

**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**

**“ГЛОБАЛЛАШУВ ШАРОИТИДА ТЕЛЕРАДИОЖУРНАЛИСТИКА ВА
МЕДИАТЕХНОЛОГИЯЛАР”**

**модули бўйича
ЎҚУВ –УСЛУБИЙ МАЖМУА**

МУНДАРИЖА:

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

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

«Тасдиқлайман»
Тармоқ (минтақавий) маркази
директори И.Хамиджонов

“ ___ ” _____ 2021 йил

Глобаллашув шароитида телерадиожурналистика ва медиатехнологиялар
модули бўйича

ИШЧИ ЎҚУВ ДАСТУРИ

“Журналистика” таълим йўналишлари ва мутахассисликлари профессор-
ўқитувчилари учун

Тошкент – 2021

Модулнинг ишчи ўқув дастури Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2020 йил 7-декабрдаги 648-сонли буйруғи билан тасдиқланган намунавий ўқув режа ва дастурлар асосида ишлаб чиқилган.

Тузувчи: ЎзМУ, “Телевидение ва радиоэшиттириш” кафедраси
доценти, Р.Х Абдусатторов

Тақризчи: т.ф.д., проф. Қ.Т Эрназаров.

Ишчи ўқув дастури Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон миллий университети
Кенгашининг 2021 йил 24-августдаги 1-сонли баённомаси билан маъқулланган.

Кириш

Дастур Ўзбекистон Республикасининг 2020 йил 23 сентябрда тасдиқланган “Таълим тўғрисида”ги Қонуни, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сон, 2019 йил 27 августдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-5789-сон, 2019 йил 8 октябрдаги “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сонли Фармонлари ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 23 сентябрдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 797-сонли Қарорларида 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.

Дастур доирасида берилаётган мавзулар таълим соҳаси бўйича педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш мазмуни, сифати ва уларнинг тайёргарлигига қўйиладиган умумий малака талаблари ва ўқув режалари асосида шакллантирилган бўлиб, унинг мазмуни кредит модуль тизими ва ўқув жараёнини ташкил этиш, илмий ва инновацион фаолиятни ривожлантириш, педагогнинг касбий профессионаллигини ошириш, таълим жараёнига рақамли технологияларни жорий этиш, махсус мақсадларга йўналтирилган инглиз тили, мутахассислик фанлар негизида илмий ва амалий тадқиқотлар, ўқув жараёнини ташкил этишнинг замонавий услублари бўйича сўнгги ютуқлар, педагогнинг креатив компетентлигини ривожлантириш, таълим жараёнларини рақамли технологиялар асосида индивидуаллаштириш, масофавий таълим хизматларини ривожлантириш, вебинар, онлайн, «blended learning», «flipped classroom» технологияларини амалиётга кенг қўллаш бўйича тегишли билим, кўникма, малака ва компетенцияларни ривожлантиришга йўналтирилган.

Қайта тайёрлаш ва малака ошириш йўналишининг ўзига хос хусусиятлари ҳамда долзарб масалаларидан келиб чиққан ҳолда дастурда тингловчиларнинг мутахассислик фанлар доирасидаги билим, кўникма, малака ҳамда компетенцияларига қўйиладиган талаблар такомиллаштирилиши мумкин.

Модулнинг мақсади ва вазифалари

Модулининг мақсади: Олий таълим муассасалари педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш модулининг **мақсади** педагог кадрларни инновацион ёндошувлар асосида ўқув-тарбиявий жараёнларни юксак илмий-методик даражада лойиҳалаштириш, соҳадаги илғор тажрибалар, замонавий билим ва малакаларни ўзлаштириш ва амалиётга жорий этишлари учун зарур бўладиган касбий билим, кўникма ва малакаларини такомиллаштириш, шунингдек уларнинг ижодий фаоллигини ривожлантиришдан иборат.

Модулнинг **вазифаларига** қуйидагилар киради:

- “Журналистика” йўналишида педагог кадрларнинг касбий билим, кўникма, малакаларини такомиллаштириш ва ривожлантириш;

- педагогларнинг ижодий-инновацион фаоллик даражасини ошириш;

- мутахассислик фанларини ўқитиш жараёнига замонавий ахборот-коммуникация технологиялари ва хорижий тилларни самарали татбиқ этилишини таъминлаш;

- мутахассислик фанлар соҳасидаги ўқитишнинг инновацион технологиялари ва илғор хорижий тажрибаларини ўзлаштириш;

“Журналистика” йўналишида қайта тайёрлаш ва малака ошириш жараёнларини фан ва ишлаб чиқаришдаги инновациялар билан ўзаро интеграциясини таъминлаш.

Модул бўйича тингловчиларнинг билими, кўникмаси, малакаси ва компетенцияларига қўйиладиган талаблар

Модулни ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида:

Тингловчи:

“Кредит модул тизими ва ўқув жараёнини ташкил этиш”, “Илмий ва инновацион фаолиятни ривожлантириш”, “Педагогнинг касбий профессионаллигини ошириш”, “Таълим жараёнига рақамли технологияларни жорий этиш”, “Махсус мақсадларга йўналтирилган инглиз тили” модуллари бўйича тингловчиларнинг билим, кўникма ва малакаларига қўйиладиган талаблар тегишли таълим соҳаси бўйича педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш мазмуни, сифати ва уларнинг тайёргарлиги ҳамда компетентлигига қўйиладиган умумий малака талаблари билан белгиланади.

Мутахассислик фанлари бўйича тингловчилар қуйидаги янги билим, кўникма, малака ҳамда компетенцияларга эга бўлишлари талаб этилади:

Тингловчи:

- глобаллашув шароитида телевидение ва радионинг тизими ва тараққиёт

тенденцияларини;

медиаменежмент - ахборот асри бошқарув маданиятининг муҳим омили эканлигини;

- медиамаконда ОАВ бошқарувининг ҳуқуқий асосларини;

- медиамаконда ахборот хавфсизлиги масалалари, фейк янгиликлар ва дезинформация моҳиятини;

- миллий ва хорижий журналистик таълим моделларини *билиши* керак.

Тингловчи:

глобаллашув шароитида радио ва телевидение дастурларини мониторинг қилиш;

- икки тарафлама алоқага асосланган аудио-, ва аудиовизуал оммавий ахборот воситаларда интерактив шаклларда ижод қилиш;

- коммуникацион сиёсат тушунчасининг моҳиятини таҳлил қилиш, фейк янгиликлар ва дезинформацияни ажрата олиш;

- ахборот-коммуникацион соҳани бошқариш тизими самарадорлигини белгиловчи муҳим хусусиятларини таҳлил қилиш;

- миллий ва хорижий журналистик таълим моделлари, соҳадаги педагогик тажрибалар ва ютуқларни ўз фаолиятига татбиқ этиш *кўникмаларига* эга бўлиши лозим.

