

**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**

**“ТЕЛЕРАДИО ЖУРНАЛИСТИКА САМАРАДОРЛИГИ”
модули бўйича
ЎҚУВ –УСЛУБИЙ МАЖМУА**

Тошкент — 2019

МУНДАРИЖА:

I. ИШЧИ ДАСТУР	3
II. МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТРЕФАОЛ ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИ.....	15
III. НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ.....	18
IV. АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ	60
V. КЕЙСЛАР БАНКИ.....	64
VI. ГЛОССАРИЙ	65
VII. АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ.....	71

I. ИШЧИ ДАСТУР
ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

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



“ГЛОБАЛЛАШУВ ДАВРИДА ТЕЛЕВИДЕНИЕ ВА РАДИО”
МОДУЛИНИНГ

ИШЧИ ЎҚУВ ДАСТУРИ

Қайта тайёрлаш ва малака ошириш курси йўналиши: Журналистика.
Тингловчилар контингенти: Олий таълим муассасаларининг профессор-ўқитувчилари

Тошкент – 2019

Мазкур ишчи дастур Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2019 йилнинг 2 ноябрдаги 1023 - сонли буйруғи билан тасдиқланган намунавий ўқув режа ва дастур асосида ишлаб чиқилган

Тузувчи: филол.ф.н., доцент Ҳамдамов Ю.Қ.

Такризчилар: т.ф.д., проф. Эрназаров Қ.Т., ф.ф.д. Маматова Ё.М.

Ишчи ўқув дастур ЎзМУ нинг Кенгашининг 2019 йил 29 августдаги 1 - сонли қарори билан нашрга тавсия қилинган

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 қарори ҳамда 2019 йил 27 августдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-5789-сонли Фармонида белгиланган устувор вазифалар мазмунидан келиб чиққан ҳолда тузилган бўлиб, у олий таълим муассасалари педагог кадрларининг касб маҳорати ҳамда инновацион компетентлигини ривожлантириш, соҳага оид илғор хорижий тажрибалар, янги билим ва малакаларни ўзлаштириш, шунингдек амалиётга жорий этиш кўникмаларини такомиллаштиришни мақсад қилади.

Мазкур ишчи-ўқув дастури ривожланган хорижий давлатларнинг олий таълим соҳасида эришган ютуқлари ҳамда орттирган тажрибалари асосида “Журналистика” қайта тайёрлаш ва малака ошириш йўналиши учун тайёрланган намунавий ўқув режа ҳамда дастур 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.

“Глобаллашув даврида телевидение ва радио” курсининг мақсади тингловчиларни хорижда ва мамлакатимизда амалга оширилаётган коммуникацион сиёсат ва медиаиқтисодиётнинг асосий мазмуни, таркиби ва йўналишлари, ҳамда ОТМда мазкур йўналишда ўқитилаётган фанлардаги янги натижалар билан таништиришдан иборат.

Модулнинг мақсади ва вазифалари

“Глобаллашув даврида телевидение ва радио” модулининг мақсади: педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малака ошириш курси тингловчиларининг бу борадаги хорижда ва мамлакатимизда тўпланган

илғор тажрибаларни ўрганиш ва амалда қўллаш кўникма ва малакаларини шакллантириш.

“Глобаллашув даврида телевидение ва радио” модулининг вазифалари:

- тингловчиларга глобаллашув даврида теле- ва радио масалалари бўйича концептуал асослар, мазмуни, таркиби ва асосий муаммолари бўйича маълумотлар бериш ҳамда уларни мазкур йўналишда малакасини оширишга кўмаклашиш;

- таълим-тарбия жараёнида глобаллашув даври 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

“Глобаллашув даврида телевидение ва радио” 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:

- глобаллашув даври телевидение ва радионинг ўзига хос жиҳатлари, мазмун, моҳияти ва янги тенденцияларини;

- интернет ахборотини ишлаб чиқиш ва ундан радиоэшиттириш ва телекўрстувларда фойдаланиш йўллари, мақбул томонларини;

- он-лайн муҳитда конвергент телерадиожурналистика фаолиятини;

- замонавий телевидение ва радиода янгиликлар узатишдаги янги йўналишларини;

- телерадио ахборот узатишдаги ўзаро рақобат ҳамда телерадиоэфир тузилишидаги янги тенденцияларини;

- адаптив телерадиожурналистика фаолиятини;

- коммуникацион сиёсат моҳияти, тузилиши ва янги тенденцияларини;

- телерадио ахборот хавфсизлигини; фейк янгиликлар ва дезинформация моҳиятини;

- телевидение ва радио соҳасидаги бизнес-технологияларини;

- телевидение ва радио соҳасидаги янги авлод ахборот коммуникация

технологиялари ва оммавий коммуникация воситалари, уларнинг маҳсулотларини;

- замонавий радио ва телевидение орқали ахборот узатишнинг янги тамойилларини *билиши* керак.

Тингловчи:

- глобаллашув муҳотидаги замонавий радио ва телевидение форматларини таҳлил қилиш;

- замонавий телерадиожурналистика соҳасидаги янги тенденцияларни ўқув машғулотларида татбиқ этиш;

- телерадиожурналистика маҳсулотларини тарқатишнинг асосий воситалари, форматлари ва турларини ажратиш;

- телерадиожурналистика йўналишидаги янги натижалар ва янги тенденцияларни ўқув машғулотлари давомида талабаларга тушунтириш;

- телерадиожурналистиканинг асосий воситалари, ахборот сиёсати ва форматларини ажратиш;

- коммуникацион сиёсатни таҳлил қилиш; фейк янгиликлар ва дезинформацияни аниклаш;

- телерадио коммуникацияси ва медиаиқтисод соҳасида бизнес ташкил этиш ва олиб бориш тамойилларини ўқув машғулотлари давомида талабаларга тушунтириш;

- тингловчи ва томошабин аудиториясини ўрганиш, маълумотларни йиғиш ва таҳлил қилиш *қўникмаларига* эга бўлиши лозим.

Тингловчи:

- глобаллашув даври телерадиожурналистикаси 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 *компетенцияларига* эга бўлиши лозим.

Модулни ташкил этиш ва ўтказиш бўйича тавсиялар

“Глобаллашув даврида телевидение ва радио” 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

“Глобаллашув даврида телевидение ва радио” 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 ўрганадилар, уларни таҳлил этиш, амалда қўллаш ва баҳолашга доир касбий лаёқатга эга бўладилар.

“ГЛОБАЛЛАШУВ ДАВРИДА ТЕЛЕВИДЕНИЕ ВА РАДИО” МОДУЛИ БЎЙИЧА СОАТЛАР ТАҚСИМОТИ

№	Модул мавзулари	Аудитория			
		Жами	Жумладан		
			Назарий машғулот	Амалий машғулот	Қўчма машғулот
1.	Телевидение ва радио эфирда янгиликлар узатишнинг янги йўналишлари.	4	2	2	
2.	Телевидение ва радио соҳасидаги янги технологиялар.	6	2	2	2
3.	Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли-мавзули йўналишлари.	4	2	2	
4	Эфир тузилишидаги янги тамойиллар.	2	2		
Жами		16	8	6	2

НАЗАРИЙ ВА АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-мавзу: Телевидение ва радио эфирда янгиликлар узатишнинг янги йўналишлари.

Телевидение ва радио эфирда янгиликлар узатишнинг янги йўналишлари. Глобаллашув давридаги телевидение ва радионинг ўзига хос хусусиятлари. ТВ ва РЭда янгиликлар ва ахборотларни яратиш, тақдим этишдаги янги ёндашувлар таҳлили. РЭда янгиликларни тайёрлашнинг янги технологиялари.

2-мавзу: Телевидение ва радио соҳасидаги янги технологиялар

Телевидение ва радио соҳасидаги янги технологиялар. Телерадио тизимидаги энг янги техник-технологик воситалар. Тележурналистикада анимация имкониятларидан фойдаланиш. Товушни ишлаш борасидаги янги дастурий маҳсулотлар.

3-мавзу: Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли-мавзули йўналишлари.

Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли-мавзули йўналишлари. 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.

Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида. Глобаллашув ҳамда оммавий коммуникация воситалар маҳсулотларида маданий кодлар интерференцияси шароитида халқаро ҳамкорлик таҳлили. Телерадиожурналистика, медиасаводхонлик ва миллий ўзлик.

Телерадиожурналистикада персонификациялашуви ва замонавий тенденциялари. Фикрлар етакчисидан фойдаланган ҳолда телерадиоканал имижини яратиш масалалари. Медиаперсоналнинг аудиторияга таъсирини ўрганиш.

4-мавзу: Эфир тузилишидаги янги тамойиллар.

Эфир тузилишидаги янги тамойиллар. Телерадиоканалнинг ахборот сиёсатини ишлаб чиқишдаги инновациялар. Телерадиоахборот узатишнинг янги шакл ва усуллари.

Адаптив журналистика. Янги ижтимоий ҳодисаларнинг глобал контекстга мослашуви масаласи. Оммавий коммуникация воситалари орқали глобал медиамаконда.

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 ҳамда 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.

Кўчма машғулотлар учун қуйидаги мавзу тавсия этилади:

2-мавзу: Телевидение ва радио соҳасида янги технологиялар.

Ўқитиш шакллари

Мазкур модул бўйича қуйидаги ўқитиш шаклларида фойдаланилади:

- маърузалар, амалий машғулотлар (маълумотлар ва технологияларни англаб олиш, ақлий қизиқишни ривожлантириш, назарий билимларни мустаҳкамлаш);
- давра суҳбатлари (қўрилаётган лойиҳа ечимлари бўйича таклиф бериш қобилиятини ошириш, эшитиш, идрок қилиш ва мантиқий хулосалар чиқариш);
- баҳс ва мунозаралар (лойиҳалар ечими бўйича далиллар ва асосли аргументларни тақдим қилиш, эшитиш ва муаммолар ечимини топиш қобилиятини ривожлантириш).

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

I. Ўзбекистон Республикаси Президентининг асарлари

1. Каримов И.А. Ўзбекистон мустақилликка эришиш оstonасида. -Т.: “Ўзбекистон”. 2011. - 440 б.
2. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қураимиз. – Т.: “Ўзбекистон”. 2017. – 488 б.
3. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз – Т.: “Ўзбекистон”. 2017. – 592 б.

II. Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар

4. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон. 2018.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги Қонуни.
6. Ўзбекистон Республикасининг “Коррупцияга қарши курашиш тўғрисида”ги Қонуни.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 12 июндаги “Олий таълим муассасаларининг раҳбар ва педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-

тадбирлари тўғрисида” ги ПФ-4732-сонли Фармони.

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони.

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 3 февралдаги “Хотин-қизларни қўллаб-қувватлаш ва оила институтини мустаҳкамлаш соҳасидаги фаолиятни тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5325-сонли Фармони.

10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 17 июндаги “2019-2023 йилларда Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университетида талаб юқори бўлган малакали кадрлар тайёрлаш тизимини тубдан такомиллаштириш ва илмий салоҳиятини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4358-сонли Қарори.

11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 11 июлдаги «Олий ва ўрта махсус таълим тизимида бошқарувнинг янги тамойилларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-4391-сонли Қарори.

12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 11 июлдаги «Олий ва ўрта махсус таълим соҳасида бошқарувни ислоҳ қилиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПФ-5763-сон Фармони.

13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 августдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-5789-сонли Фармони.

14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги 2018 йил 21 сентябрдаги ПФ-5544-сонли Фармони.

15. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 майдаги “Ўзбекистон Республикасида коррупцияга қарши курашиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5729-сон Фармони.

16. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 2 февралдаги “Коррупцияга қарши курашиш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонунининг қоидаларини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2752-сонли Қарори.

17. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2017 йил 20 апрелдаги ПҚ-2909-сонли Қарори.

18. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Олий маълумотли мутахассислар тайёрлаш сифатини оширишда иқтисодиёт соҳалари ва тармоқларининг иштирокини янада кенгайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2017 йил 27 июлдаги ПҚ-3151-сонли Қарори.

19. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Нодавлат таълим хизматлари кўрсатиш фаолиятини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2017 йил 15 сентябрдаги ПҚ-3276-сонли Қарори.

20. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Олий таълим муассасаларида таълим сифатини ошириш ва уларнинг мамлакатда амалга

оширилаётган кенг қамровли ислохотларда фаол иштирокини таъминлаш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 2018 йил 5 июндаги ПҚ-3775-сонли Қарори.

21. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йил 26 сентябрдаги “Олий таълим муассасалари педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 278-сонли Қарори.

III. Махсус адабиётлар

22. Ишмухамедов Р.Ж., Юлдашев М. Таълим ва тарбияда инновацион педагогик технологиялар.— Т.: “Нихол” нашриёти. 2013, 2016. — 279 б.

23. Креативная педагогика. Методология, теория, практика. / под. ред. Попова В.В., Круглова Ю.Г.-3-е изд.—М.: “БИНОМ. Лаборатория знаний”. 2012. — 319 с.

24. Каримова В.А., Зайнутдинова М.Б. Информационные системы.- Т.: Aloqachi. 2017. - 256 стр.

25. Информационные технологии в педагогическом образовании / Киселев Г.М., Бочкова Р.В. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков И.К. 2018. - 304 с.

26. Natalie Denmeade. Gamification with Moodle. Packt Publishing - ebooks Account 2015. - 134 pp.

27. Paul Kim. Massive Open Online Courses: The MOOC Revolution. Routledge; 1 edition 2014. - 176 pp.

28. William Rice. Moodle E-Learning Course Development - Third Edition. Packt Publishing - ebooks Account; 3 edition 2015. - 350 pp.

29. English for academics. Cambridge University Press and British Council Russia, 2014. Book 1,2.

30. Karimova V.A., Zaynutdinova M.B., Nazirova E.Sh., Sadikova Sh.Sh. Tizimli tahlil asoslari.— Т.: “O’zbekiston faylasuflar milliy jamiyati nashriyoti”, 2014. — 192 b.

31. Yusupbekov N.R., Aliev R.A., Aliev R.R., Yusupbekov A.N. Boshqarishning intellectual tizimlari va qaror qabul qilish. —Toshkent: “O’zbekiston milliy ensiklopediyasi” DIN. 2015. — 572 b.

32. Dueze M. Managing Media Work. 2011.

33. Feinstein, John. One on One: Behind the Scenes with the Greats in the Game. Little, Brown and Company. USA. 2011.

34. Robert A. Papper, Edwin C. Rozwenc, Edward C. Martin. Broadcast News and Writing Stylebook. 2012.

35. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. —Т.: Шарқ, 2015

36. Бутрин Д. Год открытых дверей. //Коммерсантъ. —2002, 24 декабрь.

37. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз. Учеб. пособие. —М.: Форум: инфра-м, 2007.

38. Дўстмухаммад Х. Ахборот — мўъжиза, жозиба, фалсафа. —Т.: Янги аср авлоди, 2013.

39. Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990-2004. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.
40. Миралимов Ш., Эшбеков Т. Журналистика, маънавият, жамият. –Т.: Ўзбекистон, 2010.
41. Мўминов Ф. Журналистика ижтимоий институт сифатида. –Т.: Университет, 1998.
42. Ольшанский Д. Политический PR. СПб.: М., Питер, 2003.
43. Очиқ ахборот тизимларида ахборот-психологик хавфсизлик. Дарслик. Ф.Мўминов, Т.Эшбеков ва бошқ. –Т.: ЖИДУ, 2015. – 196 б.
44. Прохоров. Е.П. Журналистика и демократия. –М.: Аспект Пресс. 2004.
45. Кудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. –Т.: Ўзбекистон. 2011.
46. Кудратхўжаев Ш.Т. Интернетда ва ахборот. Ўқув-услугий кўлланма. Тошкент 2012 йил.
47. Муратова Н.Ф. Интернет журналистика Ўзбекистана: функционирование Интернет СМИ в условиях глобального информационного рынка”. Монография. Германия, Lab Academic Publishing. 2013.
48. Daniel Black, Stephen Epstein and Alison Tokita. Media Flows, Soft Power and East Asia. Monash University. 2010. (1-боб)
49. Herlander Elias. Post-Web. The Continuous Geography of Digital Media. Formal Press Publishing House. Portugal. 2012. Б. 80-88.
50. М. Smikiklas. Infografika. USA. Indiana, Indianapolis: 2014. P. 23-25
51. Ишмухамедов Р.Ж., Юлдашев М. Таълим ва тарбияда инновацион педагогик технологиялар.– Т.: “Нихол” нашриёти, 2013, 2016.–279б.
52. Креативная педагогика. Методология, теория, практика. / под. ред. Попова В.В., Круглова Ю.Г.-3-е изд.–М.: “БИНОМ. Лаборатория знаний”, 2012.–319 с.
53. Каримова В.А., Зайнутдинова М.Б. Информационные системы.- Т.: Aloqachi, 2017.- 256 стр.
54. Информационные технологии в педагогическом образовании / Киселев Г.М., Бочкова Р.В. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2018. - 304 с.
55. Natalie Denmeade. Gamification with Moodle. Packt Publishing - ebooks Account 2015. - 134 pp.
56. Paul Kim. Massive Open Online Courses: The MOOC Revolution. Routledge; 1 edition 2014. - 176 pp.
57. William Rice. Moodle E-Learning Course Development - Third Edition. Packt Publishing - ebooks Account; 3 edition 2015. - 350 pp.
58. English for academics. Cambridge University Press and British Council Russia 2014. Book 1,2.
59. Karimova V.A., Zaynutdinova M.B., Nazirova E.Sh., Sadikova Sh.Sh. Tizimli tahlil asoslari.– Т.: “O’zbekiston faylasuflar milliy jamiyati nashriyoti”, 2014. –192 б.

60. 10. Yusupbekov N.R., Aliev R.A., Aliev R.R., Yusupbekov A.N. Boshqarishning intellectual tizimlari va qaror qabul qilish. –Toshkent: “O’zbekiston milliy ensiklopediyasi” DIN, 2015. -572b.
61. Dueze M. Managing Media Work. 2011.
62. Feinstein, John. One on One: Behind the Scenes with the Greats in the Game. Little, Brown and Company. USA. 2011.
63. Robert A. Papper, Edwin C. Rozwenc, Edward C. Martin. Broadcast News and Writing Stylebook. 2012.
64. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2015

IV. Интернет сайтлар

65. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги: www.edu.uz.
66. Бош илмий-методик марказ: www.bimm.uz
67. [www. Ziyonet. uz](http://www.Ziyonet.uz)
68. www.gov.uz
69. www.nuu.uz
70. www.amazon.com
71. www.wikipedia.org
72. www.mtrk.uz
73. www.google.ru
74. www.wikipedia.org
75. www.translate.google.ru

II. МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТЕРФАОЛ 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 университетида 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	✓ 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 топшириқни белгилаш	✓ 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 йўлларини ишлаб чиқиш	✓ индивидуал ва гуруҳда ишлаш; ✓ муқобил ечим йўлларини ишлаб чиқиш; ✓ ҳар бир ечимнинг имкониятлари ва тўсиқларни таҳлил қилиш; ✓ муқобил ечимларни танлаш;
4-босқич: Кейс ечимини шакллантириш ва асослаш, тақдимот.	✓ якка ва гуруҳда ишлаш; ✓ муқобил вариантларни амалда қўллаш; имкониятларини асослаш; ✓ ижодий лойиҳа тақдимотини тайёрлаш; ✓ якуний хулоса ва вазият ечимининг амалий аспектларини ёритиш.

Кейсни бажариш босқичлари ва топшириқлар:

Кейс талаблари бўйича муаммоларни аниқлаш ва уларнинг ечимини топиш (кичик гуруҳларда).

Мавзу: Коммуникацион сиёсатдаги янги тенденциялар.

1. Коммуникацион сиёсатдаги янги тенденциялар.
2. Дигиталлашув, конвергенция, глобаллашув.
3. Коммуникацион сиёсатни ишлаб чиқиш ва амалга оширишда давлат сазй-ҳаракатлари.
4. Ўзбекистон Республикасининг янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегияси ва коммуникацион сиёсатнинг устувор йўналишлари.
5. Ахборот жамияти шароитида давлат бошқаруви масалалари.
6. Мамлакатнинг инновацион тараққиёти ва коммуникациялар соҳаси ривожланишининг таҳлили.
7. Электрон ҳукумат коммуникацион сиёсат таркибида.
8. Оммавий коммуникация воситаларининг эволюцияси ва демократлашуви.

Кейснинг жавоби учун 2 балдан баҳоланади.

“Ассесмент” 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:

“Ассесмент” лардан маъруза машғулотида талабаларнинг ёки қатнашчиларнинг 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.

“Тушунчалар таҳлили” методи

Методнинг мақсади: мазкур метод талабалар ёки қатнашчиларни мавзу бўйича таянч тушунчаларни ўзлаштириш даражасини аниқлаш, ўз билимларини мустақил равишда текшириш, баҳолаш, шунингдек, янги мавзу бўйича дастлабки билимлар даражасини ташҳис қилиш мақсадида қўлланилади.

Методни амалга ошириш тартиби:

- иштирокчилар машғулоти қоидалари билан таништирилади;

- ўқувчиларга мавзуга ёки бобга тегишли бўлган сўзлар, тушунчалар номи туширилган тарқатмалар берилади (индивидуал ёки гуруҳли тартибда);
- ўқувчилар мазкур тушунчалар қандай маъно англатиши, қачон, қандай ҳолатларда қўлланилиши ҳақида ёзма маълумот берадилар;
- белгиланган вақт якунига етгач, ўқитувчи берилган тушунчаларнинг тўғри ва тўлиқ изоҳини ўқиб эшиттиради ёки слайд орқали намойиш этади;
- ҳар бир иштирокчи берилган тўғри жавоблар билан ўзининг шахсий муносабатини таққослайди, фарқларини аниқлайди ва ўз билим даражасини текшириб, баҳолайди.

Мисол: глоссарийда келтирилган тушунчаларни таҳлил қилиш асосида фундаментал тасаввурга эга бўлиш, мавзунини тўғри тушуниб бориш ва масалаларнинг ечимининг гносеологик илдиз орқали, тушунчанинг таҳлили орқали шакллантириш.

III. НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

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.

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 узок вақтлар сиёсий кураш етакчилик қилган мамлакатларда журналистика адабий-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 журналистикасининг ривожланишида Америка оммавий ахборот воситалари яққол 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 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 айти 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 айтиш 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-куйи 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 намоёнлиги 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 ислохотлар ўтказиш талаби билан чиқиши ва ҳукуматнинг куч ишлатиб, бу намоёнлиқни 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. Айтиш вазиятда намоёнлиқчи 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, 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. Низом Ф. Янгиланиш анъанаси. —Т.: Маънавият, 2001, 35-36-б.

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

Х.Лассуэлл 1967 йили бу схеманинг қуйидаги янги вариантыни ҳам ишлаб чиққан: **“Мулоқот иштирокчилари — манзара – вазият — асосий кадриятлар — маҳорат (стратегия) — реципиент муносабати — самара (эффект)”**². Ушбу тавсифда янгиликнинг оммавий мулоқот ҳалқаларидан 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.Бехзод 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 чалкаш нуқталар мавжуд. Лекин журналистика илми ва амалиёти доирасида бу икки тушунчанинг, шубҳасиз, бир хил аҳамиятга эгалигини алоҳида таъкидлаш лозим. Чунки умуман журналист ахборотини янгиликсиз, 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.

² Қаранг: Психо-лингвистические проблемы массовой коммуникации. –М.: Наука, 2000, 11-6.

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. Янгиланиш анъанаси, 36-6.

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 ошкора порнография (sex-“секс”), жиноятчилик, жосуслик (crime-“крайм”), пул бойлик ва шуҳратга интилиш (make money-“мэйк мани”) кабилар шов-шув (сенсация)нинг асосий мавзуларидир. Шунинг 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 қийинбўлиб турган, ўтиш даврини бошдан кечираётган жамият журналистлари учун қуруқ баёнот бўлиб қолиши ҳам мумкин.

