаган аҳоли орасида махсус рақамли абонентли уланган нарса — “ресивер” — SetTop Box билан амалга ошириш тахмин қилинади. Бундай уланган нарса конструктив тугалланган ускуна бўлиб, рақамли сигналнинг товуши ва тасвири, шунингдек, ўхшаш шаклга айлантиришга мўлжалланган тўлиқ чизма набор ва алоқа тугунидан иборат. Булардан ташқари DVB уланган нарсага таркибига ишлаш керак бўлган модули ва бошқарувнинг шахсий процессори киради. DVB-уланган нарса абонентининг биринчи авлоди 1996 йил ишлаб чиқарилади ва “узатувчи-томошабин” чизмаси бўйича рақамли кўрсатувни қабул қилишга мўлжалланган. Абонент приставкани ишлаб чиқариш баробарида, қатор фирмалар оддий анъанавий ва рақамли ТВ DVB дастури қабулини таъминлайдиган рақамли телевизор ишлаб чиқара бошладилар.

Кейинги йилларда DVB-T стандарти бўйича Швеция, Испания, Дания ва Австралияда кўрсата бошладилар. Булардан ташқари Сингапур, Янги Зеландия ва Ҳиндистонда тайёргарлик ишлари бошланди.¹⁰

Телевидениенинг рақамли тизими борасида тўлиқ таклиф биринчи таклиф 1993 йили Европада пайдо бўлди. Бу лойиҳалар асосида сифатли кодирлаш ва тасвирни сиқиш техникаси таъсирчанлиги усуллари борасидаги ютуқлар ётади. 1993 йилнинг май ойида ўзининг кўриниши бўйича лойиҳага яқин бўлган тасаввур ҳосил қиладиган тўртта гуруҳ ва тадқиқот

¹⁰ Philip J. Cianci. HDTV and the transition to Digital Broadcasting Understanding New television Technologies. Focal Press; 1 edition, 2007. p.40.

ташкilotлари “GrandeAlliance”га бирлашдилар ва кейинчалик битта лойиҳани тавсия қилдилар.

1990 йилдан 2007 йилгача ўтказилган барча тадқиқотларнинг натижаси бир неча стандартларда ўз аксини топди. Улардан энг асосийлари ҳақида тўхталиб ўтамиз.

Кўзгалмайдиган тасвирни сиқиш учун JPEG стандарти кенг қўлланилади. Ҳаракатдаги тасвирни сиқиш усули ва овозли сигнални узатиб бориш MPEG-2 стандартларда ёзилган. Ҳозирги вақтда MPEG-2 стандарти бўйича телевизион сигналларни сиқишга асосланган рақамли телевидение тизими кўплаб мамлакатларга тез тарқалмоқда. Бунда биринчи навбатда телевидение орқали бериладиган дастурининг одатий кенгликдаги сонини нисбатан ошириш вазифаси амалга оширилмоқда. Бунинг оқибатида тезда тижорий натижа беради.

Европада 1993 йилданок DVB (DigitalVideoBroadcasting) лойиҳаси қабул қилинди ва унда турли мамлакатларнинг 130 дан ортиқ фирма ва илмий-тадқиқот ташкilotлари иштирок этди. Ривожланган мамлакатларда XXI асрнинг биринчи ўн йилларида анъанавий телевизион кўрсатувларни тўхтатиш масаласи қўйилди.

2002 йилдан бошлаб мамлакатимизда рақамли телевидениени татбиқ этиш бўйича техник база яратишга киришилди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида рақамли телевидениега техник ва технология ўтиш бўйича давлат дастури тўғрисида”ги ва Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг рақамли телеканаллари сонини ошириш, улардан тўлиқ форматда фойдаланиш, сифатли бойитиш ва хизмат кўрсатиш тўғрисидаги қарорлари қабул қилинди. МДХ давлатлари орасида биринчи бўлиб, юқори тиниқликдаги HD (High-definition) форматдаги «UZHD» телеканалли ўз ишини бошлади.¹¹

Стандартли рақамли телевизион тизимни техник томонлари билан узатиш усулини кўриб ўтамиз.

Биринчидан, рақамли сигнал — бу вақтнинг алоҳида лаҳзаси танлаб олинган аҳамияти шаклида намоён бўлган дискрет сигнал. Иккинчидан, бу квантли сигнал. Учинчидан эса, рақамли сигнал ўзининг сўнгги кўринишида ўзида вақт бўйича дискрет ҳамда квантли аҳамиятини рамзий маънода тасаввур қилади.

Назорат саволлари:

1. Рақамли телевидение — бугунги кунда: ҳа ёки йўқ?
2. Рақамли формат ва журналистлар учун янги имкониятлар.
3. Интерактив.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Philip J. Cianci. HDTV and the transition to Digital Broadcasting Understanding New television Technologies. Focal Press; 1 edition, 2007.
2. Психологические проблемы массовой коммуникации. —М.: Наука, 2000.

¹¹ Рўзиев Ф., Жўраева Х. Тележурналистга тавсиялар. —Т.: Шарқ, 2013. —Б.11.

**3-мавзу: ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКАНИНГ ЯНГИ МУАММОЛИ-
МАВЗУЛИ ЙЎНАЛИШЛАРИ. ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА
МАДАНИЯТЛАРАРО ҲАМКОРЛИК ДОИРАСИДА.**

РЕЖА:

- 3.1. Глобаллашув даврида оммавий коммуникация фаолияти.
- 3.2. Замонавий медиамуҳитдаги ўзгаришлар: ўрни ва аҳамияти.
- 3.3. Телерадиожурналистикада янги муаммоли мавзулар кўлами.
- 3.4. Телерадиожурналистика ва маданиятлараро ҳамкорлик масалалари.

Таянич иборалар: Телевидение, глобаллашув, телеканал, маданиятлараро ҳамкорлик, медиамакон, медиамаданият, интервью, диалог, медиатаълим.

3.1. Глобаллашув даврида оммавий коммуникация фаолияти.

Янги асрда телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар дастурларидан янги муаммоли-мавзули йўналишлар жой олди. Чунки эскича яшаш ва фикрлаш асосида телетомошабин ёки радиотингловчи кўнглини овлаб бўлмайди. Энг мураккаб томони — дунё миқёсида ахборот маконлари кўпайиб, глобаллашув жараёнлари кучайиб кетди. Энди одамларда танлаб кўриш, танлаб эшитиш имконияти пайдо бўлди. Шу боис, телерадиожурналистлар ҳам давр, ён-атрофда содир бўлаётган воқеалар мазмун-моҳиятини англаган ҳолда, кўрсатув ва эшиттиришларини ана шу талаблардан келиб чиқиб, тайёрлашга ҳаракат қилаяптилар. Глобаллашув бир томондан кўрсатув, эшиттиришларга ўз таъсирни ўтказаетган бўлса, ижтимоий, иқтисодий, сиёсий жараёнлар оммавий ахборот воситалари ходимларини янада хушёрликка ундаяпти. Ўз-ўзидан маълумки, телерадио ижодкор тайёрлаган мавзусининг талаби асосида ёндашмоқда.

Бугунги кунда дунёнинг геосиёсий, иқтисодий ва ижтимоий манзарасида чуқур ўзгаришлар содир бўлмоқда. Айниқса, ахборот соҳаси ҳам бундан мустасно эмас, албатта. Глобаллашув жараёнида ахборот қудратли курулга айланиши натижасида инсон онгини забт этишга бўлган ҳаракатлар тобора кучаймоқда. Ўз навбатида, мафкуравий-ғоявий таъсир ўтказишда ахборот асосий омил вазифасини ўтаётганлигини таъкидлаш ўринлидир. Ҳозирда, ахборот воситаси ёрдамида инсонларнинг қалби, онги ва руҳиятига таъсир кўрсатишга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бинобарин, ҳар қандай ахборот хуружлари бевосита ахборот куруллари ёрдамида амалга оширилаётганлигини таъкидлаш лозим. Бугунги кунга айрим етакчи давлатлар бевосита ахборотдан вайронкор курул сифатида фойдаланишга интилмоқда. Глобаллашув шароитида, айрим айрим сиёсий кучлар ва

марказлар ахборот хуружи орқали ёшлар онги ва қалбига ёт ғояларни сингдиришга алоҳида эътибор қаратмоқда. Ўз навбатида, ахборот хуружи орқали ёшлар онгига таъсир кўрсатиш жараёнида аввало, моддий, маънавий, руҳий омилларга бевосита эътибор қаратилади. Бинобарин, ноанъанавий ва ноҳолис усулларидан фойдаланиш замирида сиёсий мақсадларини амалга ошириш ғояси ётади.

Таъкидлаш жоизки, ҳар қандай давлат ва жамият ҳаётида ёшлар мамлакатнинг келажаги ҳисобланади. Ўз навбатида, жамият ҳаёти ва мамлакат миқёсида ёшлар фаол ижтимоий кучга айланиб бормоқда. Мазкур омил ёшларни турли маънавий-мафкуравий хуружлар, ёт оқимлар таъсир ва таъйиқларининг бош манбаига айланишига замин яратмоқда. Замонавий ахборот маконидаги ҳаракатлар шу қадар тезлашмоқдаки, ушбу ҳаракатларга нисбатан лоқайдлик билан қараш асло мумкин эмас. Бу ҳақда Президентимизнинг: “Сир эмас, баъзан беозоргина бўлиб туюлган мусиқа, оддийгина мультфильм ёки реклама лавҳаси орқали ҳам маълум бир мафкуравий мақсадлар ва интилишлар ифодаланади”¹², — дея таъкидлаган эди. Бинобарин, кейинги вақтларда юртимизга ғаразли мақсадлар сари кириб келишга интилаётган, сиёсий мақсадларни ўзида намоён этаётган ахборот хуружини англаш муҳим касб этади.

ВВС Мустақил Телерадиокомпанияси фахрийларидан бирининг қилган баёнотидан бир нарсага ишонадики, умумий баёнот билан унинг қилган баёнотида қандай нарсалар билан фарқ бўлиши керак.

Тўлиқ бетарафликни такомиллаштириш керакка ўхшайди; кўпчилик идеал ҳаракат қилмоқчи бўлади, лекин ҳеч ким унга тўлиқ эришолмайди. Ҳатто, энг ҳурматли журналистнинг жамият ва маданиятга муносабати фақат унинг эътиқод, тажриба ва тарбия маҳсулотининг йиғиндиси бўлиши мумкин. Холислик стандартлари қатъий. Бироқ профессионаллар кўллаш орқали ҳаракат қилиши мумкин. Ҳеч ким тарафкашлиқдан озод бўлолмайди. Ҳар бир инсоннинг холислиги ўзи учун, бу орқали унга юксак баҳо беришади. Субъектив қараганда табиатан бир хил бўлиши керак ишончсиз ўлчови бўлмайди.¹³

3.2. Замонавий медиамуҳитдаги ўзгаришлар: ўрни ва аҳамияти.

Ҳолислик ҳақида афсона.

Бугунги кунда айрим сиёсий кучлар томонидан амалга оширилаётган ахборот хуружлари замирида ёшларга алоҳида эътибор қаратилаётганлигини таъкидлаш ўринлидир. Шу ўринда, инглиз сиёсий арбоби Эдмунд Беркнинг “Ёшларнинг онгида қандай кайфият устунлигини айтсанг, мен сенга кейинги авлоднинг табиати қандай бўлишини айтиб бераман”, деган сўзига эътибор қаратилса, қўшни Қирғизистон ҳудудида нодавлат нотижорат ташкилотлар мақоми асосида фаолият кўрсатиши натижасида мамлакатдаги мавжуд ноҳукумат ташкилотларга услубий кўрсатмалар кўрсатилган. Натижада,

¹²Каримов И. А. Биз келажагимизни ўз кўлимиз билан курашимиз. 7–жилд. —Т.: Ўзбекистон, 1999. — Б.88.

¹³ Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain. p.200.

мамлакатда маҳаллий ёшлар орасида “демократик кадриятлар”ни шакллантириш, “усулларни танқидий фикрлашга”, “муҳолифат асосидаги партия ташкил этиш” усулларига, мамлакат шаҳарлари бўйлаб оммавий тартибсизликларни амалга ошириш йўлида тайёргарлик қўришга қаратилган ҳаракатлар оқибатида Қирғизистон ҳукуматида сепаратизмини вужудга келишига замин яратган. Мазкур ҳолат, мамлакат ҳукуматида сиёсий танглик келиб чиқиши учун асосий омил вазифасини ўтаган.