Тингловчи:

- назарий билимлар ва амалий кўникмаларни педагогик фаолиятда қўллаш олиш;

- телевизион ва радиоканалларнинг имижини яратиш технологияларини амалиётга татбиқ қилиш;

- телевидение ва радионинг ижодий ва техник имкониятларидан унумли фойдалана олиш;

- соҳа шароитлари ва қонуниятларини ўрганиш, жараёнларни оптималлаштириш *малакаларига* эга бўлиши лозим.

Тингловчи:

- глобаллашув даври телерадиожурналистика соҳасидаги долзарб муаммоларни аниқлаш ва ечимини топиш;

- теле-, радиожурналистикадан таълим беришда инновация ва ахборот технологиялардан самарали фойдаланиш;

- замонавий таҳририятларни бошқаришнинг замонавий тенденцияларидан фойдалана олиш *компетенцияларига* эга бўлиши лозим.

Модулни ташкил этиш ва ўтказиш бўйича тавсиялар

Модуллارни ўқитиш жараёнида ишлаб чиқилган ўқув-методик материаллар, тегишли соҳа бўйича илмий журналлар, Интернет ресурслари,

мультимедиа маҳсулотлари ва бошқа электрон ва қоғоз вариантдаги манбалардан фойдаланилади.

Модулнинг ўқув режадаги бошқа модуллар билан боғлиқлиги ва узвийлиги

Глобаллашув шароитида телерадиожурналистика ва медиатеологиялар модули, “Кредит модул тизими ва ўқув жараёнини ташкил этиш”, “Илмий ва инновацион фаолиятни ривожлантириш”, “Педагогнинг касбий профессионаллигини ошириш”, “Таълим жараёнига рақамли технологияларни жорий этиш”, “Махсус мақсадларга йўналтирилган инглиз тили”, Онлайн журналистика, Коммуникацион сиёсат ва медиаменежмент, XXI асрда журналистик таълим моделлари, ўқув модуллари билан узвий боғланган ҳолда педагогларнинг таълим жараёнида булутли ҳисоблаш, катта маълумотлар ва виртуал реаллик тизимларидан фойдаланиш бўйича касбий педагогик тайёргарлик даражасини оширишга хизмат қилади.

Модул бўйича соатлар тақсимоти

№	Модуль мавзулари	Аудитория ўқув юклагаси		
		Жами	жумладан	
			Назарий	Амаий машғулот
1.	Глобаллашув шароитида телевидение ва радионинг тизими ва тараққиёт тенденциялари	2	2	
2.	Каналлар форматлари ва дастурлар жанрлари модификацияси	2	2	
3	Теле- ва радио тузилмаларнинг Интернетдаги фаолияти.	2	2	
4	Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида	2	2	
5	Телерадио эшиттиришларни тадқиқ этишнинг долзарб масалалари	2		2
6	Телерадиожурналистика бўйича мутахассислик фанларини ўқитишда янгича ёндашувлар.	2		2
7	Теле-, радиожурналистикадан таълим беришда инновация ва ахборот технологиялари.	4		4
8	Рақамли радио. Рақамли ТВ. Замонавий медиатеологиялар ва уларнинг имкониятлари.	4		4
	Жами: 20 соат	20	8	12

НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-мавзу. Глобаллашув шароитида телевидение ва радионинг тизими ва таракқиёт тенденциялари (2 соат).

1.1. Глобаллашув шароитида телевидение ва радионинг тизими ва таракқиёт тенденциялари.

1.2. Телевидение ва радиода дастурларни яратиш ва аудиторияга тақдим этишдаги замонавий ёндошувлари.

1.3. Телерадиоканалнинг ахборот сиёсатини ишлаб чиқишдаги янги тамойиллар.

2-мавзу. Каналлар форматлари ва дастурлар жанрлари модификацияси (2 соат).

2.1. Каналлар форматлари ва дастурлар жанрлари модификацияси.

2.2. Икки тарафлама алоқага асосланган аудио-, ва аудиовизуал оммавий ахборот воситаларда интерактив шакллари ва замонавий усуллари.

3-мавзу. Теле- ва радио тузилмаларнинг Интернетдаги фаолияти. (2 соат).

3.1. Теле- ва радио тузилмаларнинг Интернетдаги фаолияти..

3.2. Тармоқ ва телерадионинг ўзаро таъсири.

3.3. Телерадиожурналистика соҳасидаги иқтисодий механизмлари ва самарали маркетинг стратегиялари.

3.4 *Телерадиоканаллар орқали глобал медиамаконда ижтимоий жараёнларнинг ўзгариши хусусидаги ахборотларнинг тарқатиши муаммолари*

4-мавзу. Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида (2 соат).

4.1. Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида.

4.2. Телерадиожурналистика, медиасаводхонлик ва миллий ўзлик масалалари.

4.3. *Глобаллашув даврида оммавий коммуникация фаолияти.*

4.4. *Замонавий медиамухитдаги ўзгаришлар: ўрни ва аҳамияти.*

4.5. *Телерадиожурналистикада янги муаммоли мавзулар кўлами.*

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

Амалий машғулотларда тингловчилар ўқув модуллари доирасидаги ижодий топшириқлар, кейслар, ўқув лойиҳалари, технологик жараёнлар билан боғлиқ вазиятли масалалар асосида амалий ишларни бажарадилар.

Амалий машғулотлар замонавий таълим услублари ва инновацион технологияларга асосланган ҳолда ўтказилади. Бундан ташқари, мустақил ҳолда ўқув ва илмий адабиётлардан, электрон ресурслардан, тарқатма материаллардан фойдаланиш тавсия этилади.

1-амалий машғулот. Телерадио эшиттиришларни тадқиқ этишнинг долзарб масалалари (2 соат).

2-амалий машғулот. Телерадиожурналистика бўйича мутахассислик фанларини ўқитишда янги ёндашувлар. (2 соат).

3-амалий машғулот. Теле-, радиожурналистикадан таълим беришда инновация ва ахборот технологиялари. (4 соат).

4-амалий машғулот. Рақамли радио. Рақамли ТВ. Замонавий медиатеchnологиялар ва уларнинг имкониятлари. (4 соат).