Иккинчидан, журналист меҳнатига катта миқдорда ҳақ тўланадиган, ниҳоятда тараққий этган саноатлашган жамиятда ҳам ОАВ муқаддас касбий вазифани бажарётганлигига — ҳолис 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

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

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 қадриятларини 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” мухбири 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, ҳолислигини, хусусан ахборот етказишдаги ошқоравийлигини қатъий ва узил-кесил инкор этиш ҳам ҳақиқий аҳволга мувофиқ эмас. Чунки монополиялар, пресс-синдикатлар, матбуот империялар ўртасидаги аёвсиз кураш уларнинг ҳақиқатни беихтиёр ошқор этиб қўйишларига олиб келади. Сиёсий партиялар, президентликка даъвогар номзодлар, бизнес-устунлар паноҳида бўлиш истагида — ғаразли мақсадда қўлга киритилган ахборот ҳақиқий ҳолни ошқор қилиб қўяди. Бинобарин, **биринчидан**, жамиятдаги қонуний зиддиятлар матбуот томонидан аҳолини ҳолис ва ҳаққоний хабардор қилиш асосларидан бирига айланиб қолди. **Иккинчидан**, инсонпарварлик интилишларининг кучайиши ва бунинг ҳуқуқий жиҳатдан мустақкамлаб қўйилиши жараёнлари ҳам ҳолис ахборот қўламининг кенгайишига маълум даражада имкон беради. Масаланинг қўйилиши жиҳатдан 1995 йили Россияда Ошқораликни 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 бўлолмаяптилар. Масалан, кишлоқ хўжалиги, санъат, маънавият ва маданият соҳаларига оид хабарларда янгиликдан кўра ижтимоий муҳим бўлмаган оддий маълумотларни шунчаки қайд этиш хануз устувор. Тажрибадан маълумки, бу усул бир хилдаги, бир йўналишдаги рангсиз хабарлар узатишга олиб келади. Бунинг моҳиятан (экспертлар таъкидлаган) нохуш томони ҳам бор: бир хиллик ва андозалилик жамиятдаги ижтимоий фикрлаш тарзи “якдиллиги”нинг ифодасига айланиб қолишидир.

Ҳолбуки, ижтимоий фикрлаш ҳеч қачон ва ҳеч қерда 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 рангларини тўла акс эттириш имконига эга эмас.

1.4.Радиода 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, тасодикий, 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 куршалган 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.

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

“Ахборий матбуот” истилоҳини амалиётчилар ва назариётчилар турлича тушунмоқдалар.

“Ахборий матбуот” истилоҳини қўллашга ружу қўйган нашрлар, журналистлар, муҳаррирлар, сиёсатчилар, тинчлик ва тўғрилиқ, сиёсатдан, фирқавийликдан хоилиқ тарзида, молиявий мустақиллик билан боғлаб талқин этишмоқда. Улар бу хусусиятлар соф ахборот тамойилига асосланган

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.

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 тўлқини”, 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 тўларок 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. Телерадиожурналистиканинг ҳозирги замон муаммолари ҳамда фаннинг мақсад ва вазифаларини таърифланг.
2. Телеардиожурналистиканинг ҳозирги замон муммолари фанининг ўрганиш объектлари.
3. Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси тизимидаги телерадиоканалларни тавсифланг.
4. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар мониторинги қандай олиб борилади ?
5. Янги техника, технологиялар асосида кўрсатувлар қандай тайёрланапти?
6. Ўзбекистон МТРК қошидаги Медиамарказ ҳақида нималарни биласиз?

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Каримова В.А., Зайнутдинова М.Б. Информационные системы.- Т.: Aloqachi, 2017.- 256 стр.
2. Информационные технологии в педагогическом образовании / Киселев Г.М., Бочкова Р.В. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2018. - 304 с.

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.

3. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2013.
4. Фихтелиус Э. Журналистиканинг 10 қонидаси. –Т.: Sarq, 2002.
5. Луғат маълумотнома. Журналистика. Реклама. Паблик рилейшнз. –Т.: Zar qalam, 2002.
6. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти (Ўқув қўлланма) –Т.: Университет, 2002.
7. Цвик Г.Н. Телевизионная журналистика. –М.: Аспект Пресс, 2002.
8. Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News.
9. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain.
10. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом. Предисл. С.А.Маркова. – М.:Ладомир, 2004.

Интернет сайтлар

1. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги: www.edu.uz.
2. Бош илмий-методик марказ: www.bimm.uz
3. [www. Ziyonet. uz](http://www.Ziyonet.uz)
4. www.nuu.uz
5. www.mtrk.uz
6. www.wikipedia.org

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 бўлишининг сабаблари.*
 - 2.4. *Рақамли сигнал узатишнинг тамойиллари.*
- Таянч 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 киради);

– 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 мультимедияли 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 сарфлаётдилар.

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.

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 ҳақидаги 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 бўлгунича 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,

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

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:

- 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, мижоз рақамли теледастурни қабул қилиш учун техникани сотиб олишга тайёрни ёки йўқ. Алоҳида шу каби телевизорларнинг бўлишининг сигнал узатишнинг 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 қамраб олади ва маҳаллий реклама берувчиларни ўзига жалб қилади, бу эса телетармоқ учун жуда фойдали;

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

– 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 қуйидагича белгилаш мумкин:

- рақамли телевидение тарқатиш ва намоиш этишни ишлаб чиқаришни қамраб 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 ижодий 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. Форматлилик. 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 мусиқали 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, аппаратуралар 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 қўшимча 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 сигналидан 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 NHKюқори 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

EUREKAProjectMAC билан боғлиқ ва 1986 йилдан бошланган.

Қўшма 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 ташкилотлари “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.

Қўзғалмайдиган 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 ташкилотлари иштирок этди. Ривожланган мамлакатларда XXI асрнинг биринчи ўн йилларида анъанавий телевизион кўрсатувларни

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

тўхтатиш масаласи кўйилди.

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

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида рақамли телевидениеге 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. Телерадио тизимидаги янги техник воситалар ҳақида қандай тасаввурдасиз?
2. Телекўрсатув, радиоэшиттиришлар тайёрлашда техника ва технологияларнинг роли ҳақида гапириб беринг.
3. Телекўрсатувларда анимацион имкониятлардан қандай фойдаланилади?
4. Овоз устида ишлаш ҳақида нималарни биласиз?
5. Радиоэшиттиришларни сифатли ва мазмунли тайёрлашда янги техника, технологияларнинг ўрни, аҳамияти ҳақидаги фикрларингиз.

ҲОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР:

I. Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1997 йил 25 августдаги “Ўзбекистон Телерадиокомпанияси тизимини техника билан комплекс қайта жиҳозлаш тўғрисида”ги қарори.
2. Постановление Президента Республики Узбекистан от 1 апреля 2009 года. “О мерах по дальнейшему повышению эффективности использования высокотехнического телерадиооборудования в системе

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

Национальной телерадиокомпании Узбекистана”.

3. Постановление Президента Республики Узбекистан от 17 апреля 2012 года “О Государственной программе по техническому и технологическому переходу на цифровое телевидение в Республике Узбекистан.”

4. Постановление Президента Республики Узбекистан от 30 июля 2012 года “О расширении количества цифровых телеканалов Национальной телерадиокомпании Узбекистана, их полноформатного использования, качественного наполнения и обслуживание”.

5. Распоряжение Кабинета Министров Республики Узбекистан от 3 апреля 2012 года “В целях дальнейшего развития производственно-технической базы ГУП “Узбекистон МТРК Медиамаркази” для производства отечественных телевизионных фильмов”.

6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони.

7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги 2018 йил 21 сентябрдаги ПФ-5544-сонли Фармони.

III. Махсус адабиётлар

11. Каримова В.А., Зайнутдинова М.Б. Информационные системы.- Т.: Aloqachi, 2017.- 256 стр.

12. Информационные технологии в педагогическом образовании / Киселев Г.М., Бочкова Р.В. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2018. - 304 с.

13. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2013.

14. Фихтелиус Э. Журналистиканинг 10 қоидаси. –Т.: Sarq, 2002.

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

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

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

IV. Интернет сайтлар

4. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги:

www.edu.uz.

5. Бош илмий-методик марказ: www.bimm.uz

6. www.Ziyonet.uz

4. www.nuu.uz

5. www.mtrk.uz

6. www.wikipedia.org

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.