Ғарб медиапедагоглари “медиясаводхонлик” (media literacy) тушунчасини қуйидагича изоҳлашади:

“Медиясаводхонлик” - ўқувчи ва талабаларга медиа билан мулоқотда, уларнинг ҳаётидаги медиа мазмунини тушунишда танқидий нуқтаи назар билан қарашга ёрдам беради. Медиясаводхон ўқувчи ёки талаба медиаматнларга баҳо беришда танқидий ва таҳлилий ёндашуви, оммавий маданият билан муносабатда танқидий масофада бўлиши, манипуляцияга қаршилиқ қилиши керак.¹⁴

“Медиясаводхонлик” - медиаматнларни шарҳлаш/таҳлил этиш ва яратиш қобилияти.¹⁵

“Медиясаводхонлик” - турли шакллардаги ахборотларни олиш, таҳлил этиш, баҳолаш ва узатиш қобилияти¹⁶.

“Медиясаводхонлик” - медиясаводхон одамни замонавий дунёдаги, кодли ва репрезентацион тизимларда фаолият юритаётган медианинг ижтимоий-маданий, сиёсий контекстини тушунишга, медиаматнларни идрок этиш, яратиш, таҳлил этиш, баҳо беришга тайёрлаш жараёни¹⁷.

“Медиясаводхонлик” - инсонларга аудио-визуал ва босма матнларнинг маданий аҳамияти, мазмунини тушунишга, яратишга ва баҳолашга ёрдам беришга ундовчи ҳаракат. Ҳар бир инсон медиясаводхон бўла олади¹⁸.

Медиятаълим ва медиясаводхонлик ўртасидаги чегара жуда силлиқ ва бир-бири билан алмашувчан. К.Ворсноп (Ch.Worsnop), В.Гура, В.Монастырский, А.Короченский, Ж.Панженте (J.Pungente), С.Пензин, И.Розер (I.Rother), Д.Сюсс (D.Suess), Л.Усенко, Т.Шак ва бошқа медиапедагоглар фикрича медиясаводхонлик медиятаълим натижасидир. Д.Лемиш (D.Lemish)нинг фикрига кўра эса медиятаълим анча кенг қамровли тушунчадир. Медиясаводхонлик билангина боғлаб унинг моҳиятини очиб бериб бўлмайди. Федоров А.Внинг фикрига кўра эса бу икки тушунчани бир-биридан ажратмаслик керак. Тадқиқотимиз жараёнида маълум бўлдики, медиясаводхонлик ОАВ билан шахс ўртасидаги муносабатдир. Ахборий маданият жамиятнинг ҳар бир аъзоси юқори ёки қуйи даражадаги медиясаводхонликка эга бўлади.

14. Duncan, B. (Ed.) (1989). *Media Literacy Resource Guide*. Toronto: Ministry of Education of Ontario, Publications Branch, the Queen's Printer, p.232.

15. Worsnop, C. M. (1994). *Screening Images: Ideas for Media Education*. Mississauga: WrightCommunication, p.179.

16. Kubey, R. (1997). *Media Education: Portraits of an Evolving Field*. In: Kubey, R. (Ed.) *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick & London: Transaction Publishers, p.2.

17. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2001, p.9494

18. Aufderheide, P., Firestone, C. (1993). *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Queenstown, MD: The Aspen Institute, p.1.

3.3. Телерадиожурналистикада янги муаммоли мавзулар кўлами.

Масъулиятли ҳисобот.

Турли радио ва телевидение дастурлари орқали ёш ва қари аудиторияга таълим ва саводсизлик билан бир қаторда оммавий маданиятни сингдиришга эришиш мумкин. Бу турли мамлакатларда кенг тарқалган воситадир. Эртами-кечми томошабинлар томонидан бўлимдан бошқасига бир мурожаат бўлиши муқаррар. Биз журналистлар бунга аҳамият беришимиз керак, агар унга энгил қарасак, оғир мудроқ оқибатида мушкуллик учрашимиз мумкин.¹⁹

Маълумки, ёзма матн инсонни ўйлашга, фикр қилишга ундайди. Радио ҳам ақлий ривожланишга хизмат қилади. Видео эса томошабинни суст қабул қилувчига айлантиради. Видео маҳсулот инсонни мушоҳада қилишдан чеклаб қўяди. Кино реал ҳаёт эмас. Ахборот технологиялари ёрдамида берилган эффектлар фильмлардаги қахрамонларни суперманларга айлантиради. Бу эса ёшларнинг идеаллари, ҳаётга бўлган муносабати шаклланишига олиб келади. Видеоахборотни қабул қилаётган аудиторияга медиасаводхонлик билимлари янада зарурдир.

Белоруссиялик мутахассис Евгений Морозовнинг “Тармоқ уйдирмаси” (“The Net Delusion”) номли китобида айтилишича, ижтимоий тармоқлар беғам ва эринчоқ одамлар авлодини тарбияламоқда. “Дэйли Мэйл” (“The Daily Mail”) нашрида чоп этилган Оксфорд университети профессори Сюзан Гринфилднинг мақоласида инсон руҳиятидаги салбий ўзгаришлар ижтимоий тармоқлар билан ҳам боғлиқ экани таъкидланади. Аниқланишича, ўта оддий виртуал мулоқотлар инсонда руҳий оғишларни вужудга келтирар экан. Яъни, одам ижтимоий муҳитнинг ўзгарувчан шароитларига мослаша олмайдиган бўлиб қолади. Шунингдек, келажакка ишончнинг йўқолиши, ўзига нисбатан ноҳолис баҳо бериш, тушкунлик, тажовузкор хатти-ҳаракатлар, муросасиз фикрлар, ижтимоий фаолликнинг сусайиши каби ҳолатлар кўзга ташланади. Таъкидлаш керакки, ижтимоий тармоқларнинг доимий мижозлари вербал мулоқотга киришиш кўникмасини йўқотади, масалан, суҳбат чоғида улар суҳбатдошининг кўзларига қарай олмайди. Демак, ижтимоий тармоқларга мурожаат этаётган ўсмирга энг аввало ёшларга Интернетдан фойдаланиш маданиятини ўргатиш керак.

SEfan.ru, 2yxa.ru Youtube.com, Mp3uz.net, Ka4ka.tarona, Rugame.mobi, ka4ka.ru сайтлари кўп овоз олган электрон манзиллардан. Мобил телефонлар учун видео, мусиқа, ўйин юклаб олишга мўлжалланган сайтлар ёшларнинг қандай ахборотларнинг истеъмолчилари эканлиги ҳам кўрсатади. *Ziyouz.com, zakovat.uz* сайтларининг ҳам салмоқли овоз берилгани ёшларнинг интеллектуал салоҳиятини оширишга Интернетнинг ҳисса кўшаётганини белгилайди. Сўровнома варақаларида *gazeta.uz online.uz, kinoteatr.com, referat.uz, kun.uz, daryo.uz* номлари ҳам бир неча бора қайд этилган. Google 29 марта тилга олинган. Бироқ кидирув тизимлари ўқувчи-ёшларнинг қайси мавзудаги ахборотни қабул қилаётганини кўрсата олмайди. У ҳар қандай

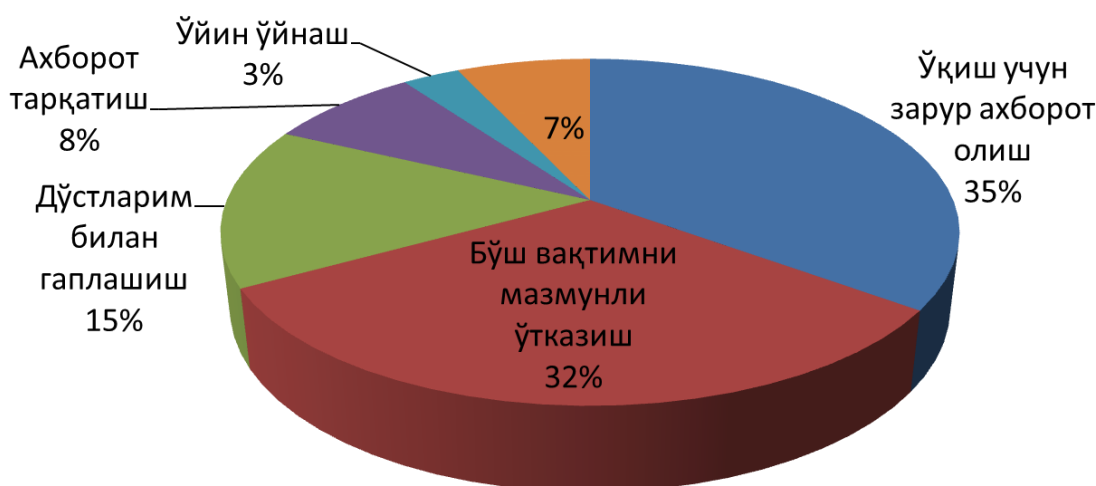
¹⁹ Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain. p.207.

ахборотга киритувчи дарвоза вазифасини ўташи мумкин.

Voydod.net, cnn.com, glotr.uz, tarona.net, uff.uz, uzchess.uz, oqdaryo.derbi.uz, ok.ru, 24.uz, skype.com, newsrealmadrid.ru, wikipedia электрон комуси, mabtob.ru, acmilan.com, ask.fm.ok, vesti.ru, ok.ru, abiturient.uz, vk.ru, std.uz сайтлари номлари келтирилгани ўқувчилар ва Интернет ўртасидаги муносабатни тадқиқ этишда кўламни янада кенгайтириш кераклигини англатади. Бундан ташқари респондентларнинг 25 фоизи Интернетдан доимий фойдаланмаслигини таъкидлаган ва сайтларнинг номларини келтира олмаган. Ўғил болалар спорт сайтларига, қизлар аудиториясида кўпроқ мусикий электрон манзилларига кириши кузатилди. Қидирув сайтларида эса умумийлик кузатилди.

Қуйидаги тадқиқотда ўқувчи-ёшларнинг Интернет билан муносабатидан кўзланган мақсад аниқланиши кўзланган.

ОАВ(ТВ, радио, газета, Интернет)га қандай мақсадда муурожаат этасиз?



3.4. Телерадиожурналистика ва маданиятлараро ҳамкорлик масалалари.

Қайси жанрдаги фильмлар сизни кўпроқ қизиқтиради? Вариантларнинг бир нечтасини танлаш мумкин эди. Жадвалда жанрларга берилган овозлар сони кўрсатилган. Комедия жанрига кўп овоз берилгани ТВда шу жанрдаги фильмларга кўпроқ ўрин берилиши, шу жанрдаги миллий фильмларни кўпайтиришни тақозо этади.

1	Детектив - 54	6	Эртақ - 15
2	Комедия - 82	7	Трагедия - 26
3	Фантастика - 43	8	Кўрқинчли - 32
4	Муסיқали -12	9	Барчаси - 3
5	Оперетта	10	Ҳеч бири -2

Босма нашрлар, радио, ТВ, Интернет сайтлари ва компьютер

ўйинларидаги қайси мавзулар сизни қизиқтиради? (Бир нечтасини танлаш мумкин. Жадвалда мавзуларга берилган овозлар сони кўрсатилган.)

1	Ҳарбий - 35	8	Педагогик - 3
2	Тарихий - 44	9	Сиёсий - 30
3	Космик - 16	10	Саргузашт - 41
4	Криминал(жиноятга оид) - 21	11	Диний - 7
5	Севгига оид - 17	12	Спорт - 51
6	Ёшларбоп - 24	13	Экологик - 14
7	Илмий-техник - 26	14	Ҳеч бири - 2

31 фоиз ўқувчилар анъанавий ОАВ (газета-журнал, ТВ, радио)да берилаётган ахборотлар ишончли деб, 23 фоизи ишончсиз деб ҳисоблайди. 46 фоиз ёшлар бу саволга жавоб беришга қийналади. Интернетда берилаётган ахборотга 39 фоиз сўровнома иштирокчилари ишониши маълум бўлган, 23 фоизи ишонмайди, 38 фоизи бу саволга жавоб бера олмайди. Шу билан бирга 38 фоиз ўқувчиларнинг ижтимоий тармоқларда ҳаётда кўрмаган виртуал дўстлари бор. 62 фоиз ўқувчиларда эса йўқ.

Шуни таъкидлаш лозимки, ёшлар видео ва Интернетдаги ахборот маҳсулотларига кўпроқ боғланган. Уларда ахборотни танқидий тафаккур билан қабул қилиш ҳолати ҳам кузатилади. Босма ОАВ кам мутолаа этилаяпти. Радиода ахборотга эҳтиёж катта эмас. Бундай ҳолатда аудитория қизиқишлари билан ҳисоблашиш, уларнинг ижтимоий фикрини чуқур тадқиқ этиб журналистикани ривожлантиришнинг қўшимча чора-тадбирларини ишлаб чиқиш самарали бўлади.