ЎҚИТИШ ШАКЛЛАРИ

Модуллارни ўқитиш жараёнида ишлаб чиқилган ўқув-методик материаллар, тегишли соҳа бўйича илмий журналлар, Интернет ресурслари, мультимедиа маҳсулотлари ва бошқа электрон ва қоғоз вариантдаги манбалардан фойдаланилади.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

I. Ўзбекистон Республикаси Президентининг асарлари

1. Мирзиёев Ш.М. Нияти улуғ халқнинг иши ҳам улуғ, ҳаёти ёруғ ва келажаги фаровон бўлади. 3-ЖИЛД / Ш.М. Мирзиёев. – Т.: “Ўзбекистон”, 2019. – 592 б.

2. Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. 2-ЖИЛД / Ш.М. Мирзиёев. – Т.: “Ўзбекистон”, 2019. – 400 б.

3. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. 1-ЖИЛД / Ш.М. Мирзиёев. – Т.: “Ўзбекистон”, 2018. – 592 б.

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

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

II. Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар

6. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2018.

7. Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги Қонуни.

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 12 июнь “Олий таълим муасасаларининг раҳбар ва педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4732-сонли Фармони.

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февраль

“Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони.

10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 20 апрель "Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2909-сонли Қарори.

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

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

13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 17 июнь “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.

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

15. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 октябрь “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сонли Фармони.

Ш. Махсус адабиётлар

16. Daniel Black, Stephen Epstein and Alison Tokita. Media Flows, Soft Power and East Asia. Monash University. 2010. (1-боб)

17. David Spencer “Gateway”, Students book, Macmillan 2012.

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

19. English for Specific Purposes. All Oxford editions. 2010. 204.

20. H.Q. Mitchell “Traveller” B1, B2, MM Publications. 2015. 183.

21. H.Q. Mitchell, Marileni Malkogianni “PIONEER”, B1, B2, MM Publications. 2015. 191.

22. Herlander Elias. Post-Web. The Continuous Geography of Digital Media. Formal Press Publishing House. Portugal. 2012. Б. 80-88.

23. Lindsay Clandfield and Kate Pickering “Global”, B2, Macmillan. 2013. 175.

24. M.Smikiklas. Infografika. USA. Indiana, Indianapolis: 2014. P. 23-25

25. Model curricula for journalism education: a compendium of new syllabi. UNESCO Series on Journalism Education. Edited and introduced by Fackson Banda. France. UNESCO, 2013.

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. Robert A. Papper, Edwin C. Rozwenc, Edward C. Martin. Broadcast News and Writing Stylebook. 2012.
29. Steve Taylor “Destination” Vocabulary and grammar”, Macmillan 2010.
30. The Handbook of Global Online Journalism. Edited by Eugenia Siapera and Andreas Veglis. John Wiley & Sons, Inc, 2012.
31. William Rice. Moodle E-Learning Course Development - Third Edition. Packt Publishing - ebooks Account; 3 edition 2015. - 350 pp.
32. Асекретов О.К., Борисов Б.А., Бугакова Н.Ю. и др. Современные образовательные технологии: педагогика и психология: монография. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. – 318 с. <http://science.vvsu.ru/files/5040BC65-273B-44BB-98C4-CB5092BE4460.pdf>
33. Белогуров А.Ю. Модернизация процесса подготовки педагога в контексте инновационного развития общества: Монография. — М.: МАКС Пресс, 2016. — 116 с. ISBN 978-5-317-05412-0.
34. Вартановой Е. Л. — Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. 075 М.: Аспект Пресс, 2009. – 360 с.
35. Вырковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход, “Медиа Мир”, М.: 2016.
36. Гафурова П.А., Матвиенко В.В. Телевидение Узбекистана: история, проблемы, перспективы // Культура и цивилизация. 2019. Том 9. № 5А. - С. 215-223.
37. Гулобод Қудратуллоҳ қизи, Р.Ишмухамедов, М.Нормухаммедова. Анъанавий ва ноанъанавий таълим. – Самарқанд: “Имом Бухорий халқаро илмий-тадқиқот маркази” нашриёти, 2019. 312 б.
38. Журналистика. 10 жилдли нашр. Т.: Ўзбекистон, 2019.
39. Зимин М. А. Система управления издательским делом : маркетинговые технологии работы с периодической печатной продукцией : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.08 / Зимин Максим Андреевич. - М., 2001. - 113 с. ; Часть автореферата [Электронный ресурс].
40. Ибраймов А.Е. Масофавий ўқитишнинг дидактик тизими. методик кўлланма/ тузувчи. А.Е. Ибраймов. – Тошкент: “Lesson press”, 2020. 112 бет.
41. Игнатова Н. Ю. Образование в цифровую эпоху: монография. М-во образования и науки РФ. – Нижний Тагил: НТИ (филиал) УрФУ, 2017. – 128 с. http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54216/1/978-5-9544-0083-0_2017.pdf
42. Исмаилова К.Ф. Голос перемен. Т.: Насаф, 2011
43. Исмаилова К.Ф. Медиаобразование в Узбекистане: тенденции, проблемы, перспективы// www.journal.fledu.uz. №6(14), 2016. – С.121-126.
44. Исмаилова К.Ф. Основные тенденции развития современного

радиовещания Узбекистана// Ўзбекистонда хорижий тиллар. Илмий-методик электрон журнал. Т.2017, №3(17). – С.179-185.

45. Ишмухамедов Р.Ж., М.Мирсолиева. Ўқув жараёнида инновацион таълим технологиялари. – Т.: «Fan va texnologiya», 2014. 60 б.

46. Калмыков А.А. Интернет - журналистика А.А. Калмыков, Л.А. Коханова - М. Юнити - Дана., 2005.

47. Каримов А. Аудиовизуал журналистика. ЎУМ. Т.: ЎзДЖТУ, 2019. – 132 б.

48. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента. : [учеб. пособие] /Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 184 с.

49. Клюев Ю.В. Радиожурналистика: основы профессии. Учеб, пособие / Ю. В. Клюев. СПб. Ин-т «Высш, шк. журн. и мас, коммуникаций» СПбГУ, 2015. — 151 с.

50. Қосимова Н. Онлайн журналистика. Дарслик.Т., 2019

51. Қосимова Н. Ўзбекистон оммавий ахборот воситалари барқарор ривожланиш манфаатлари йўлидаги таълим соҳасида ҳамкор сифатида. Ўқув қўлланма. – Т.: ЮНЕСКО. 2018.

52. Қудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. –Т.: Ўзбекистон. 2011.

53. Қудратхўжаев Ш.Т. Интернетда ва ахборот. Ўқув-услубий қўлланма. Тошкент 2012 йил.