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 қиляптилар. Глобаллашув бир томондан кўрсатув, эшиттиришларга ўз таъсирни ўтказаятган 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 қуролга 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 қуролилари ёрдамида амалга оширилаётганлигини таъкидлаш лозим. Бугунги кунга айрим етакчи давлатлар бевосита ахборотдан вайронкор қурол сифатида фойдаланишга интиломоқда. 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 усулларида 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 қўллаш орқали ҳаракат қилиши мумкин. Ҳеч ким тарафкашликдан 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 медиамухитдаги ўзгаришлар: ўрни ва аҳамияти.

Холислик 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

¹²Каримов И. А. Биз келажагимизни ўз қўлимиз билан қураимиз. 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.

“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, мамлакатда маҳаллий ёшлар орасида “демократик кадриятлар”ни шакллантириш, “усулларни танқидий фикрлашга”, “муҳолифат асосидаги партия ташкил этиш” усуллариغا, 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 қаршилик 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 аудиовизуал 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.Панжене (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

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.

бериб бўлмайди. Федоров А.Внинг фикрига кўра эса бу икки тушунчани бири-биридан ажратмаслик керак. Тадқиқотимиз жараёнида маълум бўлдики, медиасаводхонлик ОАВ билан шахс ўртасидаги муносабатдир. Ахборий маданият жамиятнинг ҳар бир аъзоси юқори ёки куйи даражадаги медиасаводхонликка эга бўлади.

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 сушт қабул қилувчига айлантиради. Видео маҳсулот инсонни мушоҳада қилишдан чеклаб қўяди. Кино реал ҳаёт эмас. Ахборот технологиялари ёрдамида берилган эффе́ктлар фильмлардаги қаҳрамонларни 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 тарбияламакда. “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, мурасиз 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 истёмо́лчилари эканлиги ҳам кўрсатади. *Ziyouz.com, zakovat.uz* сайтларининг ҳам салмоқли овоз берилгани ёшларнинг интеллектуал салоҳиятини оширишга Интернетнинг ҳисса қўшаётганини

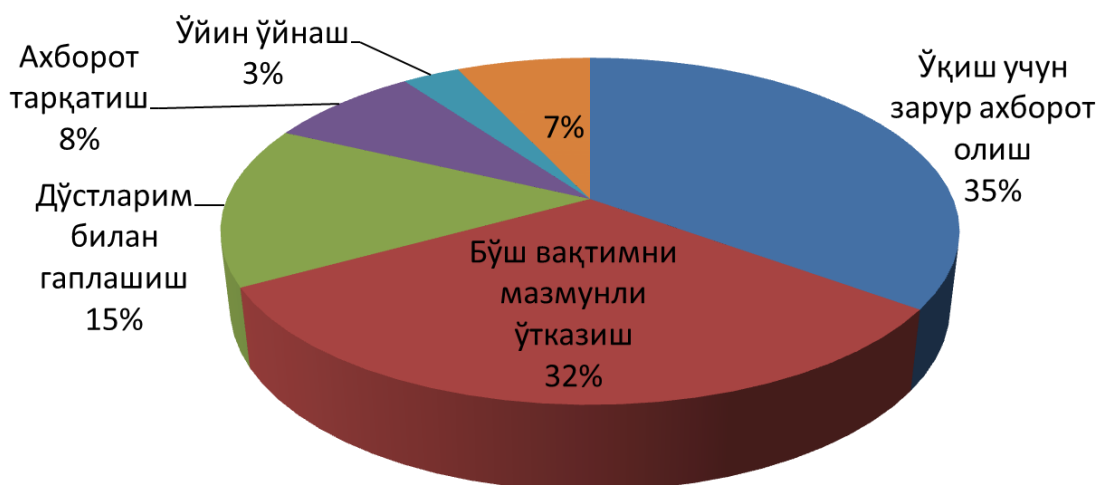
¹⁹ Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain. p.207.

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 қидирув тизимлари ўқувчи-ёшларнинг қайси мавзудаги ахборотни қабул қилаётганини кўрсата олмайди. У ҳар қандай 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 қомуси, 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 мурожаат 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	Эртак - 15
2	Комедия - 82	7	Трагедия - 26
3	Фантастика - 43	8	Қўрқинчли - 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. “Ўнга 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 кўпуровчилик 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. Бирок медиапедагогика боланинг ўзини марказга қўяди. Боладаги медиабилим ва тажрибага таянади”, дейди.

ЮНЕСКО медиатаълимни XXI асрда маданий таълимнинг устувор йўналишларидан бири сифатида белгилгани 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 медиаматнни ўз филтридан ўтказиб, кейин қабул қилади. Медиамаҳсулотдан фойдаланишда ахлоқ меъёрларига амал қилади. Медиамаҳсулот ярата олади”.

Назорат саволлари:

1. Замонавий интервью, репортаж тайёрлашда техника ва технологияларнинг ўрни ҳақида нималарни биласиз?
2. Спорт кўрсатувлари тайёрлашда қандай янги техника ва имкониятлардан фойдаланилаётгани ҳақида гапириб беринг.
3. Экология ҳақида тайёрланаётган кўрсатувлардаги янги жиҳатларни таърифлаб беринг.
4. Кўрсатув ва эшиттиришларнинг таъсирчанлиги ва самарадорлиги ҳақида қандай тасаввурга эгасиз?
4. Кўрсатувлар ўртасида бериладиган ижтимоий роликлар тайёрланиши ҳақида қандай фикрдасиз?

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР:

76. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамыз. – Т.: Ўзбекистон, 2017. – 488 б.

77. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. – Т.: Ўзбекистон, 2017. – 592 б.

II. Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2017.

2. Распоряжение Кабинета Министров Республики Узбекистан от 3 апреля 2012 года “В целях дальнейшего развития производственно-технической базы ГУП “Узбекистон МТРК Медиамаркази” для производства отечественных телевизионных фильмов”.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони.

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги 2018 йил 21 сентябрдаги ПФ-5544-сонли Фармони.

III. Махсус адабиётлар

18. Каримова В.А., Зайнутдинова М.Б. Информационные системы.- Т.: Aloqachi, 2017.- 256 стр.

19. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2013.

20. Фихтелиус Э. Журналистиканинг 10 қоидаси. –Т.: Sharq, 2002.

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

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

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

IV. Интернет сайтлар

7. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги: www.edu.uz.

8. Бош илмий-методик марказ: www.bimm.uz

9. www.Ziyonet.uz

4. www.nuu.uz
5. www.mtrk.uz
6. www.wikipedia.org

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. *Янги ижтимоий ҳодисаларни глобал контекстга мослашуви масалалари.*
- 4.5. *Телерадиоканаллар орқали глобал медиамаконда ижтимоий жараёнларнинг ўзгариши хусусидаги ахборотларнинг тарқатиши муаммолари.*
- 4.6. *Ахборот тарқатишида манбалардан умумий фойдаланишининг йўллари.*
- 4.7. *Ахборот тарқатишида янги усуллар ва хорижий мамлакатлар тажрибаси*

Таянич иборалар: Эфир, тамойил, телеканал, телесуҳбат, телешарҳ, сценарий, телебошловчи, журналистика, янгилик, телесуфлёр, сиёсий жараён, ахборий макон, ахборот манбалари.

4.1.Таҳлилий кўрсатувларда мавзулар кўлами

Телевидениенинг 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, маънавиятимизга бағишланган, халқимизнинг талаб, истагидан келиб чиққан ҳолда кўплаб мавзудаги ижтимоий-сиёсий, маънавий-маърифий ва бадиий кўрсатувлар тайёрланиб, томошабинлар эътиборига ҳавола этиляпти.

Кўплаб иқтидорли ёшларни ўз атрофига тўплаган **“Заковат”** интеллектуал ўйини жамиятнинг барча қатламлари, айниқса, ёшлар ҳаётида ўрни катта. Ўйинда ўртага ташланаётган саволлар савия жиҳатдан анча мукаммал. 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 қўлида 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 олинган бўлди. Россия телевидениесининг “Биринчи канал”и орқали бериладиган “Мўъжизалар майдони” кўрсатувини ёши, жинси, келиб чиқишидан қатъи назар, аудитория вакиллариининг барчаси қизиқиш билан томоша қилади. Кўрсатув ҳар жума, кечки дастурда намойиш қилинади. Бошловчи Леонид Якубович энг машҳур телеюлдузлар орасидан 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, кутилмаган савол ва жавоблар мухлисларни ўзига жалб қилади. Саволларни етказиш услуби ҳам турлича:

- одатдаги саволларни ўқиб бериш услуби;
- экран орқали сахналаштирилган кўринишда савол бериш услуби;
- “Заковат” сандикчаси орқали савол бериш услуби;
- Интернет саволи;

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.