Мафкуравий кураш оммавий тадбирлардан илмий технологик асосга ўтди, профессионаллашди. “Ўнта уй бекаси ёки бешта шифокордан кўра битта журналистни қўлга киритган афзал”, деган қоидага амал қила бошлади. Бугун ахборотни қабул қилувчи одамдан кўра уни бошқаларга етказадиган “фикр лидерлари”нинг мафкуравий қиммати ошган.

Ўзбекистон босма матбуотида аҳолининг медиасаводхонлигини оширувчи мақолаларда асосан оммавий маданият муаммоси, Интернетнинг, ахборотнинг ёшлар маънавиятига таъсири, миллий кадриятлар ҳурмат, миллий ўзлигимизни асраш мавзулари кўтариб чиқилади. Материаллар аҳолининг медиасаводхонлигини оширишга хизмат қилади. Унда фактдан кўра кўпроқ мулоҳаза, фикр ва муносабатга таянилади.

“Оммавий маданият” ниқоби остидаги сохта ғоялар инсоният ҳаётини издан чиқаришга, уни оиласидан, мақсад ва интилишларидан, ўзлигидан айиришга қаратилгани ҳеч ким учун сир эмас. Аммо доим огоҳ бўлмаганлар бу тузоқнинг домига тушиб қолганини кеч англайди. Яқинда Норвегияда содир бўлган даҳшатли кўпоровчилик замирида ҳам “оммавий маданият”нинг бузғунчи ғоялари ётганига шубҳа йўқ.

Маънавий-ахлоқий мавзудаги мақолалар бошқа турдаги мақолалардан тубдан фарқ қилади. Бу ўринда фактларга суянилса ҳам, мақолада асосни мулоҳаза, муносабат, таҳлил ташкил этади. Факт ғоя, муаммо, зиддият,

далил, исбот, образ, деталь, парадокс, рамз бўлиши мумкин деймиз. Маънавий-ахлоқий мавзудаги мақолаларда фактлар билан ишлашнинг ўзига хосликлари кузатилади. Муаллифлар факт замирида фикр, таҳлил, шарҳ, кези келганда баҳо ва хулосалар берилади. Бу ерда факт муаллифнинг фикрини тасдиқловчи, унинг позициясини англатувчи ҳужжат сифатида намоён бўлади.

Факт сифатида эса мутахассисларнинг қарашлари, фикрлари, илмий изланишлари натижалари келтирилади. Масалан, “Британиялик медиапедагог Д.Букингемнинг фикрида жон бор. У “ахборотлашган жамият”да ёшлар, албатта, медиамаҳсулотларни пассив қабул қилишади ва албатта, медиаматериалларнинг қурбонларига айланишади. Бироқ медиапедагогика боланинг ўзини марказга қўяди. Боладаги медиабилым ва тажрибага таянади”, дейди.

ЮНЕСКО медиатаълимни XXI асрда маданий таълимнинг устувор йўналишларидан бири сифатида белгилагани ҳақида маълумот берилгани медиаогоҳликка дунё миқёсида катта эътибор қаратилганини англатади”.

Мақолада муаллифнинг ўзи олган интервьюлари, кузатган воқеа-ҳодисалари учрамайди. Шунга қарамасдан зарур ўринда мавзу долзарблигини кўрсатиб берувчи фикр-мулоҳазалар келтирилади. Улар асосан, хорижлик мутахассисларга тегишли. “С.М.Стерденко медиамаданияти юқори кишини мана шундай тасвирлайди: “Унинг медиабоғланишлари сони ва давомийлиги режалаштирилган бўлади. Ўзига керакли ахборотни тўғри танлай олади. Ахборотга танқидий ёндашади, чунки у медианинг зарарли таъсирларини билади, қаршисида очилган медиаматни ўз филтридан ўтказиб, кейин қабул қилади. Медиамаҳсулотдан фойдаланишда ахлоқ меъёрларига амал қилади. Медиамаҳсулот ярата олади”.

Назорат саволлари:

1. Глобаллашув даврида оммавий коммуникация воситалари ривожини ва халқаро ҳамкорлик таҳлили ҳақида нималарни биласиз?
2. Медиясаводхонликнинг кечаги ҳолати ва истиқболи ҳақида қандай фикрдасиз?

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain.
2. Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick & London: Transaction Publishers
3. Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Queenstown, MD: The Aspen Institute

4-мавзу: ЭФИР ТУЗИЛИШИДАГИ ЯНГИ ТАМОЙИЛЛАР.

РЕЖА:

- 4.1. Таҳлилий кўрсатувларда мавзулар кўлами
- 4.2. Телекўрсатув муваффақиятида муаллиф маҳоратининг аҳамияти
- 4.3. Телевизион ток-шоу жанридаги ўзгаришлар ва таҳлилий жанр сифатида намоён бўлиши
- 4.4. Таҳлилий кўрсатувларнинг муаммолари ва истиқболлари

Таянич иборалар: Эфир, тамойил, телеканал, телесуҳбат, телешарҳ, сценарий, телебошловчи.

4.1. Таҳлилий кўрсатувларда мавзулар кўлами.

Телевидениянинг бугунги фаолияти кишиларнинг кундалик ҳаётига сингиб кетган телевизион кўрсатувларнинг ғоявий мазмуни чуқур ва равшан бўлиши, уларнинг бадиий шакллари ранг-баранг бўлиши ҳақида ҳамиша қайғуриш лозим. Бу эса телевидение учун кўрсатувлар мазмунини катта талабчанлик билан таъминлаш, телевизион жанрлардаги факт ва маълумотлар билан пухта ишланиши, кўрсатувларни тузишда тасвир, овоз, нутқ уйғунлигининг таъминланиши билан узвий боғлиқ. Шу маънода, телекўрсатувларнинг қиёфасини шакллантиришдаги ўрнини бадиий-ғоявий маҳсулдорлигини ошириш замонамизнинг энг долзарб масалаларидан ҳисобланади.

Оммавий ахборот воситалари бугун шундай бир таъсир кучига айландики, инсоният ҳаётини, маънавий дунёсини, онг тафаккурини у ёки бу даражада шаклланишида муҳим бир восита вазифасини бажаряпти. Айнан ТВ бошқа оммавий ахборот воситалари радио, матбуотдан фарқли ўлароқ тасвир, овоз ва кўплаб имкониятлари билан бу борада етакчилик қиляпти. Иқтисодий-сиёсий, ижтимоий-маънавий томондан телевидениеда янги давр бошланди. Унда кўрсатувлар мазмун, шакл ва мундарижа жиҳатидан ўз услубини яратди. Айни даврда юртимизда фаолият олиб бораётган давлат ва нодавлат ОАВлар жамият тараққиёти, халқни ахборот билан таъминлаш, жаҳон ҳамжамияти билан баробар қадам ташлаши ва маънан соғлом ҳаётни яратиш мақсадини ўз олдига вазифа қилиб қўйган.

Бирор кўрсатувни тайёрлаш ва томошабин эътиборига етказиш кўрсатув муаллифи, режиссёри ва кўплаб ижодкорлардан катта меҳнат талаб этади. Ана шу меҳнат маҳсули орқали унинг ижодкорларининг касбий савияси, ижод маҳорати ва билим даражасига баҳо бериш мумкин. Бугун бой тарихимиз, миллий анъаналаримиз, маънавийтимизга бағишланган халқимизнинг талаб истагидан келиб чиққан ҳолда кўплаб мавзудаги

ижтимоий-сиёсий, маънавий-маърифий ва бадий кўрсатувлар тайёрланиб томошабинлар эътиборига ҳавола этиляпти.

Кўплаб иқтидорли ёшларни ўз атрофига тўплаган “Заковат” интеллектуал ўйини жамиятни барча қатламлари, айниқса ёшлар ҳаётида ўрни катта. Ўйинда ўртага ташланаётган саволлар савия жиҳатдан анча мукамал. Маълумки интеллектуал ўйинлар жаҳон телевидение дастурларидан кенг ўрин эгаллайди. “Телевидениенинг таъсир кучи – аудиториянинг иштироки билан белгиланади. Телевизион образнинг таъсир кучи, кино ёки драманинг таъсир кучи билан тенглашолмайди. Викторинада иштирок этаётган аудиториянинг таъсир кучи юқорилиги туфайли, ҳатто шоу режиссёрларини қалбакиликда айблашди. Шоу ташкилотчилари ўзларининг кўлида бўлган қуролнинг кучи-қудратини ҳали яхши англаб етишгани йўқ эди...”²⁰ – деб ёзади Г.М.Маклюэн. 90-йилларда Россия телеканалларининг “Ким миллионер бўлишни истайди?”, “Нима? Қачон? Қерда?”, “Мўъжизалар майдони” каби интеллектуал ўйинлар машҳур лойиҳалар қаторида номи тилга олинадиган бўлди. Россия телевидениесининг “Биринчи канал”и орқали бериладиган “Мўъжизалар майдони” кўрсатувини ёши, жинси, келиб чиқишидан қатъий назар аудитория вакилларининг барчаси қизиқиш билан томоша қилади. Кўрсатув ҳар жума кечки дастурда намойиш қилинади. Бошловчи Леонид Якубович энг машҳур телеюлдузлар орасида жой олган. Унинг номини интернетда 189358 марта учратиш мумкин²¹.

Миллий телеканаллар орқали намойиш этилаётган турли мавзу ва йўналишдаги дастурлар ичида “Заковат”нинг алоҳида ўрни бор. Ўтган давр мобайнида бу рукн минглаб, миллионлаб мухлисларга эга бўлди. “Заковат” ўзбек ёшларининг билим ва тафаккури ҳеч кимдан кам эмаслигини амалда исботлай олди. Дастур йилдан-йил ривожланиб борди. Кўрсатув ҳақида филология фанлари номзоди А.Каримов шундай ёзади: “Бугунги томошабин ранг-барангликни ёқтиради. Бу эҳтиёждан келиб чиқиб, кўрсатувда фикрлар хилма-хиллиги, мавзулар ранг-баранглиги, қутилмаган савол ва жавоблар мухлисларни ўзига жалб қилади. Саволларни етказиш услуги ҳам турлича:

- одатдаги саволларни ўқиб бериш услуги;
- экран орқали сахналаштирилган кўринишда савол бериш услуги;
- “Заковат” сандиқчаси орқали савол бериш услуги;
- Интернет саволи;
- блиц (қисқа) саволлар каби”²².

4.2. Телекўрсатув муваффақиятида муаллиф маҳоратининг аҳамияти.

Ёзиб олиш тамойиллари.

Рақамли ёзиш эски анъанавий (аналог) овоз ёзиш қурилмаларига ўхшаб

²⁰ Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека // Пер.с англ. В.Николаева.– 2-е изд. – М.: Гиперборея, Кучково поле. 2007. – С. 278.

²¹ Раҳматуллаев Т. Мўъжизасиз “Мўъжизалар майдони”// Хуррият. 2005. 14 декабрь.

²² Каримов А. Телевидениенинг рекреатив вазифаси, Ф.ф.н. илмий даражасини олиш учун ёзилган номзодлик диссертацияси автореферати, Т.: ЎЗМУ, 2012. – Б.5.

вишиллаш ва табиий бузилиш каби қийинчилик туғдирмайди. Сиз энди узок вақт тасмани эшитишингиз шарт эмас, балки сигналнинг ўзи кифоя қилади.

Бу сигнал иккилик импульс зарби билан айланади. Бир марта кодлангандан сўнг оригинал овозни ҳатто бир неча марта эшитсангиз ҳам ёмонлашиб қолмайди. Анъанавий (аналог) ёзилгандан фарқли ўларок, бу код вишилламайди, бошқа овоз аралашмайди, бузилиш ёки тасма узилиши ва флаттер (тасма тезлигидаги ўзгаришлар) ҳам содир бўлмайди.²³

Бундай савол бериш услублари бошқа дастурларда учрамайди. Халқимиз азал-азалдан илмга, маърифатга интиланларни, билимдонларни кадрлайди, уларнинг суҳбатидан баҳраманд бўлишни истайди. Шунинг учун ҳам кўрсатувнинг давраси кенгайиб кетди. “Заковат” ёшлар орасидаги топқирлик, билимдонликни тарғиб қилиб, иштирокчилар беллашувдан беллашувга ҳам интеллектуал жиҳатдан, ҳам эфирда ўзини тутиш, фаоллик, хуллас, ҳар жиҳатдан ўсиб боришга эришишди. Булар кўрсатувнинг муваффақиятини таъминлаган омиллардан. “Заковат” муваффақияти йўлида муаллиф, клуб аъзолари, аудитория вакиллари, экран қаршисидаги томошабинлар тенгма-тенг изланадилар. Қизиқарли, мураккаб, эса қоладиган ва ибратли саволлар тузиб жўнатиш учун томошабин ҳам тинимсиз ўқиб ўрганади. Рукнда ток-шоуларга хос бўлган интерактивликни кузатиш мумкин. Бу жиҳатдан кўрсатув оммабоп ва халқчил дастурлардан бирига айланиб бормоқда. Кўрсатув томошабини кўпроқ мушоҳада қилишга чорлайди, билим доирасини кенгайтиришга мажбур этади. Мисол учун, томошабин бир савол йўллаш учун кўп китобларни варақлайди, бош қотиради, изланади. Бу албатта, кўрсатувнинг мақсади ва ютуғидир. Кейинги йилларда урфга кирган бу кўринишдаги телевизион ўйинлардан яна бири “Ёшлар” телеканали маҳсули ҳисобланган **“Имкон шоу”** кўрсатувидир. Кўрсатувни Аҳрор Қўшматов ва бош ҳакам Анвар Салимовлар олиб боришади.