54. Литвиненко И.В. Радио в мультимедийной среде: специфика функционирования. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., 2015.

55. Матякубов А., Дадахонов А. Журналистикада АКТ. (ўқув қўлланма). Т.: Кактус медиа, 2019. – 180 б.

56. Муратов С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 240 с.

57. Муратова Н.Ф. Интернет журналистика Узбекистана: функционирование Интернет СМИ в условиях глобального информационного рынка”. Монография. Германия, Lab Academic Publishing. 2013.

58. Муслимов Н.А ва бошқалар. Инновацион таълим технологиялари. Ўқув-методик қўлланма. – Т.: “Sano-standart”, 2015. – 208 б.

59. Олий таълим тизимини рақамли авлодга мослаштириш концепцияси. Европа Иттифоқи Эрасмус+ дастурининг кўмагида. https://hiedtec.ecs.uni-ruse.bg/pimages/34/3_UZBEKISTAN-CONCEPT-UZ.pdf

60. Тошпўлатова Н. Саидов Ф. Журналистиканинг ҳуқуқий асослари. Дарслик. – Тошкент., 2019.

61. Усмонов Б.Ш., Ҳабибуллаев Р.А. Олий ўқув юртларида ўқув жараёнини кредит-модуль тизимида ташкил қилиш. Ўқув қўлланма. Т.: “Tafakkur” нашриёти, 2020 й. 120 бет.

IV. Интернет сайтлар

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

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

64. [www. Ziyonet. Uz](http://www.Ziyonet.Uz)

65. Открытое образование. <https://openedu.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 университетиде амалий вазиятлардан иқтисодий бошқарув фанларини ўрганишда фойдаланиш тартибиде кўлланилган. Кейсде очик ахборотлардан ёки аниқ воқеа-ҳодисадан вазият сифатида таҳлил учун фойдаланиш мумкин. Кейс ҳаракатлари ўз ичига куйидагиларни қамраб олади: Ким (Who), Қачон (When), Қаерда (Where), Нима учун (Why), Қандай/ Қанақа (How), Нима натижа (What).

“Кейс методи”ни амалга ошириш босқичлари

Иш босқичлари	Фаолият шакли ва мазмуни
1-босқич: Кейс ва унинг ахборот таъминоти билан таништириш	<ul style="list-style-type: none">✓ якка тартибдаги аудио-визуал иш;✓ кейс билан танишиш (матнли, аудио ёки медиа шаклда);✓ ахборотни умумлаштириш;✓ ахборот таҳлили;✓ муаммоларни аниқлаш;
2-босқич: Кейсни аниқлаштириш ва ўқув топшириқни белгилаш	<ul style="list-style-type: none">✓ индивидуал ва гуруҳда ишлаш;✓ муаммоларни долзарблик иерархиясини аниқлаш;✓ асосий муаммоли вазиятни белгилаш;
3-босқич: Кейсдаги асосий муаммони таҳлил этиш орқали ўқув топшириғининг ечимини излаш, ҳал этиш йўлларини ишлаб чиқиш	<ul style="list-style-type: none">✓ 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.	<ul style="list-style-type: none">✓ якка ва гуруҳда ишлаш;✓ муқобил вариантларни амалда кўллаш; 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 саъй-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 машғулотларида 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 машғулот 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 намоёниш 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. Глобаллашув шароитида телевидение ва радионинг тизими ва тараққиёт тенденциялари (2 соат).

1.1. Глобаллашув шароитида телевидение ва радионинг тизими ва тараққиёт тенденциялари.

1.2. Телевидение ва радиода дастурларни яратиш ва аудиторияга тақдим этишидаги замонавий ёндошувлари.

1.3. Телерадиоканалнинг ахборот сиёсатини ишлаб чиқишидаги янги тамойиллар.

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

1.1 Глобаллашув шароитида телевидение ва радионинг тизими ва тараққиёт тенденциялари.

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 қутилмаган, шов-шувли воқеа сифатида тасаввур қилиш мумкин.

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

Капитализмнинг ғалабаси учун узоқ вақтлар сиёсий кураш етакчилик қилган мамлакатларда журналистика 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 охирида индустриал жамиятда асосий қиймат меҳнат ва капитал бўлган бўлса, асримизнинг бошидаги информацион жамиятда информация ва билим асосий қийматга эга бўлди. Информацион жамият назарийчилари 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 айна 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 воқеаном (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 жихатдан 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 айни 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 умумдават ёхуд жаҳон миқёсидаги янгилик мақомини касб этиши мумкин. Аммо янгилик фақат шу сифатлар билангина тайин этилмайди. Дарвоқе, агар оддий фуқаро ўз ҳақ-ҳуқуқларини ҳимоя қилаётган намоёиши пайтида ёки террорист ўқи туфайли ҳалок бўлган тақдирда ўлим сабаблари ҳам янгилик моҳиятини касб этади. Бундай ўлим, шубҳасиз, инсон ҳуқуқлари эркинликларининг бузилиши билан боғлиқ янгиликка айланади. 1989 йили Пекиндаги Тяньяньмен майдонига талабаларнинг сиёсий ислоҳотлар ўтказиш талаби билан чиқиши ва ҳукуматнинг куч ишлатиб, бу намоёишни тарқатиб юбориши ушбу фикрни тасдиқловчи мисол бўла олади. Зеро, Хитой ҳукумати қўллаган чора-тадбир минг-минглаб кишилар ўлимига сабаб бўлган ва бу бутун жаҳонда кескин норозилик кайфиятини ўйғотган. Айни вазиятда намоёишчи талабаларнинг ижтимоий аҳволи ва лавозими эмас, балки уларнинг ҳукумат олдида қўйган сиёсий талаблари янгилик сифатида фаҳмланади”¹.

Муаллиф янгилик табиати ҳақида мулоҳаза юритар экан, унинг инглизча — фавқулудда 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 Лассуэлнинг 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. Телевидение ва радиода дастурларни яратиш ва аудиторияга тақдим этишдаги замонавий ёндошувлари

Х.Лассуэлл 1967 йили бу схеманинг қуйидаги янги вариантини ҳам ишлаб чиққан: “Мулоқот иштирокчилари — манзара – вазият — асосий қадриятлар — маҳорат (стратегия) — реципиент муносабати — самара (эффekt)”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 эғалигини 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-б.

³ 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.3.

⁴ Низом Ф. Янгилиниш анъанаси, 36-б.