- блиц (қисқа) саволлар каби”²².

4.2. Телекўрсатув муваффақиятида муаллиф маҳоратининг аҳамияти.

Ёзиб олиш тамойиллари

Рақамли ёзиш эски анъанавий (аналог) овоз ёзиш қурилмаларига ўхшаб 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 ўлароқ, 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 қадрлайди, 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, ҳуллас, 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, эсда 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”** кўрсатуvidир. 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

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

²³ Broadcast Journalism. Techniques of Radio and 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.

бўлиб, улар қуйидагилар:

1. Тезкор савол-жавоблар шarti. Иштирокчилар бир дақиқа мобайнида берилган саволларга тез ва аниқ жавоб беришлари шарт;

2. Пантомима шarti. Унда ҳар бир иштирокчига тўртта 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.

4. Мантиқий савол шarti.

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

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

- Кўрсатувда телевидениенинг рекреатив хусусиятлари ўз аксини топиб бораётир ва бу томошабинни 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 сониди машҳур санъаткорлар – Ўзбекистон халқ артисти Озодбек Назарбеков ва Замира Эгамбердиевалар иштирокида янги йил шоуи бўлиб ўтгани фикримизни тасдиқлайди²⁴.

Мазкур телевизион лойиҳа МузТВ телеканалидаги “Крокодил” кўрсатувини эсга солсада, у тез орада ҳақиқий томошабинларини топти. Кўрсатув ёшу қари учун бирдек қизиқарли. Кўрсатувнинг “Болажон” телеканалида “Билағон болажон” деган махсус лойиҳаси бор. Кўрсатувнинг 1 июнь – Халқаро болаларни ҳимоя қилиш куни муносабати билан тайёрланган сониди 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 вакиллари кузатишимиз мумкин. Кўрсатувнинг юқори даражада рейтингга эга бўлиши ва миллионлаб мухлислардан ташкил топган аудиторияни шакллантиришда ижодкорларнинг меҳнати катта. Хусусан, кўрсатув савия жиҳатидан “Крокодил” кўрсатуvidан 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.

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

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

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 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 рейтингда 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 кўшмапартиявий 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 ўртасидаги масофани 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 кўпчиликлари ташвишга солаётган шундай муаммолар борки,

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.

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 жиноий фаолият ортида мажбурий меҳнат, қуллик, мажбурий донорлик, ҳарбий тўқнашувларда фойдаланиш, фоҳишабозлик билан шуғулланишга мажбурлаш каби қабихликлар ётишини кўпчилик яхши билади. Жамият 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.

Янги ижтимоий ҳодисаларни глобал контекстка мослашуви масалалари

Дунё миқёсида ахборот узатиш тизимининг ривожланиб бораётганлиги истеъмолчига диди, савиясига мос янгилик ва хабарларни етказиб беришга ҳаракат қилинаяпти. Айни вақтлардаги телетомошабин ва радиотингловчи бундан ўн ўн икки, ҳатто уч-тўрт йил олдинги телерадиомухлислардан фарқ қилади. Чунки давр, замон ўзгаряпти, кундан-кун фикрлаш, тафаккур ўзгаряпти. Одмаларга ҳар куни 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

²⁷ www.mvd.uz

²⁸ www.uzbek.uzbekistan.usembassy.gov

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 эътиборини қозониб бормоқда. Шунингдек, ўтган мустақиллик йилларида телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар одамлар фикри асосида 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 диктор кечки базм кийимида янгиликларни тантанали суратда билдирган, яъни давлат амалдорлари зиёфатида кимнингдир келишини эълон қилгандек, бироқ у 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 ҳордик 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.

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

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.

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 каршисидаги 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 этаяптими, томошабинларнинг телеканалларимиз ва телекўрсатувлардан кўнгли тўлаяптими, деган ҳақли савол туғилади. Миллий телеканалларимизда эфирга узатилаётган 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 чақираётганини 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.

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

Телевидение 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

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

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 тутати. Аммо, баъзида бу икки жанрнинг аралашиб кетганига гувоҳ бўламиз. Бу жанрларнинг бир-биридан фарқли ҳам жиҳатлари мавжуд. Суҳбатда кўпинча иккитадан ортиқ киши қатнашади. Агар ана шу талаб билан ёндашилса, “Маданият ва маърифат” телеканалида 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 кидириб 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 оҳангларига, 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, кутилмаган 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 қизиқарлилигининг 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 олаяпти.

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, ҳукмдор доиралар ўз халқидан яширмоқчи бўлган ахборотдан ҳам шу давлат аҳолиси тезда хабардор бўлмоқда. Шунини алоҳида таъкидлаш лозимки, телекоммуникация воситалари ёрдамида тарқатилаётган ахборот бутун ер юзидан 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 қондириш 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.

4.6. 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

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.

муҳим масалаларидан бирига айланиб қолди.

Бу йўналишда телевидениенинг аҳолини турли воқеа-ҳодисалардан тез вақтлар ичида воқиф қилиш, аҳоли маданиятини ошириш, маънавиятни бойитиш, дунёқарашини тўғри шаклантиришдаги 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 ошириш ниҳоятда муҳим аҳамиятга эгадир. Бу масалаларда телевидение кўрсатувларининг маъно-мазмунни билан бир қаторда уларнинг шакли, мундарижаси масалалари ҳам бор.

Телеаудиторияни ўрганишдан асосий мақсад – кўрсатувлар самарадорлигини билиш ва уни ошириш, жамоатчилик фикрини мамлакатда ва дунёда содир бўлаётган воқеа ва ҳодисаларга нисбатан миуносабатни тўғри шаклантириш 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 инobatга олиш телетомошабин кутаётган кўрсатувларни тайёрлашда муҳим аҳамиятга эга.

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

Телекўрсатув қанчалик таъсирчан бўлса, унинг самараси шунча юқори бўлади ва тескараси, 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 раёи, 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, иқтисодиёт, 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 кўринадик, 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.

5.7. 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 қатнашади. Бундай мулоқотнинг кечиши журналистга боғлиқ бўлиб, унда интерактив

журналистиканинг асосига айланган тенгликка асосланган ҳаммуаллифлик кузатилмайди. Интерактив кўрсатувлар айна пайтда дунёда жуда кўп.

Интерактив журналистика аудиториянинг ички имкониятларини акс эттириши билан ҳам оддий эфирдан фаркланади. 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 аудиториянинг маълум вакили, ўзининг ижтимоий вазифасини бажараётган шахс сифатида намоён бўлади.”³³

Интерактивлик – шунчаки техникавий имконият эмас, бу – ниҳоятда муҳим ижтимоий жараёндир. 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 XX1 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.

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

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 қилаяпмиз. ОАВ жамоатчилик фикрини шакллантиришда муҳим аҳамият касб этмоқда. Радио ва телевидение 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 ОАВ норасмий тарзда “тўртинчи ҳокимият”, деб юритилади.

Айрим ҳолларда ОАВ одамларга салбий таъсир кўрсатишидан кўз юмиб бўлмайди. Буни биз дунёда юз бераётган ходисаларнинг нотўғри талқин қилинган ҳолда 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 англабмайди. Шу ўринда “эркинлик истаб” йўл транспорт қоидаларини бузган ҳайдовчи келтирган ноҳуш ходисани мисол сифатида келтириш мумкин.

Шу ўринда мамлакатимиз раҳбари Шавкат Мирзиёев томонидан илгари сурилган Ўзбекистонда демократик ислоҳотларни янада чуқурлаштириш ва ҳуқуқий – демократик давлат барпо этиш борасида ислоҳотларни янада чуқурлаштириш, ахборот ҳамда сўз эркинлигини таъминлаш, ОАВ га доир қонунчиликни янада ривожлантиришда мустаҳкам асос бўлиб хизмат қилмоқда. Айтиш керакки, мамлакатимизда 2017 – 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида белгиланган вазифалар устида жиддий иш олиб борилаётганини эслатиб ўтиш лозим.