Кўрсатув драматургиясига назар ташланса, кўрсатувда икки жамоа ўзаро баҳс олиб боради. Ҳар бир жамоада тўрттадан вакил бор. Кўрсатувнинг дастлабки сонларида асосан халқимиз севган санъаткорлар – театр, кино ва эстрада юлдузлари иштирок этган бўлса, кўрсатув аудиторияси кенгайгач, бошқа касб эгалари ҳам иштирок эта бошлади. Кўрсатувда учта шарт мавжуд бўлиб, улар қуйидагилар:

1. Тезкор савол-жавоблар шarti. Иштирокчилар 1 дақиқа мобайнида берилган саволлар тез ва аниқ жавоб беришлари жоиз;

2. Пантомима шarti. Унда ҳар бир иштирокчига 4 соҳага оид мавзулар берилади. Иштирокчи мавзулардан бирини танлаб, оғзини қимирлатмасдан, мимика билан уни кўрсатиб бериши шарт. Ўз жамоаси уни топишга ҳаракат қилади

3. Мураккаб савол шarti.

²³ Broadcast Journalism. Techniques of Radio a Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain. p.249.

4. Мантиқий савол шарти.

Айтиш жоизки, ҳар бир савол учун жавоб берилар экан, уларнинг ҳар бирига алоҳида баллар ажратилган. Кўрсатувнинг ўзига хос хусусиятларига тўхталадиган бўлсак,

- Кўрсатув томошабин қалбини ром этган иқтидорли санъаткорлар иштирокида бошлангани унинг аудиторияси кўпайишига сабаб бўлди;

- Кўрсатувда телевидениенинг рекреатив хусусиятлари ўз аксини топиб бораётир ва бу томошабини мароқли дам олишига, эҳтиёжларни қондиришга улуш қўшмоқда;

- Кўрсатув ўсиб келаётган ёш авлоднинг билим ва дунёқарашини кенгайтиришга хизмат қиляпти;

- Кўрсатув интеллектуал ўйинлар орқали аудиторияни фикрлашга даъват этаётгани эътиборли ҳолат саналади.

“Имкон шоу” қисқа муддат ичида ўз томошабини топти. Кўрсатувнинг янги йил сонида машҳур санъаткорлар – Ўзбекистон халқ артисти Озодбек Назарбеков ва Замира Эгамбердиевалар иштирокида янги йил шоуси бўлиб ўтгани фикримизни тасдиқлайди²⁴.

Мазкур телевизион лойиҳаМузТВ телеканалидаги “Крокодил” кўрсатувини эсга солсада, у тез орада ҳақиқий томошабинларини топти. Кўрсатув ёш-у қари учун бирдек қизиқарли. Кўрсатувнинг “Болажон” телеканалида “Билагон болажон” деган махсус лойиҳаси бор. Кўрсатувнинг 1 июнь – Халқаро болаларни ҳимоя қилиш куни муносабати билан тайёрланган сонида кино, театр, эстрада юлдузлари ўз фарзандлари билан чиқиб, саволларга жавоб беришди²⁵. Бундан хулоса чиқаришимиз мумкинки кўрсатув аудиторияси ёш танламайди.

Шунинг учун ҳам “Имкон шоу”да турли хилдаги ёш эгалари ва соҳа вакилларини кузатишимиз мумкин. Кўрсатувнинг юқори даражада рейтингга эга бўлиши ва миллионлаб мухлислардан ташкил топган аудиторияни шакллантиришда ижодкорларнинг меҳнати катта. Хусусан, кўрсатув савия жиҳатидан “Крокодил” кўрсатувидан анча баланд ва қизиқарли. “Имкон шоу”нинг энг устун жиҳатларидан бири бу — бошловчиларнинг маҳоратидир. Дарҳақиқат, Аҳрор Қўшматов ва Анвар Салимовлар кўрсатувни қувноқ ва қизиқарли бўлишида асосий устун ҳисобланишади. Айниқса Аҳрор Қўшматовнинг сўзлаш темпига эътибор бермасликнинг иложи йўқ. Айнан унинг нутқи кўрсатувга ўзгача руҳ бахш этади.

4.3. Телевизион ток-шоу жанридаги ўзгаришлар ва таҳлилий жанр сифатида намоён бўлиши

Кўрсатув одатда, фақат томошабинларга эмас балки, иштирокчилар учун ҳам бирдек қизиқарли ва ҳаяжонли кечади. Кўрсатувнинг рекреативлик даражасини аниқлаш мақсадида мазкур кўрсатувда иштироқ этдик ва гувоҳи бўлдикки, кўрсатув телеэкранга нисбатан студияда анча қизиқарли кечади. Жумладан, тезкор саволларни Аҳрор Қўшматов шу даражада тезкорлик

²⁴ “Yoshlar” телеканали, “Янги йил оқшоми” кўрсатuvi. 2013 йил, 31 декабрь.

²⁵Yoshlar” телеканали, “Имкон шоу” ток-шоуси. 2014 йил, 1 июнь.

билан ўқийдики, баъзи саволларга тушунмай ҳам қоласиз. Пантомима кўрсатувнинг энг қизиқарли шартларидан бири бўлиб, баъзан Анвар Салимовнинг бошловчилиги эсидан чиқиб, иштирокчига айланиб кетади. Бу эса кўрсатувнинг янада қизиқарли бўлишига сабаб бўлади. “Имкон шоу” бугунги кунда томошабинбоплиги жиҳатидан кўрсатувлар рейтингида энг юқори ўринда турибди.

Мустақиллик йилларида мамлакатимизда фуқаролик жамиятининг таркибини ташкил қилувчи янги демократик институтлар вужудга келди. Улар жумласига давлат ва жамиятни бошқаришда фуқароларнинг фаол иштирокини таъминловчи кўппартиявий тизим, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари, жамоат бирлашмалари, нодавлат нотижорат ташкилотлари ҳамда оммавий ахборот воситалари кабиларни киритиш мумкин. Ҳар қандай жамиятда оммавий ахборот воситалари жамоатчиликка фақат жойларда бўлиб ўтаётган воқеа-ҳодисаларнинг етказиш воситаси бўлибгина қолмай, ижтимоий-сиёсий жараёнларга ўз муносабатини билдириш, жамоатчилик фикрини шакллантириш каби бир қатор долзарб вазифаларни бажариб келаётгани ҳеч кимга сир эмас.

4.4. Таҳлилий кўрсатувларнинг муаммолари ва истиқболлари.

Интервью олдидан.

Энди эсабалансни билиб олишингиз керак бўлади. Интервью пайтида иккала ўтирганлар ҳам интервью учун қулай эканлигига ишонч ҳосил қилиш керак бўлади. Энди сизлардан қайси бирингизнинг овозингиз баландроқ эканлигини текширинг. Шундан сўнг ўзингиз ва суҳбатдошингиз ўртасидагимасофани тенглаштиринг. Кейин тутувчиларни текширинг. Агар ҳаммаси жойида бўлса, даражаларни мувозанатга қадар ҳаракат қилиш керак бўлади.²⁶

Кейинги йилларда аудитория талаб ва эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда, кўнгилочар характердаги кўрсатувлар сони бирмунча ошган бўлса-да, аммо замон билан ҳамнафас қадам ташлаш асносида айрим муаммолар ҳам юзага келди. Ижтимоий-сиёсий жараёнларни ёритиш, уларга имкон доирасида айрим фикр-мулоҳазаларни билдириш аввало информацион дастурлар ижодкорлари зиммасига катта масъулият юклайди. Ижтимоий-сиёсий жараёнларни ёритишда таҳлилий кўрсатувлар муҳим ўрин эгаллайди.

Давримизни кўпчиликни ташвишга солаётган шундай муаммолар борки, бу муаммолар мамлакатимизда яшаётган ҳеч бир одамни четлаб ўтаётгани йўқ. Жаҳон ҳамжамиятини жиддий ташвишга солаётган одам савдоси деб аталмиш иллат, инсоннинг эркинлиги, тенглиги ва шахсий дахлсизлигига путур етказиши, уни турли хўрлик ва камситишларга дучор этиши, бу жинойий фаолият ортида мажбурий меҳнат, қуллик, мажбурий донорлик, ҳарбий тўқнашувларда фойдаланиш, фоҳишабозлик билан шуғулланишга мажбурлаш каби қабихликлар ётишини кўпчилик яхши билади. Жамият

²⁶ Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News.

Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain. p.255.

томонидан эъзозланган юксак ҳурмат ва эҳтиромга эга бўлган, инсоният ҳаётининг давомийлигини таъминлайдиган, ёш авлодни тарбиялаб вояга етказадиган аёллар ҳамда ҳимояга муҳтож болаларнинг бу жиноятнинг қурбонига айланаётганлиги ачинарлидир. Ўзбекистон Республикаси Ички Ишлар Вазирлиги порталида берилган маълумот ва таҳлилларга қараганда одам савдосидан жабрланаётганларнинг кўпчилигини, аниқроқ қилиб айтганда саксон фоизини аёллар ва ёш болалар ташкил этмоқда²⁷.

Оммавий ахборот воситаларида энг кўп акс этган муаммо одамларни жисмоний эксплуатация қилиш бўлиб, оғир меҳнат учун одамлар сотилган ҳолатлар ҳам оз бўлса-да акс этган. Ҳукумат маълум мамлакатларга сафар қилаётган ҳамроҳсиз бўлган ёш аёлларни текширишни кучайтирган²⁸. Кўриниб турибдики, бу муаммо бутун дунёни ташвишга солиш билан бирга мамлакатни ҳам четлаб ўтгани йўқ. Оммавий ахборот воситалари ходимлари бу муаммо доирасида қатор кўрсатув, эшиттиришларда ва мақолалар билан матбуот саҳифаларида чиқишлар ташкил этдилар. Одам савдосига бағишланган махсус кўрсатувлар Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси “Ўзбекистон” телерадиоканалининг ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий дастурлар бош муҳарририятининг ижодий гуруҳи томонидан тайёрланиб келмоқда. Бунда журналистлар Мадамин Сафаров, Икром Чориев сингари иқтидорли ижодкорларнинг катта меҳнати ётибди.

Назорат саволлари:

- 1 Эфир тузилиши ва ахборот сиёсати ҳақида қандай тушунчага эгасиз?
- 2 Телерадиоахборот узатишнинг янги кўриниш ва усуллари ҳақида фикрингиз қандай?

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain.
2. www.mvd.uz
3. www.uzbek.uzbekistan.usembassy.gov
3. “Yoshlar” телеканали, “Янги йил окшоми” кўрсатуви. 2013 йил, 31 декабрь.
4. “Yoshlar” телеканали, “Имкон шоу” ток-шоуси. 2014 йил, 1 июнь.
5. Раҳматуллаев Т. Мўъжизасиз “Мўъжизалар майдони”// Хуррият. 2005. 14 декабрь.
6. Каримов А. Телевиденининг рекреатив вазифаси, Ф.ф.н. илмий даражасини олиш учун ёзилган номзодлик диссертацияси автореферати, Т.: ЎзМУ, 2012. – Б.5.
7. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека // Пер.с англ. В.Николаева.– 2-е изд. – М.: Гиперборея, Кучково поле. 2007. – С. 278.

²⁷ www.mvd.uz

²⁸ www.uzbek.uzbekistan.usembassy.gov

5-мавзу: АДАПТИВ ЖУРНАЛИСТИКА.

Режа:

5.1. Янги ижтимоий ҳодисаларни глобал контекстка мослашуви масалалари.

5.2. Телерадиоканаллар орқали глобал медиамаконда ижтимоий жараёнларнинг ўзгариши хусусидаги ахборотларнинг тарқатиши муаммолари.

5.3. Ахборот тарқатишида манбалардан умумий фойдаланишнинг йўллари.

5.4. Ахборот тарқатишида янги усуллар ва хорижий мамлакатлар билан ўзаро ҳамкорлик масалалари.