1.3. Телевидениеда янгиликлар тайёрлаш ва узатишнинг замонавий усуллари ҳақида

Ғарб мутахассислари фавқулодда, ғайриодатий, шов-шувли хабарларни янгилик сифатида тушунаётгандек кўринади. Улар, қандай жанрга мансублигидан қатъи назар, муаллиф томонидан шарҳланмаган ҳар қандай журналистикавий ахборий материални — янгилик — “news” истилоҳи билан атайдилар. Тижорий журналистиканинг таркибий мазмунини ташкил этувчи ошқора порнография (sex-“секс”), жинойтчилик, жосуслик (crime-“крайм”), пул бойлик ва шухратга интилиш (make money-“мэйк мани”) кабилар шов-шув (сенсация)нинг асосий мавзуларидир. Шуни 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 — холис ва ҳаққоний ахборот тарқатаётганлигига қатъий ишонган баъзи журналистлар ҳам ўзлари билиб-билмай муайян бир корпорациявий (бирлашма, уюшма) мақсад йўлида хизмат қиладилар. Бундай янглиш ишонч, уларнинг ахборий мулоқот жараёни бўлмиш “оммавий коммуникация” (mass communication)ни ҳам, ахборот воситалари соҳасига дахлдор бўлган “оммавий алоқа воситалари” (mass media)ни ҳам ахборот технологияси

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

маъносида тушунишдан келиб чиқади. Оқибатда, узатилаётган хабар ижтимоий-сиёсий, маънавий-мафкуравий баҳолашдан холидир, деган хулосага келишади. Бундай ақиданинг баҳс-мунозаралар келтириб чиқариши шубҳасиз. Ҳолбуки, улардаги матбуот, кино ва адабиёт Ғарб демократияси моделини, ғарбча турмуш тарзини, сиёсий тизимини ва бошқа кадриятларини мадҳ этиш билан машғул. Бу ҳол мутахассислар у ёқда турсин, энг оддий одамлар учун ҳам аён ҳақиқат. Шу сабабли уларнинг ахборот муассасалари ва хизматлари сиёсийлаштирилмаганлиги ҳақидаги фикр ва далилларга ишониш ўта соддалик бўлур эди. Д.Селдеснинг “1000 америкалик”, Ж.Марионинг “Матбуотни тўхтатинг”, Г.Вальффраффнинг “Бильд” мухбири бўлиб қандай ишладим” номли китобларида айна шу мулоҳаза алоҳида таъкидлаб ўтилган. Бу китобларда “ньюс” назариясининг асосий қоидалари, шунингдек, “катта матбуот” ва “катта бизнес” иттифоқи туфайли ахборот воситаларининг сармоядорлар мардикорига айланиб қолганлиги танқидий таҳлилдан ўтказилган. Шунга қарамай, уларнинг умуман, холислигини, хусусан ахборот етказишдаги ошкоравийлигини қатъий ва узил-кесил инкор этиш ҳам ҳақиқий аҳволга мувофиқ эмас. Чунки монополиялар, пресс-синдикатлар, матбуот империялар ўртасидаги аёвсиз кураш уларнинг ҳақиқатни беихтиёр ошкор этиб қўйишларига олиб келади. Сиёсий партиялар, президентликка даъвогар номзодлар, бизнес-устунлар паноҳида бўлиш истагида — ғаразли мақсадда қўлга киритилган ахборот ҳақиқий ҳолни ошкор қилиб қўяди. Бинобарин, **биринчидан**, жамиятдаги қонуний зиддиятлар матбуот томонидан аҳолини холис ва ҳаққоний хабардор қилиш асосларидан бирига айланиб қолди. **Иккинчидан**, инсонпарварлик интилишларининг кучайиши ва бунинг ҳуқуқий жиҳатдан мустаҳкамлаб қўйилиши жараёнлари ҳам холис ахборот кўламининг кенгайишига маълум даражада имкон беради. Масаланинг қўйилиши жиҳатдан 1995 йили Россияда Ошкораликни ҳимоя қилиш фонди томонидан нашр этилган “Законы и практика средств массовой информации в Западной Европе, Америке и Австралии” номли салмоқли иши алоҳида қизиқиш уйғотади.

Янгиликни ғарбча тушуниш бизнинг, айниқса, ёш журналистларнинг тафаккурига тобора кўпроқ сингиб бормоқда. Бинобарин, жиноят хроникаси, жанжаллар, жаҳон ва маҳаллий санъат юлдузлари ҳаёти, НУЖлар ҳамда фазовий цивилизацияга дахлдор табиий инсоний туйғуларга дарҳол таъсир этувчи хабарларга ружу кўрсатмоқдалар. Бу ёш ахборотчилар жиддий ўйлаб қўриши лозим бўлган шубҳали интилишдир. Бу интилиш журналистика соҳасида намоён бўлувчи кўчирмакашликнинг авж олишига сабаб бўлиши мумкин. Уларнинг тажрибали ҳамкасблари эса, аксинча, эски тамойилда ишлашдан бутунлай халос бўлолмаптилар. Масалан, қишлоқ хўжалиги, санъат, маънавият ва маданият соҳаларига оид хабарларда янгиликдан кўра ижтимоий муҳим бўлмаган оддий маълумотларни шунчаки қайд этиш ҳануз устувор. Тажрибадан маълумки, бу усул бир хилдаги, бир йўналишдаги рангсиз хабарлар узатишга олиб келади. Бунинг моҳиятан (экспертлар таъкидлаган) нохуш томони ҳам бор: бир хиллик ва андозалилик жамиятдаги ижтимоий фикрлаш тарзи “яқдиллиги”нинг ифодасига

айланиб қолишидир. Ҳолбуки, ижтимоий фикрлаш ҳеч қачон ва ҳеч қасрда бир хилда, бир йўналишда (ягона ва андозали) бўлган эмас, бўлиши йиқин ҳам. Ҳурфикрлилик ҳар қандай жамиятдаги ижтимоий фикрлашнинг доимий сифатидир. Ҳатто энг эркин ва демократик матбуот ҳам ижтимоий фикрнинг барча қирралари ва ранглари тўла акс эттириш имконига эга эмас.

1.4. Телерадиоканалнинг ахборот сиёсатини ишлаб чиқишдаги янги тамойиллар.

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

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

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

Хабар бериш воқеликнинг табиатида мавжуд. Ахборий “қобик” билан қуршалган бу оламнинг ўзи бизга намоён этган рамзлар, белги ва ишоралар тизими (масалан, шакл-ҳажм, ранг, таъм каби)гина эмас, балки ижтимоий, инсоний муносабатлар (янги мудирнинг тайинланиши, янги чақалокнинг 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 ифодалар кириб келди.