Назорат саволлари:

1. Эфир тузилишидаги янги тамойиллар ҳақидаги фикрингиз.
2. Телерадиоканалнинг ахборот сиёсатини ишлаб чиқишда инновацияларни қўллаш 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 борасидаги мулоҳазаларингиз ҳақида гапириб беринг.

7. Янги ижтимоий ҳодисалар ва уларни аудитория қандай қабул қилаётгани ҳақидаги тасаввурингиз.

8. Ижтимоий жараёнларнинг ўзгариши ҳақида аудиториянинг муносабати қандай деб ўйлайсиз?

9. Оммага ахборотнинг ҳолис ва ҳаққоний тарзда етказиб бериш борасидаги фикрингиз қандай?

10. Телерадиоканаллар ўртасидаги рақобат ҳақида қандай фикрдасиз?

11. Бугунги телерадиомахсулотлар аудитория талабини қондира оладими?

6. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришларнинг янада мазмунли ва қизиқарли, аудиторияга манзур бўлиши учун қандай тавсиялар берган бўлардингиз?

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР:

78. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. – Т.: Ўзбекистон, 2017. – 488 б.

79. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. – Т.: Ўзбекистон, 2017. – 592 б.

III. Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2017.

2. Распоряжение Кабинета Министров Республики Узбекистан от 3 апреля 2012 года “В целях дальнейшего развития производственно-технической базы ГУП “Узбекистон МТРК Медиамаркази” для производства отечественных телевизионных фильмов”.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони.

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги 2018 йил 21 сентябрдаги ПФ-5544-сонли Фармони.

III. Махсус адабиётлар

24. Каримова В.А., Зайнутдинова М.Б. Информационные системы.- Т.: Aloqachi, 2017.- 256 стр.
25. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2013.
26. Фихтелиус Э. Журналистиканинг 10 қонидаси. –Т.: Sharq, 2002.
27. Цвик Г.Н. Телевизионная журналистика. –М.: Аспект Пресс, 2002.
28. Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News.
29. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain.

IV. Интернет сайтлар

10. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги:
www.edu.uz.
11. Бош илмий-методик марказ: www.bimm.uz
12. [www. Ziyonet. uz](http://www.Ziyonet.uz)
4. www.nuu.uz
5. www.mtrk.uz
6. www.wikipedia.org

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-амалий машғулот:

Теле ва радиоэфирда янгилик узатишнинг янги технологиялари (2 соат)

Ишдан мақсад: Янгиликларнинг журналистикага илк кириб келиши тарихини ўрганиш ва бу масалани атрофлича муҳокама этиш. Янгиликларнинг мавзувий йўналишлари ҳақидаги тушунчаларни ўрганиш учун унинг пайдо бўлиши ва журналистикада ўз ўрнини топиши билан боғлиқ муаммоларни атрофлича муҳокама қилиш. Янгиликлар ҳақида тўлақонли билимларга эга бўлиш.

Масаланинг қўйилиши: Тингловчи амалий машғулотда келтирилган вазифаларни бажариши, таҳлил қилиши лозим.

1–вазифа. Биологик ривожланишнинг тарихи билан танишиб чиқинг ва олим ва мутахассисларнинг бу борадаги фикрларини бирин-кетин ёзиб чиқинг. Қилинган ишларингиз натижаларидан фойдаланиб, янгиликлар ҳақида айтилган ҳар бир фикр ҳақида умумий хулоса чиқаринг ва ўз фикрингизни баён қилинг.

2–вазифа. Янгиликларнинг журналистикада тутган ўрни бўйича йиғилган маълумотларни умумлаштиринг ва ўз фикрингизни баён қилинг.

3–вазифа. Янгиликларнинг дастлабки кўриниши хабар шаклида бўлади. Янгиликларнинг ОАВ даги кўринишларини таснифланг. Янгиликларни газета, радио, телевидениеда қай даражада акс этишини қиёслаб, уларнинг фарқли томонларини кўрсатиб беринг.

4–вазифа. Янгиликларни узатишнинг янги йўналишлари, уларнинг ОАВда қай даражада ўз аксини топиши ҳақидаги тушунчаларингизни баён этинг ва бу ҳақдаги асосли маълумотларни беринг.

5–вазифа. Янгиликлар ва унинг хусусиятлари борасида изланишлар олиб борган олимларнинг асосий қилган ишларини ўрганиб чиқинг ва булар тўғрисида маълум бир шаклда схема келтиринг.

6- вазифа. Янгиликларни оммавий ахборот воситаларидаги ўрни, аҳамиятини мисоллар билан таҳлил қилиб бериш.

7-вазифа. Янгиликларнинг ҳозирги даврдаги тараққиётининг моҳиятини очиб бериш. Янгиликларни хабар билан фарқли жиҳатларини тушунтириб беринг.

Телерадиоэфирда янгиликлар моҳиятини англаб етиш. Телевидение ва радиода янгиликлар ва ахборотлар тайёрлашга кўникма ҳосил қилиш.

8 – вазифа. Янгиликлар тайёрлаш ва уларни узатишда янги усуллардан фойдаланиш ҳақидаги фикрларингизни баён этинг.

9 – вазифа. Радионинг информацион дастурлари орқали бериладиган янгиликларни таҳлил қилишни ўрганиш ва уларга баҳо бериш. Радиоянгиликлар узатишда замонавий ёндашувларнинг ўзига хос жиҳатларини таснифланг..

2-амалий машғулот:

Телевидение ва радио соҳасида ахборот технологиялари.

(2 соат).

Ишдан мақсад: Телевидение ва радио соҳасида янги технологиялар ривожланишининг асослари ҳақида асосий кўникмаларни ҳосил қилиш. Янги технологиялар асосида кўрсатув ва эшиттириш тайёрлашнинг қулай жиҳатлари, улар билан боғлиқ муаммоларни муҳокама этиш.

Масаланинг қўйилиши: Тингловчи амалий машғулотда келтирилган вазифаларни бажариши, таҳлил қилиши ва натижа олиши лозим.

Ишни бажариш учун намуна:

1–вазифа. Телевидение ва радио соҳасидаги янги технологияларнинг имкониятларини мисоллар асосида кўрсатиб бериш. Телерадиоканаллар кесимидаги кўрсатувлар ва эшиттиришларда янги технологиялардан унумли фойдаланиш ҳақида тушунтириш учун йўналишга оид адабиётларни тавсия этиш.

Янги технологиялар асосида тайёрланган намунали кўрсатувларнинг номларини ёзиб чиқинг.

2 – вазифа. Ўзбекистон миллий телерадиокомпаниясининг техника ва технологиялар бўйича хорижий давлатлар билан ҳамкорлигининг натижалари. Янги технологияларнинг кириб келиши ва уларни телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар тайёрлашдаги ўрни. Кўрсатув ва эшиттиришларнинг сифатли бўлишида янги технологияларнинг ўрни ҳақида мисоллар келтиринг. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар тайёрлашда янги технологияларнинг ўрнини олдинги давр билан ҳозирги даврни қиёслаб, таърифлаб беринг.

3–вазифа. Телевидение ва радио соҳасидаги янги технологияларни амалиётга татбиқ этишга бағишланган Президент, ҳукумат қарорларининг мазмун, моҳиятини билиш кераклиги муҳим аҳамиятга эга. Шуларни ҳисобга олган ҳолда бу муҳим ҳужжатларга алоҳида эътибор берилиши лозимлиги. Янги технологияларнинг характеридан келиб чиқиб, улар ҳақида муфассал маълумотга эга ва керакли бўлган материалларни топиш керак бўлади.

4–вазифа. Такдимотларда келтирилган мисоллар асосида телевидение ва радио соҳасидаги янги технологияларнинг мақбул томонларини таърифлаб беринг ва яна буларга ўзингиз кузатишингиз асосидаги бир нечта мисоллар келтиринг. Жавобингизни тушунтириб беринг.

3–амалий машғулот:

Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли-мавзули

йўналишларида амалий фаолият.