Таянич иборалар: Журналистика, янгилик, телесуфлёр, сиёсий жараён, ахборий макон, ахборот манбалари.

5.1. Янги ижтимоий ҳодисаларни глобал контекстка мослашуви масалалари.

Дунё миқёсида ахборот узатиш тизимининг ривожланиб бораётганлиги истеъмолчига диди, савиясига мос янгилик ва хабарларни етказиб беришга ҳаракат қилинапти. Айни вақтлардаги телетомошабин ва радиотингловчи бундан ўн ўн икки, ҳатто уч-тўрт йил олдинги телерадиомухлислардан фарк қилади. Чунки давр, замон ўзгаришти, кундан-кун фикрлаш, тафаккур ўзгаришти. Одмаларга ҳар уни турли ахборот манбаларидан ҳозиргина олинган янгилик ва хабарлар етиб келади. Уларни ёши, жинси, маълумоти, дунёқарашига кўра ҳар ким ҳар хил қабул қилади. Айниқса, дунёда кечаётган оғир, мураккаб сиёсий жараёнлар вақтида ким ҳақу ким ноҳақлигини ажратиш қийин кечмоқда. Шунинг учун, оммага ҳолис, ҳаққоний ахборот етказиб бериш энг долзарб вазифалардан бири бўлиб турибди. “Долзарблик — ахборотнинг айни шу бугунги кун нуқтаи назаридан муҳимлиги, аҳамиятлилигидир. Бу тушунчани баъзан “тезкорлик” билан қориштириб, хато қилишади. Долзарблилик шу куннинг ниҳоятда муҳим мавзуларини қамраб олишни, тингловчи ёки ўқувчи назарида энг аҳамиятли ва жиддий бўлган муаммоларни қаламга олишни билдиради”²⁹.

XXI аср — ахборот асри сифатида тилга тушди. Бошқа соҳалар қаторида оммавий коммуникация, унинг техника ва технологияси ривожланиб кетди. Телевидение ва радио соҳасида ҳам жуда катта ўзгаришлар рўй берди. Айтиш керакки, телерадиомахсулотлари давр билан ҳамқадам тарзда ўз мухлислари эътибориниқозини бормоқда. Шунингдек, ўтган мустақиллик йилларида телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар одамлар фикри асосида

²⁹ Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти (Ўқув қўлланма) –Т.: Университет, 2002. –Б.47.

тайёрланиб, аудитория тизимида анча мослашди. Том маънода, маълум синовдан ўтди.

Маълумот олишга бўлган “иштаҳа” ўсишда давом этмоқда. Лекин бугунги кундаги тез тайёр бўладиган овқат майдонидагига нисбатан у қадар юқори эмас. Олдинги даврларда дикторкечки базм кийимида янгиликларни тантанали суратда билдирган, яъни давлат амалдорлари зиёфатида кимнингдир келишини эълон қилгандек, бироқ даврлар ўтиб кетди. Бу йилларда олдиндан ўйлаб қўйилган катта норасмийлик билан янгиликларни юмшатиш уринишларни кузатилди. Рейтинг учун бўлган жангда АҚШ ва Британия ТВ бошловчилари эрталабки нонуштада “F” омилига ўргатилган ҳолда бўлар–бўлмас иссиқ ва ёқимли “бахтли сўзлаш”ни янаям таъсирли қилиб кўрсатишади.³⁰

“Кейинги ўн беш-йигирма йил ичида жамият, шунингдек, инсонлар ҳаёти, руҳиятидаги ўзгаришлар бевосита оммавий ахборот воситаларига ҳам ўз таъсирини ўтказмасдан қолмади.” Шу боисдан ҳам телевидениенинг ижодий жамоаси зиммасига оғирроқ масъулият юкланиб, улардан янада кўпроқ изланиш, машаққатли меҳнат талаб қилинади.

Ҳозирда айтишимиз мумкинки, Ўзбекистон Миллий Телерадиокомпанияси бу масъулиятни англаган ҳолда самарали меҳнат қилмоқда. Буни эфирларни банд қилган бир-биридан қизиқарли дастурлар, кўрсатувлар орқали англаб етиш мумкин.

Жумладан, “O’zbekiston” телеканали орқали доимий эфирга бериб бориладиган: “Заковат”, “Мен ва У”, “Ойдин ҳаёт”, “Ўзингни англа”, “Yoshlar” телеканалидаги “Нуқтаи назар”, “Кўзмунчок”, “Имкон шоу” каби дастур ва кўрсатувларнинг ўз томошабини бўлиб, улар маданий ҳордиқ чиқаришга хизмат қилиши билан бирга иқтисодий, тиббий, ҳуқуқий билимларининг шаклланишига ҳам туртки бўлади.

Биргина “Assalom O’zbekiston!” дастурини олайлик. Ушбу дастур бир-биридан мазмунли ҳамда фойдали саҳифалари билан томошабинни экран қаршисига муҳрлай олади. Сабаби, дастур кенг томошабинлар аудиториясига мўлжалланиб тасвирга туширилади ва тақдим этилади. Уни жажжи болажонлар ҳам, нуроний онахон, отахонлар ҳам бирдек мароқ билан кўриб боришади. Дастур ва кўрсатувларнинг миллий маданиятимизга мувофиқ ҳолда ёш-у қарига мос бўлиши телевизор қаршисидаги томошабин учун ғоят аҳамиятли экани сир эмас.

Йил сайин оммавий ахборот воситалари сафи ва қамровининг кенгайиши халқимизнинг ахборот, давлат ва жамият ҳаётида рўй бераётган воқеа ва ходисалар, жаҳонда юз бераётган жараёнларга қизиқиши ортаётганидан далолат. Аммо бугунги кунда телеканалларимиз ўз олдида қўйилган вазифаларини тўлақонли адо этяптими, томошабинларнинг телеканалларимиз ва телекўрсатувлардан кўнгли тўляптими, деган ҳақли савол туғилади. Миллий телеканалларимизда эфирга узатилаётган

³⁰ Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News.

Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain. p.164.

кўрсатувлар хусусида фикр юритсак.

“O’zbekiston” телерадиоканалининг журналист Азиза Усмонованинг “Мен ва у” номли янги кўрсатуви эфирга чиқди. “Мен ва у” бугунги кундаги оилавий ришталарни мустаҳкамловчи, инсоннинг рухий оламини озиклантирувчи, савияли ажойиб дастур сифатида майдонга келди. Фақат Азиза Усмонова эксперт сифатида “Азизим”да чиққан мутахассис ва руҳшуносларни қайта чақираётгани ёқлаб бўлмайди. Айниқса, руҳшунос Мавлуда Тошпўлатованинг фикрлари кўпчиликка ёд бўлиб кетган бўлса керак. Кўрсатув асосан жиддий гап ва мулоҳазалар билан бойитилган. Кўрсатувдан кўзланган мақсад телетомошабинларга фойдали маълумотлар бериш. Тўғриси айтиладиган бўлсак, кўрсатувни аудиториясини 35-40 ёшдан ошганлар ташкил этади. Буни унчалик ёқлаб бўлмайди. Кўрсатув тайёрлаганда уни барча ёшдагилар учун бирдек қизиқарли қилиб тайёрлаш мақсадга мувофиқдир.

5.2. Телерадиоканаллар орқали глобал медиамаконда ижтимоий жараёнларнинг ўзгариши хусусидаги ахборотларнинг тарқатиш муаммолари.

Телевидения бошқа ОАВлар сингари ахборот етказиш, таҳлил қилиш ва жамотчилик фикрини шакллантириш каби вазифаларни бажариб келмоқда. Тележурналистика жанрлари мавзу кўлами жиҳатидан ижтимоий ҳаётдаги энг катта ва тарихан узун, абадий мавзулардан ташқари, энг долзарб, катта-кичик муаммолардан тортиб, кундалик янгиликларгача – яъни бутун ҳаётни қамраб олади. Кейинги йилларда телевидение соҳасида қатор ўзгаришлар рўй берди. Тележурналистика назариясига киритилган, қўлланилаётган анъанавий жанрлар туркумига янги замонавий жанрлар сифатида телевидениега теледебат, телекўприк, ток-шоу каби жанрлар кириб кела бошлади. Москвалик таниқли олим, тележурналистика бўйича йирик тадқиқотчи, профессор Г. Н. Цвик таъкидлаб ўтганидек: “Ток-шоу (talk-show – инг.) суҳбатли томоша, деган маънони билдиради. У ўзининг кўпгина хусусиятлари билан суҳбатга ўхшайди ва ток-шоу илк бора Америка Қўшма Штатлари телевидениесида пайдо бўлган”³¹

Жаҳон телевидениелари билан бир қаторда Ўзбекистон телевидениеси дастурларида ҳам мазкур жанрларда тайёрланган янгидан-янги лойиҳалар пайдо бўлди. Замонавий телевидениеда журналистлар қўллаётган асосий жанрларни тизимлаб, уларнинг маълум ютуқ, муаммо ва камчиликларини кўрсатиб бериш бугунги кун телевидениеси учун долзарб ҳисобланади. Тележурналист ўз қўллаётган жанри орқали бевосита инсон онгига чуқурроқ ва тезликда таъсир кўрсатади. Теледебат, телекўприк, ток-шоу жанрларига асос бўлиб суҳбат жанри хизмат қилади.

Жанрлар тизимида суҳбат ва интервью муҳим ўрин тутди. Аммо, баъзида бу икки жанрнинг аралашиб кетганига гувоҳ бўламиз. Бу жанрларнинг бир-биридан фарқли ҳам жиҳатлари мавжуд. Суҳбатда кўпинча

³¹ Цвик Г. Н. Телевизионная журналистика. –М.: Аспект Пресс, 2002. –С.118.

иккитадан ортиқ киши қатнашади. Агар ана шу талаб билан ёндашилса, “Маданият ва маърифат” телеканалда эфирга узатиладиган **“Оқшом гурунглари”**, **“Кўнгил бекатлари”** кўрсатувлари битта суҳбатдош қатнашгани боис интервью ҳисобланса, аммо том маънода бу кўрсатувларни суҳбат дейиш мумкин. Кўрсатув юки суҳбат талабларига тўла мос келади.

Суҳбат жанрида яратилган лойиҳалар замонавий телевидениеда оммалашиб кетган ва энг кўп қўлланилади. Унинг интервьюдан фарқли жиҳати шундаки, унда мавзу кўлами кенг бўлади ва журналист ўзи истаган бирор мавзу доирасида ўзини қизиқтирган саволлар билан суҳбатдошига мурожаат қилиши мумкин.

Телевидение назарияси ва амалиётига доир қарийб барча талабларни билганимиз ҳолда – телевизион лавҳадаги қаҳрамон, стенд-ап, синхрон-интервью, телематн тили, сўз билан тасвир уйғунлиги каби конкрет масалаларга келганда журналистларда билимсизлик билиниб қолади. Ҳар бир ижодкор, у тележурналист бўладими ёки тасвирчими биринчи бўлиб инсоннинг улуғлиги, унинг қайтарилмас хислатлари, ўзига хослигини кўра билиши, ҳикоя қилмоқчи бўлган асл қаҳрамонини эса кўпчилик орасидан қидириб топиши ва унинг обрў-эътибори, қиёфаси, ширали, образли, профессионал тил билан таърифини келтира билиши керак. Ер юзида 6 миллиарддан ортиқ инсон яшаётган бўлса уларнинг ҳар бири ўзининг юз тузилишига, овоз оҳанглирига, қиёфасига, пировард натижада ўзининг қайтарилмас тақдирига эга. Айни бир пайтда уларнинг орасида буюк шахслар, алпқомат қаҳрамонлар, ноёб истеъдод эгалари, моҳир актёрлар, иқтидорли ёзувчи, журналист ва бошқа касб эгалари мавжуд. Ижодкор инсоннинг ноёб истеъдодини кўра билиш лозим. Уни аниқласангиз, топсангиз, ана шу истеъдод эгаси – асар қаҳрамони бўлиши мумкин.

Ҳар бир эфир, экран асари ўзининг оригинал қаҳрамони билан, қизиқарли воқеаси, қутилмаган журналистик топилмалари билан тингловчи ва томошабинни эфир, экран олдида маҳкам ушлаб туради. Инсон шахси нима учун қизиқиш уйғотади, деган савол пайдо бўлади. Инсон инсонга нимаси билан қизиқ сабаби битта, инсон ҳар доим ҳаракатда, меҳнатда, курашда, ихтиро қилишда, яъни – яратувчилик меҳнати билан банд.