“Ахборий матбуот” истилоҳини амалиётчилар ва назарийчилар турлича тушунмоқдалар.

“Ахборий матбуот” истилоҳини қўллашга ружу қўйган нашрлар,

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.

журналистлар, муҳаррирлар, сиёсатчилар, тинчлик ва тўғрилиқ, сиёсатдан, фирқавийликдан холилик тарзида, молиявий мустақиллик билан боғлаб талқин этишмоқда. Улар бу хусусиятлар соф ахборот тамойилига асосланган журналистика тасаввурини шакллантиради деган нуқтаи назарга асосланадилар.

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

Ғарбда “ахборий матбуот”га ўхшаш яна бир мунозарали тушунча мавжуд. Бу — “фикрлар матбуоти” (пресса мнений). Шунини айтиш керакки, бу икки тушунчани фарқлаш ва қўллаш шартли. Улар Ғарбда ҳам, бизда ҳам бир-биридан айри (соф) ҳолда амал қилолмайди. Ватанимиздаги ОАВ муҳарририятлари фаолияти шундан далолат беради. Мустақил Ўзбекистондаги истаган нашр ва телевидениенинг истаган канали ахборот-янгиликнинг ва ахборот мулоҳазанинг узвий бирлигидан иборат. Ғарб ОАВда ўзгачароқ ҳол мавжуд, деган фикр ҳам йўқ эмас. У ерда янгиликларнинг узлуксиз оқимини узатишда Си-Эн-Эн, “Немис 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 кундалиқ ҳаёт ва янгиликларни эмас, кўпинча кўнгилочар дастурларни намойиш 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 янгикликларга мўлжалланган камбағал каналларни ишга солди. Интернет ва кенг йўлакли инфратузилма истеъмолчига вазифасини кенгайтириш: кабель телевидение орқали интерактивлик ва персонификациялашни тақлиф қилди. Аммо барчани шундай савол қийнар эди: PSB бу тенденцияга чидай олармикан? Шунингдек, жамоатчилик тарзидаги эшиттириш ва кўрсатувларга

талаб бўладими? Буни келажак кўрсатади.⁷

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

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

Назорат саволлари:

1. 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.
3. Рўзиев Ф., Жўрева Х. Тележурналистга тавсиялар. –Т.: Шарқ, 2013.
4. Фихтелиус Э. Журналистиканинг 10 қоидаси. –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.

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.

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

2-мавзу. Каналлар форматлари ва дастурлар жанрлари модификацияси (2 соат).

2.1. Каналлар форматлари ва дастурлар жанрлари модификацияси.

2.2. Икки тарафлама алоқага асосланган аудио-, ва аудиовизуал оммавий ахборот воситаларда интерактив шакллари ва замонавий усуллари.

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

2.1 Каналлар форматлари ва дастурлар жанрлари модификацияси.

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 мультимедиали кўриниш. Бу мураккаб информацион муҳит. Рақамли телевидение телевизор экранларида тасвир сифатини етарлича яхшилашга имкон беради, узатишни ўша қувват билан ишлайдиган каналлар сонини оширади.

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

HDTV ва рақамли узатишга ўтиш янги телевизион технологияларни тушуниш

Истеъмолчи техникалар дўконларини оралаб ва турли кўринишдаги ҳай-тек маҳсулотларни кўриб, кўплаб кўринишдаги телевизион техникаларни

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

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

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, медиамухитни 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

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

медиамухитни 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 танлаяпти, 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 Икки тарафлама алоқага асосланган аудио-, ва аудиовизуал оммавий ахборот воситаларда интерактив шакллари ва замонавий усуллари.

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, 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 кўшиб 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

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

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, миждоз рақамли теледастурни қабул қилиш учун техникани сотиб олишга тайёрни ёки йўқ. Алоҳида шу каби телевизорларнинг бўлишининг сигнал узатишнинг аънавий 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;

– 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.

Ҳозирги даврда рақамли телевидениенинг вазифаларини қуйидагича белгилаш мумкин:

- рақамли телевидение тарқатиш ва намойиш 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 иктисодиёти 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 қоидаси 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 кенгайтириши. Дурагай телевизион сигнал тизимига мисол сифатида телевизион кўрсатуви тизимидан MUSE қв ғарбий европанинг MAC оилавий тизими.

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

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

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

Европача ривожланиш

EUREKA Project MAC билан боғлиқ ва 1986 йилдан бошланган.

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.

Кўзғалмайдиган 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 тўхтатиш масаласи қўйилди.

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

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон

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

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

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

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

Назорат саволлари:

1. 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.

Фойдаланилган 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 Национальной телерадиокомпания Узбекистана”.
3. Постановление Президента Республики Узбекистан от 17 апреля 2012 года “О Государственной программе по техническому и технологическому

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

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 обслуживания”.

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. Теле- ва радио тузилмаларнинг Интернетдаги фаолияти. (2 соат).

3.1. Теле- ва радио тузилмаларнинг Интернетдаги фаолияти..

3.2. Тармоқ ва телерадионинг ўзаро таъсири.

3.3. Телерадиожурналистика соҳасидаги иқтисодий механизмлари ва самарали маркетинг стратегиялари.

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

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

3.1. Теле- ва радио тузилмаларнинг Интернетдаги фаолияти.

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 кадам 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 мукамал. Маълумки, интеллектуал ўйинлар жаҳон телевидение дастурларидан кенг ўрин эгаллайди. “Телевидениенинг таъсир кучи – аудиториянинг иштироки билан белгиланади. Телевизион образнинг таъсир кучи, кино ёки драманинг таъсир кучи билан

тенглашолмайди. Викторинада иштирок этаётган аудиториянинг таъсир кучи юқорилиги туфайли, ҳатто шоу режиссёрларини қалбакиликда айблашди. Шоу ташкилотчилари ўзларининг қўлида бўлган қуролнинг кучи-қудратини ҳали яхши англаб етишгани йўқ эди...”¹² – деб ёзади Г.М.Маклюэн. 90-йилларда Россия телеканалларининг “Ким миллионер бўлишни истайди?”, “Нима? Қачон? Қаерда?”, “Мўъжизалар майдони” каби интеллектуал ўйинлар машҳур лойиҳалар қаторида номи тилга олинадиган бўлди. Россия телевидениесининг “Биринчи канал”и орқали бериладиган “Мўъжизалар майдони” кўрсатувини ёши, жинси, келиб чиқишидан 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 мумкин¹³.