(2 соат).

Ишдан мақсад: Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли – мавзули йўналишларини ўрганиш. Янги муаммоли мавзуларни таснифлаб бериш. Телерадиожурналистиканинг маданиятлараро ҳамкорлик доирасидаги

фаолиятини муҳокама қилиш. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг кейинги йиллардаги давлатлараро ва маданиятлараро ҳамкорлик борасидаги ташаббусларининг мазмун, моҳияти ҳақида тушунча бериш.

Масаланинг қўйилиши: Тингловчи амалий машғулотда келтирилган вазифаларни бажариши, таҳлил қилиши ва натижа олиши лозим.

1–вазифа. Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли – мавзули йўналишларидаги муаммолар, уларнинг ривожланишини тўлиқ ўрганиш ва бу борадаги фикрларни баён қилиш.

Адабиёт ва интернет маълумотларидан фойдаланиб, таҳлил қилинаётган мавзунинг замонавийлигига баҳо беринг. Бу мавзунинг олдинги пайтдаги кўриниши қандай бўлган ва истиқболи ҳақида нималар дея оласиз?

2–вазифа. Телерадиожурналистиканинг янги муаммоли – мавзули йўналишларининг ривожланишидаги ўзига хос жиҳатларини кўрсатиб беринг. Замонавий телерадиожурналистика фанининг бу соҳадаги ютуқларидан мисоллар келтиринг.

3–вазифа. Долзарб мавзудаги интервью ва репортаж тайёрлаш технологияси ҳақидаги тушунча беринг. Замонавий телерадиожурналистикада спорт, экология мавзуларини ёритиш назарияси ва амалиёти ҳақидаги таълимотлар ҳақида ўз фикрингизни баён этинг.

4–вазифа. Ижтимоий ва маиший мавзуларда телекўрсатув ва радиоэшиттириш тайёрлашдаги баъзи муаммолар ҳақида мисоллар келтиринг.

5–вазифа. Ток-шоу кўрсатувларини тайёрлашда янги техника ва технологияларнинг аҳамияти ҳақида тушунча беринг. Буларга мисоллар келтиринг..

6–вазифа. Ижтимоий роликларнинг кўрсатув ва эшиттиришлардаги ўрни ҳамда аҳамияти ҳақидаги фикрларингизни келтириб ўтинг. Телерадиоканаллар дастурлари орқали берилаётган ижтимоий роликлардан мисоллар келтиринг. Уларни тайёрлашда замонавий техника ва технологиялардан унумли фойдаланиш борасидаги фикрингизни ҳам асосланган ҳолда баён этиб беринг.

4–амалий машғулот:

Эфир тузилишидаги янги тамойиллар.

Телерадиожурналистикада персонификациялашувнинг замонавий тенденцияларини қўллаш.

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

Телерадиоканалларни модернизациялашда янги техника–технологияларнинг ўрни.

Аудитория фикрини ўрганиш.

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

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.

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 инфорацион 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 намоиш этилиши”.

Баъзи телеканаллар дастурлари орқали бир кун, бир соатда бир хил кўрсатув ёки фильм намоиш 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

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, қўшимчалар 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 монологидан 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

	қўйилади 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.
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, қўшимчалар киритади, сўбат йўналишини белгилаб беради, бахслар бошқарувини амалга оширади.
Program	Plan for future activities. Radio, TV, a synonym of the term.

Дастур	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	Television channel audience of theme-oriented.

Формат	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 монологидан 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 қўйилади 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	Each of the six sources of information: newspapers,

resources Ахборот воситаси	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 шахсининг таърифи ва телефон рақамларини оммага етказди. Мулоқот мобайнида телефон ва бошқа алоқа воситалари орқали берилган саволларга ҳам жавоб берилади.

Фойдаланиладиган адабиётлар

I. Методологик адабиётлар

1. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамыз. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 488 б.
2. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. 1-жилд. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 592 б.
3. Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. 2-жилд. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 508 б.
4. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси (2018 йил 28 декабрь). [//www.uza.uz](http://www.uza.uz)
5. Каримов И.А. Хавфсизлик ва барқарор тараққиёт йўлидан. Т.6. –Т.: Ўзбекистон, 1998. – 429 б.
6. Каримов И.А. Тинчлик ва хавфсизлигимиз ўз куч-қудратимизга, ҳамжиҳатлигимиз ва қатъий иродамизга боғлиқ. Т. 12. –Т.: Ўзбекистон, 2004. – 400 б.
7. Каримов И.А. Юксак маънавият – енгилмас куч. –Т.: Маънавият, 2008. – 176 б.

II. Ўзбекистон Республикасининг қонунлари, Президент фармонлари ва қарорлари, Вазирлар Маҳкамаси қарорлари

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси –Т.: Ўзбекистон, 2016.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида”ги қонуни. –Т 2014 lex.uz
3. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги қонуни. [//Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами.](http://lex.uz) –Т.: Адолат, 2008.
4. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги (янги таҳрири) қонуни. [//Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами.](http://lex.uz) –Т.: Адолат, 2008.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги қонуни. [//Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами.](http://lex.uz) –Т.: Адолат, 2008.
6. Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 17 февралдаги ПҚ – 2789-сон Фармони.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида. 2017 йил 20 апрель. [//http://uza.uz](http://uza.uz)
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида. 2019 йил 2 февраль. [//http://uza.uz](http://uza.uz)
9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги фаолиятини ташкил этиш тўғрисида. –, 2019 йил 2 февраль. [//http://uza.uz](http://uza.uz)

10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида. 2019 йил 27 июнь. // <http://uza.uz>

11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университетини ташкил этиш тўғрисида. 2018 йил 24 май. // <http://uza.uz>

12. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 22 сентябрдаги “Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 203-қарори. // Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. –Т.: Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги, 2008 й.

III. Махсус адабиётлар

30. Ишмухамедов Р.Ж., Юлдашев М. Таълим ва тарбияда инновацион педагогик технологиялар. – Т.: Ниҳол, 2013, 2016. – 279б.

31. Креативная педагогика. Методология, теория, практика // Под. ред. Попова В.В., Круглова Ю.Г. – 3-е изд. – М.: “БИНОМ. Лаборатория знаний”, 2012. – 319 с.

32. Каримова В.А., Зайнутдинова М.Б. Информационные системы. – Т.: Aloqachi, 2017. – 256 стр.

33. Информационные технологии в педагогическом образовании // Киселев Г.М., Бочкова Р.В. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2018. – 304 с.

34. Natalie Denmeade. Gamification with Moodle. Packt Publishing - ebooks Account 2015. - 134 pp.

35. Paul Kim. Massive Open Online Courses: The MOOC Revolution. Routledge; 1 edition 2014. - 176 pp.

7. William Rice. Moodle E-Learning Course Development - Third Edition. Packt Publishing - ebooks Account; 3 edition 2015. - 350 pp.

8. English for academics. Cambridge University Press and British Council Russia 2014. Book 1,2.

9. Karimova V.A., Zaynutdinova M.B., Nazirova E.Sh., Sadikova Sh.Sh. Tizimli tahlil asoslari. – Т.: “O’zbekiston faylasuflar milliy jamiyati nashriyoti”, 2014. – 192 b.

10. Yusupbekov N.R., Aliev R.A., Aliev R.R., Yusupbekov A.N. Boshqarishning intellectual tizimlari va qaror qabul qilish. – Т.: O’zbekiston milliy ensiklopediyasi DIN, 2015. – 572b.

11. Dueze M. Managing Media Work. 2011.

12. Feinstein, John. One on One: Behind the Scenes with the Greats in the Game. Little, Brown and Company. USA. 2011.

13. Robert A. Papper, Edwin C. Rozwenc, Edward C. Martin. Broadcast News and Writing Stylebook. 2012.

14. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти (Ўқув қўлланма). –

Т.: Университет, 2002.

15. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2013.
16. Фихтелиус Э. Радиожурналистиканинг 10 қондаси. –Т.: Шарқ, 2002.
17. Цвик Г.Н. Телевизионная журналистика. –М.: Аспект Пресс, 2002.

Электрон таълим ресурслари

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.
8. www.translate.google.ru
9. www.mtrk.uz