Ҳар бир асар асосида бўлгани каби, журналистик материал марказида ҳам бутун ютуқ ва камчиликлари, қувонч ва ташвишлари билан инсон туриши лозим. Кейинги пайтларда томошабинлар меҳрини қозонаётган “Madaniyat va ma’rifat” телеканалининг **“Кафтдаги чизиқлар”**, **“Қиёфа”**, **“Бир асар тарихи”**, **“Академик соат”** сингари кўрсатувлари қисқа фурсат ичида ўз томошабинларини топишга улгурди. Кўрсатувлар қаҳрамонлари ўзларининг ижодий ва ҳаётий тажрибалари билан ёшларга ўрнак бўла олапти.

Телевидениенинг давлатлар, ижтимоий-сиёсий тузумлар, халқлар-миллатлар тақдирида тутган стратегик ўрни ҳам алоҳида диққатга сазовордир. Жумладан, кўпгина индустриал тараққий қилган, демократик анъаналари ривожланган мамлакатлар, жумладан Америка Қўшма Штатлари ўз телевидениесига, барча телекоммуникациялар тизимига мамлакатнинг

стратегик ва миллий хавфсизлик соҳасидаги сиёсатининг ажралмас бир қисми деб қарамоқда. Телекоммуникациялар соҳасидаги инқилоб даражасида содир бўлган воқелик сўнгги пайтда ахборот устидан кучли назорат ўрнатган айрим авторитар давлатларни ҳам анча шошириб қўйди. Айрим давлатлар, хукмдор доиралар ўз халқидан яширмоқчи бўлган ахборотдан ҳам шу давлат аҳолиси тезда хабардор бўлмоқда. Шунини алоҳида таъкидлаш лозимки, телекоммуникация воситалари ёрдамида тарқатилаётган ахборот бутун ер юзида тез ёйилмоқда. У сиёсий, жуғрофий, табиий чегараларни билмайди. Ижтимоий-сиёсий тузумни ҳам танламайди.

Иккинчи муҳим томон. Бу инсоннинг руҳияти билан боғлиқ, унда ахборотга бўлган қизиқиш бу табиий эҳтиёж, у доимий ва абадийдир. Бу қизиқишни сўндириш асло мумкин эмас. Уни фақат эътиборга олиш ва кондириш керак. Инсоннинг бу ҳуқуқи халқаро шартномалар билан ҳам ҳимоя қилинади. Бу ҳақиқатни яхши англаб олгандан кейингина ишлаб чиқиладиган тадбирлар ва сиёсат тўғри, ишимиз самарали бўлар эди.

5.3. Ахборот тарқатишда манбалардан умумий фойдаланишнинг йўллари.

Профессионаллик.

Профессионаллик - бу совуққон ва кўп тажрибага эга одамга келади. Лекин бу билан оғир-вазмин одамларнинг атрофларидагилар ўзларини бошсиз товукдек тутиш керак дегани эмас.³²

Телевидениенинг ахборот тарқатиш, маданий-маърифий, ташкилотчилик, кўнгилочар функцияларини тўғри тушуниб, чет эл, шу жумладан, АҚШ, Европа, Араб давлатлари, Туркия, Япония, Россия ва дунёнинг бошқа давлатлари телекомпаниялари амалиётидан унумли фойдаланиш, улар яратган тажрибани таҳлил қилиш, ўрганиш, тўпланган тажриба асосида ибратли назарий-амалий хулосалар чиқариш ва бизнинг миллий маънавиятимиз ва мафкурамизга тўғри келадиган ўзимизнинг янги, ёрқин, оригинал телевизион кўрсатувларимизни яратиш бугунги куннинг муҳим масалаларидан бирига айланиб қолди.

Бу йўналишда телевидениенинг аҳолини турли воқеа-ходисалардан тез вақтлар ичида воқиф қилиш, аҳоли маданиятини ошириш, маънавиятни бойитиш, дунёқарашини тўғри шакллантиришдаги аҳамияти жуда муҳимдир. Телевидение экрани орқали берилаётган айрим воқеаларнинг ҳақиқат эканлигига нима сабабдан шубҳа туғилади? Кўрсатувларнинг таъсирчанлигини ошириш учун нималар қилиш керак? Жумладан, айти пайтда эфирга чиқаётган кўрсатувлар қандай қилиб чуқур ва атрофлича илмий-назарий таҳлил қилиниши лозим?

Телевидение оммавий ахборот воситалари орасида энг қудратлиси бўлганлиги сабабли жамоатчилик фикрини ўрганиш, унга таъсир қилиш масалалари ҳам алоҳида маъно касб этади. Бунда кўрсатув таъсирчанлигини

³² Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News.

Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain. p.169.

ошириш ниҳоятда муҳим аҳамиятга эгадир. Бу масалаларда телевидение кўрсатувларининг маъно-мазмуни билан бир қаторда уларнинг шакли, мундарижаси масалалари бор.

Телеаудиторияни ўрганишдан асосий мақсад – кўрсатувлар самарадорлигини билиш ва уни ошириш, жамоатчилик фикрини мамлакатда ва дунёда содир бўлаётган воқеа ва ҳодисаларга нисбатан миуносабатни тўғри шакллантириш ҳамда телетомошабинларни нимани кўришни истаётганликларидан хабардор бўлишдир. Бу масалада авваламбор, телеканал аудиторияси тушунчасини телевидение ижодкорлари ўзлари учун аниқлаб олиши лозим. Жамоатчилик фикрини ўрганиш муаммоси қанчалик муҳим эканлигини биз шу иш билан жиддий шуғулланаётган ва бу масалага умуман эътиборсизлик билан қараётган мамлакатлардаги ижтимоий-сиёсий барқарорлик сатҳидан яққол билиб олишимиз мумкин. Таҳлил ва хулосаларини теледастурларни тузишда инобатга олиш телетомошабин кутаётган кўрсатувларни тайёрлашда муҳим аҳамиятга эга.

Телетомошабинлар фикрини ўрганишда Ўзбекистон ҳамда Америка, Англия, Франция, Россия ва бошқа мамлакатларнинг социологик тадқиқотлар марказлари тажрибаси кўл келади.

Телекўрсатув қанчалик таъсирчан бўлса унинг самараси шунча юқори бўлади ва тескариси, кўрсатув томошабин ҳиссиётига, юрагига, қалбига қанчалик кам таъсир қилса унинг самараси шунчалик паст бўлади. Жамоатчилик фикрини аниқлашда аудиторияни аниқлаб олишимиз керак. Уларнинг турар жойи, ёши, фаолият тури, мақсади, даромади, тили ва бошқа талабларга қараб гуруҳ-гуруҳларга бўлиш лозим. Телетомошабинлар фикрини аниқлашда аудитория типологияси муаммолари мавжуд. Масалан, телеаудиториянинг раъйи, унинг қизиқиши, манфаати, мақсадлари нимада, буни аниқ билиш керак.

Америка Қўшма Штатларининг учинчи президенти Томас Жефферсоннинг қуйидаги сўзлари қисман бўлсада фикримизни тасдиқлаб турибди: “Агар менда ҳукумат бўлсину газета бўлмасин ёки газета бўлсину ҳукумат бўлмасин, бирини танланг, дейишса, мен ҳеч ўйламасдан газета бўлсин, деган бўлар эдим”.

Ғарб мутахассиси Р.Инглегартнинг таъкидлашича, “АҚШ, Канада ва Ғарбий Европадаги ишчиларнинг асосий қисми фабрикадан ташқарида фаолият кўрсатмоқда. Аксарият одамлар механик дунёда яшамай, бошқалар билан мулоқот қилиб хизмат қилишмоқда. Инсонларнинг асосий кучи ишлаб чиқаришга эмас, ахборот олиш ва тарқатишга йўналтирилган. Бунда янгиликка интилиш ва билимли бўлишнинг аҳамияти янада ошмоқда”. Шундай қилиб, инсоният фаолиятининг асосий воситаси сифатида жадаллашган ахборот алмашуви вужудга келмоқда. Жамиятда эркин айланаётган ахборот иқтисодий ривожланиш, миллий ва шахсий камолотга етишишнинг муҳим омили даражасига кўтарилди.

Ҳар қандай ахборий жамиятга ўтишнинг бирламчи талабларидан бири, аҳолининг барча қатламини ахборотга бўлган эҳтиёжини мумкин қадар кенг қондиришдан иборатдир. Юртимизда соғлиқни сақлаш, таълим, ахборот

технологиялари, иктисодиёт, илм-фан соҳалари озми-кўпми мазкур жараёнда фаол иштирок этмоқда. Оддий аҳолига кўнгилочар, мусиқий, шунингдек, аёлларга, болаларга, ўсмирларга, автомобилга қизиқувчиларга мўлжалланган ОАВ турлари кундан-кунга ошиб бормоқда. Мисол учун аҳолининг ҳуқуқий ва тиббий саводхонлигини оширишга қаратилган турли интерактив лойиҳалар деярли барча теле- ва радиоканалларда мавжуд. Бунга биз “Ўзбекистон” телерадиоканалида эфирга узатиладиган “ТВ адвокат” каби кўрсатув ва эшиттиришларни мисол қилиб келтиришимиз мумкин. Тиббиёт соҳасида аҳоли учун мўлжалланган интерактив усулда тайёрланаётган “Аптека слушаёт” кўрсатуви интерактив усулда тайёрланиб эфирга узатилмоқда.

Юқоридагилардан кўринадики, аудиториянинг табақаланиши мазкур табақа вакиллари талабларининг кўпайишига, пировардида, аҳолининг ахборотга бўлган саводхонлигини ошишига олиб келади. Тингловчилар эфирга уланадилар, кўрсатувга хат йўллайдилар, лойиҳада иштирок этиш учун интернетга мурожаат қиладилар. Шу ўринда, интерактивликнинг ўзи нима деган савол хусусида тўхталишга тўғри келади.

5.4. Ахборот тарқатишда янги усуллар ва хорижий мамлакатлар билан ўзаро ҳамкорлик масалалари.

“Интеракционизм” сўзининг луғавий маъносида (инглиз тилида: “inter”- ўзаро, “action” – ҳаракат, фаолият) бу – ҳаракатланиш, ўзаро таъсир қилиш, бизнинг мавзумизда ахборот алмашиш, кенг маънода эса ижтимоий таъсир кўрсатиш, яъни мулоқот жараёнида ахборот алмашинувининг икки тарафлама фаоллашувини билдиради, ўзаро ўрганмоқ маъноларини англатади.

Интерактив журналистика икки ва ундан ортиқ кишининг мулоқотига асослангани учун уни журналистиканинг интервью жанри билан ўхшаш жиҳатлари ҳам бор. Фарқи шуки, интервьюда савол берувчи тараф бўлган журналист ва унинг саволига жавоб берувчи респондент катнашади. Бундай мулоқотнинг кечиши журналистга боғлиқ бўлиб, унда интерактив журналистиканинг асосига айланган тенгликка асосланган ҳаммуаллифлик кузатилмайди. Интерактив кўрсатувлар айни пайтда дунёда жуда кўп.

Интерактив журналистика аудиториянинг ички имкониятларини акс эттириши билан ҳам оддий эфирдан фарқланади. Одамлар эфир тўлкинидаги мулоқотга киришар эканлар, азал-азалдан ахборот олиш ва фикр билдиришга бўлган табиий эҳтиёжни қондиришади. Интерактив жараённинг ўзагида икки киши ўртасидаги суҳбат ётади. Бу суҳбатнинг ҳар бир иштирокчиси янги фикр айтиши, ўз нуқтаи назарини ўзгартириши, баҳслашиши, бошқанинг сўзини бўлиши мумкин. Бу ҳолат интерактив ОАВни анъанавийларидан фарқлаб туради.

“Бу жараённинг асосини индивидуалларнинг ўзаро таъсир кўрсатиши ташкил этади. Бунда ҳар бир одам коммуникациянинг мавҳум субъекти

ҳолатида эмас, балки аудиториянин маълум вакили, ўзининг ижтимоий вазифасини бажарётган шахс сифатида намоён бўлади.³³

Интерактивлик – шунчаки техникавий имконият холос эмас, бу – ниҳоятда муҳим ижтимоий жараёндин. Бу жараённинг келиб чиқиш тарихи, унинг бугунги давр учун аҳамиятини англаш зарур. Уларни англамай туриб, ҳозирги даврда шиддат билан ривожланиб бораётган интерактив журналистика тараққиётини, истиқболини тасаввур қилиш қийин. “Оммавий ахборот воситалари муҳарририятларига мухлисларнинг хати ва телефон кўнғироқларининг келиши коммуникациянинг ўзаро йўналтирилган жараёнини аниқлаш имкониятини яратади. Шубҳасиз, бундай кўринишдаги акс алоқа ўзига хос хусусиятга эгадир. У оммавий коммуникацияни такомиллаштиради, аммо ахборот узатиш таъсирчанлигини оширмайди”.