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

- одатдаги саволларни ўқиб бериш услуби;
- экран орқали саҳналаштирилган кўринишда савол бериш услуби;
- “Заковат” сандиқчаси орқали савол бериш услуби;
- Интернет саволи;
- блиц (қисқа) саволлар каби”¹⁴.

Рақамли ёзиш эски анъанавий (аналог) овоз ёзиш қурилмаларига ўхшаб вишиллаш ва табиий бузилиш каби қийинчилик туғдирмайди. Сиз энди узоқ 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.¹⁵

Бундай савол бериш услублари бошқа дастурларда учрамайди. Халқимиз азал-азалдан илмга, маърифатга интилганларни, билимдонларни кадрлайди, уларнинг суҳбатидан баҳраманд бўлишни истайди. Шунинг учун ҳам кўрсатувнинг давраси кенгайиб кетди. “Заковат” ёшлар орасидаги топқирлик, билимдонликни тарғиб қилиб, иштирокчилар беллашувдан беллашувга ҳам интеллектуал жиҳатдан, ҳам эфирда ўзини тутиш, фаоллик, хуллас, ҳар жиҳатдан ўсиб боришга эришишди.

¹². Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека // Пер.с англ. В.Николаева.– 2-е изд. – М.: Гиперборея, Кучково поле. 2007. – С. 278.

¹³. Раҳматуллаев Т. Мўъжизасиз “Мўъжизалар майдони”// Хуррият. 2005. 14 декабрь.

¹⁴. Каримов А. Телевидениенинг рекреатив вазифаси, Ф.ф.н. илмий даражасини олиш учун ёзилган номзодлик диссертацияси автореферати, Т.: ЎзМУ, 2012. – Б.5.

¹⁵ Broadcast Journalism. Techniques of Radio a Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News. Andrew Boyd. Fifth Edition. 2001. Composition by Genesis Typesetting, Rochester, Kent Printed and bound in Great Britain. p.249.

Булар кўрсатувнинг муваффақиятини таъминлаган омиллардан. “Заковат” муваффақияти йўлида муаллиф, клуб аъзолари, аудитория вакиллари, экран қаршисидаги томошабинлар тенгма-тенг изланадилар. Қизиқарли, мураккаб, эса қоладиган ва ибратли саволлар тузиб, жўнатиш учун томошабин ҳам тинимсиз ўқиб, ўрганади. Рукнда ток-шоуларга хос бўлган интерактивликни кузатиш мумкин. Бу жиҳатдан кўрсатув оммабоп ва халқчил дастурлардан бирига айланиб бормоқда. Кўрсатув томошабинни 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 махсули ҳисобланган **“Имкон шоу”** кўрсатувидир. Кўрсатувни Аҳрор Қўшматов ва бош ҳакам Анвар Салимовлар олиб боришади.

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

1. Тезкор савол-жавоблар шarti. Иштирокчилар 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 қалбини 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 томошабинини топди. Кўрсатувнинг янги йил сониди машҳур санъаткорлар – Ўзбекистон халқ артисти Озодбек Назарбеков ва Замира Эгамбердиевалар иштирокида янги йил шоуси бўлиб ўтгани фикримизни тасдиқлайди¹⁶.

Мазкур телевизион лойиҳа МузТВ телеканалдаги “Крокодил” кўрсатувини эса солсада, у тез орада ҳақиқий томошабинларини топди. Кўрсатув ёшу қари учун бирдек қизиқарли. Кўрсатувнинг “Болажон” телеканалда “Билағон болажон” деган махсус лойиҳаси бор. Кўрсатувнинг 1 июнь – Халқаро болаларни ҳимоя қилиш куни муносабати билан тайёрланган сониди кино, театр, эстрада юлдузлари

¹⁶ “Yoshlar” телеканали, “Янги йил оқшоми” кўрсатувини. 2013 йил, 31 декабрь.

ўз фарзандлари билан чиқиб, саволларга жавоб беришди¹⁷. 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.

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 кўппартиявий тизим, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари, жамоат бирлашмалари, нодавлат нотижорат ташкилотлари ҳамда оммавий ахборот воситалари кабиларни киритиш мумкин. Ҳар қандай жамиятда оммавий ахборот воситалари жамоатчиликка фақат жойларда бўлиб ўтаётган воқеа-ҳодисаларнинг етказиш воситаси бўлибгина қолмай, ижтимоий-сиёсий жараёнларга ўз муносабатини билдириш, жамоатчилик фикрини шакллантириш каби бир қатор долзарб вазифаларни бажариб келаётгани ҳеч кимга сир эмас.

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.¹⁸

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

¹⁷Yoshlar” телеканали, “Имкон шоу” ток-шоуси. 2014 йил, 1 июнь.

¹⁸ 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.

зиммасига катта масъулият юклайди. Ижтимоий-сиёсий жараёнларни ёритишда таҳлилий кўрсатувлар муҳим ўрин эгаллайди.

Давримизни кўпчиликни ташвишга солаётган шундай муаммолар борки, бу муаммолар мамлакатимизда яшаётган ҳеч бир одамни четлаб ўтаётгани йўқ. Жаҳон ҳамжамиятини жиддий ташвишга солаётган одам савдоси, деб аталмиш иллат, инсоннинг эркинлиги, тенглиги ва шахсий дахлсизлигига путур етказиши, уни турли хўрлик ва камситишларга дучор этиши, бу жиноий фаолият ортида мажбурий меҳнат, қуллик, мажбурий донорлик, ҳарбий тўқнашувларда фойдаланиш, фоҳишабозлик билан шуғулланишга мажбурлаш каби қабихликлар ётишини кўпчилик яхши билади. Жамият томонидан эъозланган 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 этмоқда¹⁹.

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 кучайтирган²⁰. 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.

3.2. Тармоқ ва телерадионинг ўзаро таъсири.

Дунё миқёсида ахборот узатиш тизимининг ривожланиб бораётганлиги истеъмолчига диди, савиясига мос янгилик ва хабарларни етказиб беришга ҳаракат қилинапти. Айни вақтлардаги телетомошабин ва радиотингловчи бундан ўн ўн икки, ҳатто уч-тўрт йил олдинги телерадиомухлислардан фарқ қилади. Чунки давр, замон ўзгаряпти, кундан-кун фикрлаш, тафаккур ўзгаряпти. Одмаларга ҳар кун 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 холис, ҳаққоний ахборот етказиб бериш энг долзарб вазифалардан бири бўлиб турибди. “Долзарблик — ахборотнинг айни шу бугунги кун нуқтаи назаридан муҳимлиги, аҳамиятлилигидир. Бу тушунчани баъзан “тезкорлик” билан қориштириб, хато қилишади. Долзарблилик шу куннинг ниҳоятда муҳим мавзуларини қамраб олишни, тингловчи ёки ўқувчи назарида энг аҳамиятли ва жиддий бўлган

¹⁹ www.mvd.uz

²⁰ www.uzbek.uzbekistan.usembassy.gov

муаммоларни қаламга олишни билдиради”²¹.