Интерактив телевидение сари қадам қўйиш замон талабидир. Айнан жонли телевидениеда телевидениега хос бўлган жуда кўп сифатлар юзага чиқади. Эскича услублардан тезроқ воз кечиш лозим. Муаллифлик студияларини ташкил қилиш вақти келди. Ҳаётнинг ўзи телевидениедан, тележурналистикадан, журналистлардан мутлақо янгича ишлашни тақозо этмоқда.

XX аср охири XXI асрга келиб эса дунё бутунлай ўзгариб кетди. Ахборот-коммуникация соҳаларининг тараққиёти, геосиёсий вазиятнинг кескин ўзгариши ким ахборотга эга бўлса ўша жамиятни бошқаришини кўрсатиб қўйди. Бу эса ҳар қандай давлат ва тузумнинг олдида долзарб муаммони келтириб чиқармоқда. Яъни, ҳар бир давлат ахборот хавфсизлигини таъминлаши ва информацион хуружларга қарши тура олиши керак. Шу каби муҳим вазифаларни бажарган давлатгина ўз миллий манфаатларини химоя қилган бўлади.

Америкалик тадқиқотчи Г.Лассуэлл ОАВнинг тўртта вазифаси борлигини таъкидлаган эди.

1. Жаҳонни кузатиб бориш (Информация тўплаш ва тарқатиш)
2. Таҳрир қилиш (информацияларни танлаб олиш ва шарҳлаш)
3. Жамоатчилик фикрини шакллантириш.
4. Маданиятни тарқатиш.

Бизнингча, ОАВнинг яна бошқа вазифалари ҳам борки, булар ҳақида таниқли олим ва мутахассисларнинг қатор дарслик ва ўқув қўлланмалари чоп этилган. Шу сабабли ҳам ОАВнинг жамиятдаги ўрни бебаҳодир. Дунёнинг нариги чеккасида бўлаётган воқеа-ходисаларни худди ўз кўчамизда юз берган ходисадек қабул қилаёпмиз. ОАВ жамоатчилик фикрини шакллантиришда муҳим аҳамият касб этмоқда. Радио ва телевидения пайдо бўлганидан кейин дунё ўзгариб кетди. Интернет пайдо бўлиши билан эса бутунлай ўзгарди. Информация озчиликнинг эмас, барчанинг мулкига айланди.

ОАВ давлат ва жамият ўртасида воситачилик вазифасини бажаради. Жаҳондаги сиёсий ва ижтимоий ҳаётга таъсири инобатга олингани боис ҳам

³³ История социологии в Западной Европе и США. –М., 1999. –С.71

ОАВ норасмий тарзда “тўртинчи ҳокимят” деб юритилади.

Айрим ҳолларда ОАВ одамларга салбий таъсир кўрсатишидан кўз юмиб бўлмайди. Буни биз дунёда юз бераётган ходисаларнинг нотўғри талқин қилинган холда ёритилаётганидан кўриб билиб турибмиз. Журналистлар ва медиаходимлари нафақат иш берувчилар ва бозор олдида, балки жамият олдида ҳам масъулиятни ҳис қилишлари, демократияни ҳаддан ошиш деб тушунмасликлари керак. Эркинликка интилиш ҳар бир журналист олдида турган вазифа аммо, чегарани билиши шарт.

Медиа жамият олдида ўз зиммасига маълум бир мажбуриятларни олиши керак. Бу мажбуриятлар ахборот тарқатишда ҳалоллик ва адолатни талаб қилади. Медиа жинойтчиликни, зўравонликларни, тарғиб қилмаслиги, фуқароларнинг ҳуқуқларини камситмаслиги зарур. Бу матбуот эркинлигини чеклашни англамайди. Шу ўринда “эркинлик истаб” йўл транспорт қоидаларини бузган ҳайдовчи келтирган нохуш ходисани мисол сифатида келтириш мумкин.

Шу ўринда мамлакатимиз раҳбари Ислоҳ Каримов томонидан илгари сурилган Мамлакатимизда демократик ислоҳотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси ахборот соҳасида ислоҳотларни янада чуқурлаштириш, ахборот ҳамда сўз эркинлигини таъминлаш, ОАВ га доир қонунчиликни янада ривожлантиришда мустаҳкам асос бўлиб хизмат қилмоқда. Концепцияда белгиланган “ОАВ фаолиятининг иқтисодий асослари тўғрисида”ги ҳамда “ОАВнинг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши кафолатлари тўғрисида”ги қонунлар лойиҳалари устида жиддий иш олиб борилаётганини эслатиб ўтиш лозим.

Назорат саволлари:

1. Янги ижтимоий ҳодисалар ва уларнинг омма томонидан қандай қабул қилиниши ҳақидаги фикрингиз?
2. Омавий коммуникация воситалари орқали глобал медиамаконда ижтимоий жараёларнинг ўзгариши хусусидаги ахборот тарқатиш ҳақида нима дея оласиз?

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain.
2. Цвик Г. Н. Телевизионная журналистика. –М.: Аспект Пресс, 2002. – С.118.
3. История социологии в Западной Европе и США. –М., 1999. –С.71
4. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти (Ўқув қўлланма) – Т.: Университет, 2002. –Б.47.
5. www.wikipedia.org

IV. АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ

1–амалий машғулот:

Теле ва радиоэфирда янгилик узатишнинг янги технолоялари. Телерадиоэфирда яниликлар моҳиятини англаб етиш. Телевидение ва радиода янгиликлар ва ахборотлар тайёрлашга кўникма ҳосил қилиш. Янгиликлар тайёрлаш ва узатишда янги усуллардан фойдаланиш.

Радионинг информацион дастури дастурлари орқали бериладиган янгиликларни таҳлил қилишни ўрганиш. Радиоянгиликлар узатишда замонавий ёндашувлар. Радиода орқали бериладиган янгиликлар мавзу ва моҳиятини ўрганиб, таҳлил қилиш.

Назорат саволлари:

1. Телерадиожурналистиканинг ҳозирги замон муаммолари ҳамда фаннинг мақсад ва вазифаларини таърифланг.

2. Телеардиожурналистиканинг ҳозирги замон муммолари фанининг ўрганиш объектлари.

3. Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси тизимидаги телерадиоканалларни тавсиланг.

4. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар мониторинги қандай олиб борилади ?

5. Янги техника, технологиялар асосида кўрсатувлар қандай тайёрланапти?

6. Медиамарказ ҳақида нималарни биласиз?

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2015.

2. Луғат маълумотнома. Журналистика. Реклама. Паблик рилейшнз. –Т.: Zar qalam, 2002.

3. Цвик Г.Н. Телевизионная журналистика. –М.: Аспект Пресс, 2002.

4. Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News.

5. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain.

6. www.wikipedia.org

2–амалий машғулот:

Телевидение ва радио соҳасида ахборот технологиялари. (2 соат). Кўрсатув ва эшиттиришлар тайёрлашда техника, технологияларнинг ўрни. Янги технологияларни таснифи. Ўзбекистон МТРКнинг техника ва технологиялар бўйича хорижий мамлакатлар билан ҳамкорлиги. Телерадио кўрсатув ваэшиттириш тайёрлашда янги технологияларнинг ўрни, аҳамияти. Телекўрсатувлар тайёрлашда анимация имкониятларидан фойдаланиш.

Радио эшиттириш ва телекўрсатувларнинг сифатида овознинг ўрни. Овоз устида ишлашда янги техникаларинг имкониятлари

Назорат саволлари:

1. Телерадио тизимидаги янги техник воситалар ҳақида қандай тасаввурдасиз?

2. Телекўрсатув, радиоэшиттиришлар тайёрлашда техника ва технологияларнинг ролин қандай баҳолайсиз?

3. Телекўрсатувларда анимацион имкониятлардан қандай фойдаланилади?

4. Овоз устида ишлаш ҳақида нималарни биласиз?

5. Радиоэшиттиришларни сифатли ва мазмунли тайёрлашда янги техника, технологияларни ўрни, аҳамияти ҳақида нималарни биласиз?

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. –Т.: Университет, 2002.

2. Рўзиев Ф. , Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2015.

3. Цвик Г.Н. Телевизионная журналистика. –М.: Аспект Пресс, 2002.

4. Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News.

5. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain.

6. www.wikipedia.org

3–амалий машғулот:

Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли-мавзули йўналишларида амалий фаолият. (2 соат).

Долзраб мавзудаги интервью ва репортаж тайёрлаш технологияси. Замонавий телерадиожурналистикада спорт, экология мавзуларини ёритиш муаммолари. Ижтимоий ва маиший мавзуларда телекўрсатув ва радиоэшиттириш тайёрлашдаги баъзи муаммолар. Ток-шоу кўрсатувларини тайёрлашда янги техника ва технологиялар.

Ижтимоий роликларнинг кўрсатув ва эшиттиришлардаги ўрни, аҳамияти. Уларни тайёрлашда замонавий техника ва технологиялардан фойдаланиш.

Назорат саволлари:

1. Замонавий интервью, репортаж тайёрлашда техника ва технологияларнинг ўрни ҳақида нималарни биласиз?

2. Спорт кўрсатувлари тайёрлашда қандай янги техника ва имкониятлардан фойдаланилмоқда?

3. Экология ҳақида тайёрланаётган кўрсатув ҳақида қандай янги жиҳатлар кўзга ташланади?

4. Кўрсатув ва эшиттиришларнинг таъсирчанлиги ва самарадорлиги ҳақида қандай тасаввурга эгасиз?

4. Кўрсатувлар ўртасида бериладиган ижтимоий роликлар ҳақида қандай фикрдасиз?

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Луғат маълумотнома. Журналистика. Реклама. Паблик рилейшнз. –Т.: Zar qalam, 2002.
2. Репортёрлик фаолияти назарияси ва амалиёти. –Т.: Университет, 2002.
3. Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick & London: Transaction Publishers
4. Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Queenstown, MD: The Aspen Institute

4–амалий машғулот:

Эфир тузилишидаги янги тамойиллар.

Телерадиожурналистикада персонификациялашувнинг замонавий тенденцияларини кўллаш.

Замонавий телерадио тизимидаги янгиланишлар. Мустақил телерадиоканалларни ислох қилиш ва қайта ташкил қилиш борасидаги олиб борилган самарали ишлар кўлами.

Телерадиоканаллар модернизациялашда янги техника–технологияларнинг ўрни.

Аудитория фикрини ўрганиш.

Ўрганиш усулларида фойдаланишнинг йўллари. Телерадиоэфирдаги янги йўналишлар ва уларнинг аҳамияти ҳақидаги хулосалар.

Назорат саволлари:

1. Эфир тузилишидаги янги тамойиллар ҳақидаги фикрингиз.
2. Телерадиоканалнинг ахборот сиёсатини ишлаб чиқишда инновацияларни кўллаш борасида нима дея оласиз?
3. Телерадиоахборот узатиш янги усуллари ҳақидаги фикрингиз қандай?
4. Янги техника, технологияларнинг ахборот узатишдаги ўрни, аҳамияти ҳақида нималарни биласиз?
5. Телерадиожурналистикада персонификациялашув ҳақида қандай тасаввурга эгасиз?
6. Аудитория фикрини ўрганиш борасида қандай фикрдасиз?

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Луғат маълумотнома. Журналистика. Реклама. Паблик рилейшнз. –Т.: Zar qalam, 2002.
2. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2015.
3. Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick & London: Transaction Publishers

4. Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Queenstown, MD: The Aspen Institute

**5–амалий машғулот:
Адаптив журналистика.**

Янги ижтимоий ҳодисаларни глобал контекстга мослашуви ҳақида.

Журналистиканинг ижтимоийлашуви, унинг аудиторияга таъсири. Оммавий коммуникация воситалари орқали аудиторияга ижтимоий жараёнларнинг ўзгариши ҳақидаги ахборот тарқатишнинг ўрни, аҳамияти. Аудиторияга янги техника, технологиялардан фойдаланишнинг самараси. Телерадио кўрсатув, эшиттириши ва аудитория: ўзаро алоқалар ва таҳлил.

Назорат саволлари:

1. Янги ижтимоий ҳодисалар ва уларни аудитория қандай қабул қилаётгани ҳақидаги тасаввурингиз.
2. Ижтимоий жараёнларнинг ўзгариши ҳақида аудиториянинг муносабати қандай деб ўйлайсиз?
3. Оммага ахборотнинг холис ва ҳаққоний тарзда етказиб бериш борасидаги фикрингиз қандай?
4. Телерадиоканаллар ўртасидаги рақобат ҳақида қандай фикрдасиз?
5. Бугунги телерадиомахсулотлар аудитория талабини қондира оладими?
6. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришларнинг янада мазмунли ва қизиқарли, аудиторияга манзур бўлиши учун қандай тавсиялар берган бўлардингиз?

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Репортёрлик фаолияти назарияси ва амалиёти. –Т.: Университет, 2002.
2. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2015.
3. Цвик Г.Н. Телевизионная журналистика. –М.: Аспект Пресс, 2002.
4. Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick & London: Transaction Publishers
5. Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Queenstown, MD: The Aspen Institute.

V. КЕЙСЛАР БАНКИ

Мини-кейс.

Оммага телерадиоянгиликларни етказиб беришда тезкорлик етишмаслиги уларга салбий таъсир кўрсатадими?

Телерадио мухлсилари билан учрашувларда телеканаллар орқали берилаётган янгилик, ахборот берилганда, долзарблик етишмаслиги ҳақида фикр билдиришади. Бунинг сабабларидан бири - аксарият материаллар интернетдан олинади ва телеканаллар кўрсатувлар ёзиб олиниб кейин берилади. *Бу вазиятдан чиқиш мумкинми?*

Мини-кейс.

“Телерадиоканаллар материалларининг бир хиллиги ҳақида”.

Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси тизимидаги телеканаллар информацион дастурлари бир хилда тайёрланади. Бир хиллик телетомошабинни зериктиради, асабига таъсир қилади. Бу аудиториянинг фикри.

Бу ҳолатни қандай қилиб тузатса бўлади? Таклифингизни беринг.

Мини-кейс.

“Телеканаллар орқали бир вақтда бир хил кўрсатув ёки фильм намойиш этилиши”.

Баъзи телеканаллар дастурлари орқали бир кун, бир соатда бир хил кўрсатув ёки фильм намойиш этилади. Телетомошабиннинг бу ҳолатни ҳазм қилиши қийин кечаяпти?

Бу ҳақда қандай фикрдасиз? Вазиятга баҳо беринг ва ундан чиқиш йўллари ҳақида нима дея оласиз?

Мини-кейс.

Ижтимоий ва маиший мавзуларда телекўрсатув ва радиоэшиттириш тайёрлаш кетма кетлигини санаб беринг.?

Фикрингизни аослаб беринг?

VI. МУСТАҚИЛ ТАЪЛИМ МАВЗУЛАРИ

Мустақил ишни ташкил этишнинг шакли ва мазмуни.

Тингловчи мустақил ишни муайян модулни хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда қуйидаги шакллардан фойдаланиб тайёрлаши тавсия этилади:

- меъёрий ҳужжатлардан, ўқув ва илмий адабиётлардан фойдаланиш асосида модул мавзуларини ўрганиш;

- тарқатма материаллар бўйича маърузалар қисмини ўзлаштириш;

- автоматлаштирилган ўргатувчи ва назорат қилувчи дастурлар билан ишлаш;

- махсус адабиётлар бўйича модул бўлимлари ёки мавзулари устида ишлаш;

- тингловчининг касбий фаолияти билан боғлиқ бўлган модул бўлимлари ва мавзуларни чуқур ўрганиш.

Мустақил таълим мавзулари:

1. Теле ва радиоэфирда янгиликлар узатишнинг янги йўналишлари.
2. Телевидение ва радио соҳасидаги янги технологиялар: ўрни, аҳамияти.
3. Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли-мавзули йўналишлари.
4. Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида.
5. Эфир тузилишидаги янги тамойиллар.
6. Адаптив журналистика.
7. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар янгиликлар тайёрлашда янги технологияларнинг ўрни.
8. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар тайёрлашда хорижий тажриба.
9. Телевидениеда спорт, экология мавзусидаги кўрсатувлар тайёрлашнинг замонавий усуллари.
10. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар таъсирчанлигида ижтимоий роликларнинг ўрни, аҳамияти.
11. Телерадиожурналистика ва шоу-бизнес.
12. Телекўрсатув ва радиожурналистика таъсирчанлиги ва самарадорлиги - муҳим омил сифатида.
13. Телевидениенинг ижтимоийлашуви.
14. Тележурналистикада анимация имкониятларидан фойдаланиш.
15. Оммавий коммуникация воситалари орқали глобал медиамаконда ижтимоий жараёнлар билан ахборотни тарқатиш.
16. Телерадиожурналистика ва медиасаводхонлик муаммолари.
17. Телерадиоинформация узатишнинг янги шакллари ва усуллари.
18. Глобаллашув ва телевидение.
19. Замонавий телевидениенинг ахборот етказиб беришдаги имкониятлари.
20. Телерадио аудиториясини ўрганиш: Янгича ёндашув ва усуллар.

VII. ГЛОССАРИЙ

Термин	Ўзбек тилидаги шарҳи
Audience Аудитория	(Latin) - the recipient of the information. (Лотинча) - ахборотни қабул қилувчи одамлар.
Narrator Бошловчи	TV and radio journalist. Program participants are introduced to the audience, the text read, interpret the facts and events, legislation, shbat direction, quizzes management. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришларни олиб борадиган журналист. Дастур қатнашчиларини аудиторияга таништиради, матнларни ўқиб беради, факт ва ҳодисаларни шарҳлайди, кўшимчалар киритади, сҳбат йўналишини белгилаб беради, бахслар бошқарувини амалга оширади.
Program Дастур	Plan for future activities. Radio, TV, a synonym of the term. To be published in the local or national press, one day a week may be a reflection of the content of TV or radio. Бўлғуси фаолият режаси. Радиоэшиттириш, телекўрсатув атамасининг синоними. Маҳаллий ёки республика матбуотида чоп этиладиган бир кунлик, бир ҳафталик телевидение ёки радиоэшиттиришлар мазмунини ҳам акс эттириши мумкин.
Interview Интервью	Social significance of the genre as a means to talk to the person. The English term "dialogue" is translated in two ways: 1) The survey, by means of dialogue method; 2) the meaning of the genre. Ахборот жанри сифатида ижтимоий аҳамиятга молис шахс билан суҳбат демакдир. Мазкур атама инглизчадан “суҳбат” деб таржима қилинади ва икки маънода: 1) сўров, мулоқот воситасида маълумот олиш усули; 2) жанр маъносида қўлланилади.
Digital television Рақамли телевидение	Digital transmission signal based on the principle of electronic television. Маълумотларни рақамли тарзда узатиш тамойили асосида электрон сигнал узатадиган телевидение.
Reportage Репортаж	The report refers to the Latin "reportage" from the "news", "indicate" means. Репортаж атамаси лотинча “reportage”дан олиниб “хабар қилмоқ”, “дарак бермоқ” маъносини англатади.
Television reporter Телевизион репортёр	Telemutaxassis it is necessary to know the following: technical specifications, pictures and video material, and is designed for a specific audience need to know the default of the national traditions and mentality of the audience. Телемутахассис қуйидагиларни билиши зарур: ўз гуруҳи,

	техника хусусиятлари, тасвирга олинган материал ва суратга тушириш вақти, муайян аудиторияга мўлжалланган кўрсатув томошабинларнинг миллий урф-одати ва менталитетини билиши лозим.
Digitalization Дигитализация	Information to a digital platform. Информацияни рақамли платформага ўтказиш.
HD format HD формат	High-quality digital format of the show. Юқори сифатли кўрсатувнинг рақамли формати.
Multimedia Мультимедия	A view of the transmission of information purpose different views: photos, audio, video, animation and others. Interactive communication with the audience. Бир кўринишдаги информация етказувчини турлича кўринишда узатиш: фото, аудио, видео, анимация ва бошқ. Интерактивлик — аудитория билан фаол мулоқот.
Format Формат	Television channel audience of theme-oriented. Телерадио канални аудитория мавзувий йўналтирилган.
Interactive journalism Интерфаол журналистика	A change in relations between the editorial team and the audience, cooperation by the media to the public in a dialogue with journalists monologue directed towards the transition to a mutual exchange of information. Such attitudes are both equal partners. This is clearly Internet publications, TV and will be shown during the broadcasting. Таҳририят жамоаси ва аудитория ўзаро муносабатларининг ўзгариши, матбуотни оммага бир томонли таъсирини ўзаро ҳамкорлик томонга йўналтириш, журналистлар монологодан билан диалогга, ўзаро ахборот алмашишга ўтишни англатади. Бундай муносабатлар иккаласини ҳам тенг ҳуқуқли ахборот ҳамкорига айлантиради. Бундай ҳол яққол равишда Интернет нашрларда, теле – ва радиомулоқот чоғида намоён бўлади.
Subject coverage Мавзули репортаж	In these materials, the reporter is not a phenomenon, but it is worth exploring the topic. Бундай материални тайёрлашда мухбир ҳодисани эмас, балки у орқали маълум мавзунини ўрганади.
Media text Медиа матн	PR-text, PR-basic initiative of the basic subject of the text prepared by the PR staff or journalists will be distributed through print media. ПР-матн, ПР базис субъекти ташаббуси билан ПР-тизим ходимлари ёки журналистлар томонидан тайёрланиб, босма ОАВ орқали тарқатилади.
Problem report Муаммоли репортаж	The report in the form of social importance of the problem, and as much as possible. Унда репортаж тарзида ижтимоий аҳамиятга эга муаммо

	кўйилади ва имкон қадар тадқиқ этилади.
Announcement Анонс	Film, theater, fun, entertainment, published in newspapers, magazines, etc. in advance about. TV announcement. Кино, театр, қизиқарли томошалар, чоп этилган газета — журнал ва шу кабилар ҳақида олдиндан бериладиган хабар. Ойнаи жаҳон орқали анонс бермоқ.
Audiometer Аудиометр	TV receiver the data receiving device. Created by American N.K.Nilsen and used for the first time. It runs automatically and request the necessary information, he said. Телеприёмниклардан олинган маълумотларни қабул қилувчи асбоб. Америкадаги Н.К.Нильсен компанияси томонидан яратилган ва илк бор қўлланган. У автоматик тарзда ишлайди ва керакли маълумотларни компьютер талаби билан етказди.
Information resources Ахборот воситаси	Each of the six sources of information: newspapers, magazines, radio, television, the Internet, the news agency reported. Олтита ахборот манбаларининг ҳар бири: газета, журнал, радио, телевидение, Интернет, ахборот агентлиги.
Direct relationship Бевосита мулоқот	The subject of the conversation prior to the media channel of the future, such as the phone number and description of the person responsible for related masses. Communicate over the phone and through other means of communication, answer the questions. Бу каби суҳбатни ўтказишдан олдин ОАВ канали бўлажак мулоқот мавзуси, унга алоқадор мутасадди шахснинг таърифи ва телефон рақамларини оммага етказди. Мулоқот мобайнида телефон ва бошқа алоқа воситалари орқали берилган саволларга ҳам жавоб берилади.

VIII. АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Dueze M. Managing Media Work. 2011.
2. Fisher P. Researchers seeking help in digital creative industries study. 2010.
3. Shapiro J. Evaluating journalism. Journalism practice. 2010.
4. Gaurav Bhatnagar, Shikha Mehta. Sugata Mitra. Introduction to Multimedia Systems. ACADEMIC PRESS, India-2001.
5. Paul A. Taylor and Jan LI. Harris. Critical Theories of Mass Media: Then and Now. Open University Press-USA. 2008
6. Robert A. Papper, Edwin C. Rozwenc, Edward C. Martin. Broadcast News and Writing Stylebook. 2012.
7. W. Richard Whitaker, Janet E. Ramsey, Ronald D. Smith. MediaWriting: Print, Broadcast, and Public Relations. 2011.
8. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. (Ўқув қўлланма) - Т.: Университет, 2002.
9. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2015.
10. Луғат маълумотнома. Журналистика. Реклама. Паблик рилейшнз. – Т.: Zar qalam, 2002.
11. Ron Rahorn. Defense Information School Broadcast Writing Style Guide. 2006-2011.
12. Allan Bell. The Language of News Media.
13. Feinstein, John. One on One: Behind the Scenes with the Greats in the Game. Little, Brown and Company. USA. 2011.
14. Philip J. Cianci. HDTV and the Transition to Digital Broadcasting. Understanding New Television Technologies.
15. PUBLIC BROADCASTING: WHY? HOW? \ UNESCO publishing. 2000.
16. Understanding Media and Culture.
<http://2012books.lardbucket.org/pdfs/mass-communication-media-and-culture.com>
17. Фихтелиус Э. Журналистиканинг ўн қоидаси. –Т.: Шарқ, 2002.
18. Цвик Г.Н. Телевизионная журналистика. –М.: Аспект Пресс, 2002.

Интернет манбалари:

1. www.gov.uz
2. www.nuu.uz
3. www.ziyonet.uz
4. www.edu.uz
5. www.google.ru
6. www.amazon.com
7. www.wikipedia.org
8. www.translate.google.ru