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, телерадиомаҳсулотлари 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.²²

“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 “Нуктаи назар”, “Кўзmunчок”, “Имкон шоу” каби дастур ва кўрсатувларнинг ўз томошабини бўлиб, улар маданий ҳордиқ чиқаришга хизмат қилиши билан бирга иқтисодий, тиббий, ҳуқуқий билимларининг шаклланишига ҳам туртки бўлади.

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

Йил сайин оммавий ахборот воситалари сафи ва қамровининг кенгайиши халқимизнинг ахборот, давлат ва жамият ҳаётида рўй бераётган воқеа ва ходисалар, жаҳонда юз бераётган жараёнларга қизиқиши ортаётганидан далолат. Аммо бугунги кунда телеканалларимиз ўз олдига қўйилган вазифаларини

²¹ Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти (Ўқув қўлланма) –Т.: Университет, 2002. –Б.47.

²² 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.

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 руҳий 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.

3.3 Телерадиожурналистика соҳасидаги иқтисодий механизмлари ва самарали маркетинг стратегиялари.

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

“Бу жараённинг асосини индивидуалларнинг ўзаро таъсир кўрсатиши ташкил этади. Бунда ҳар бир одам коммуникациянинг мавҳум субъекти ҳолатида эмас, балки аудиториянинг маълум вакили, ўзининг ижтимоий вазифасини бажараётган шахс сифатида намоён бўлади.”²³

²³ История социологии в Западной Европе и США. –М., 1999. –С.71

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

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

XX аср охири 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.
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 холда ёритилаётганидан кўриб, билиб турибмиз. Журналистлар ва

медиаходимлари нафақат иш берувчилар ва бозор олдида, балки жамият олдида ҳам масъулиятни ҳис қилишлари, демократияни ҳаддан ошиш, деб тушунмасликлари керак. Эркинликка интилиш ҳар бир журналист олдида турган вазифа аммо, чегарани билиши шарт.

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

3.4 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”²⁴

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.

²⁴ Цвик Г. Н. Телевизионная журналистика. –М.: Аспект Пресс, 2002. –С.118.

Жанрлар тизимида суҳбат ва интервью муҳим ўрин тутди. Аммо, баъзида бу икки жанрнинг аралашиб кетганига гувоҳ бўламиз. Бу жанрларнинг бир-биридан фарқи ҳам жиҳатлари мавжуд. Суҳбатда кўпинча иккидан ортиқ киши қатнашади. Агар ана шу талаб билан ёндашилса, “Маданият ва маърифат” телеканалда эфирга узатиладиган **“Окшом 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 телевиденида оммалашиб кетган ва энг кўп қўлланилади. Унинг интервьюдан фарқи 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 таърифни келтира билиши керак. Ер юзида 6 миллиарддан ортиқ инсон яшаётган бўлса уларнинг ҳар бири ўзининг юз тузилишига, овоз оҳанглирига, қиёфасига, пировард натижада ўзининг қайтарилмас тақдирига эга. Айни бир пайтда уларнинг орасида буюк шахслар, алпқомат қаҳрамонлар, ноёб истеъдод эгалари, моҳир актёрлар, иқтидорли ёзувчи, журналист ва бошқа касб эгалари мавжуд. Ижодкор инсоннинг ноёб истеъдодини кўра билиш лозим. Уни аниқласангиз, топсангиз, ана шу истеъдод эгаси – асар қаҳрамони бўлиши мумкин.

Ҳар бир эфир, экран асари ўзининг оригинал қаҳрамони билан, қизиқарли воқеаси, қўйилмаган 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 **“Қафтдаги чизиқлар”**, **“Қиёфа”**, **“Бир асар тарихи”**, **“Академик соат”** сингари кўрсатувлари қисқа фурсат ичида ўз томошабинларини топишга улгурди. Кўрсатувлар қаҳрамонлари ўзларининг ижодий ва ҳаётий тажрибалари билан ёшларга ўрнак бўла олапти.

Телевидениенинг давлатлар, ижтимоий-сиёсий тузумлар, халқлар, миллатлар тақдирини тутган стратегик ўрни ҳам алоҳида диққатга сазовордир. Жумладан, кўпгина индустриал тараққий қилган, демократик анъаналари ривожланган мамлакатлар, жумладан, Америка Қўшма Штатлари ўз телевидениесига, барча телекоммуникациялар тизимида мамлакатнинг стратегик ва миллий хавфсизлик соҳасидаги сиёсатининг ажралмас бир қисми, деб қарамокда. 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. Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, телекоммуникация воситалари ёрдамида тарқатилаётган ахборот бутун ер юзида тез ёйилмоқда. У сиёсий, жуғрофий, табиий чегараларни билмайди. Ижтимоий-сиёсий тузумни ҳам танламайди.

Иккинчи муҳим томон. Бу инсоннинг руҳияти билан боғлиқ, унда ахборотга бўлган қизиқиш бу табиий эҳтиёж, у доимий ва абадийдир. Бу қизиқишни сўндириш асло мумкин эмас. Уни фақат эътиборга олиш ва 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.

Профессионаллик - бу совуққон ва кўп тажрибага эга одамга келади. Лекин бу билан оғир-вазмин одамларнинг атрофларидагилар ўзларини бошсиз товукдек тутиш керак, дегани эмас.²⁵

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

Бу йўналишда телевидениенинг аҳолини турли воқеа-ҳодисалардан тез вақтлар ичида воқиф қилиш, аҳоли маданиятини ошириш, маънавиятни бойитиш, дунёқарашини тўғри шакллантиришдаги аҳамияти жуда муҳимдир. Телевидение экрани орқали бериладиган 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-мазмунини 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 бўладиган воқеа ва ҳодисаларга нисбатан миуносабатни тўғри шакллантириш ҳамда телетомошабинларни нимани кўришни истаётганликларидан хабардор бўлишдир. Бу масалада авваламбор, телеканал аудиторияси тушунчасини телевидение ижодкорлари ўзлари учун аниқлаб олиши лозим. Жамоатчилик фикрини ўрганиш муаммоси қанчалик муҳим эканлигини биз шу иш билан жиддий шуғулланаётган ва бу масалага умуман эътиборсизлик билан қараётган мамлакатлардаги ижтимоий-сиёсий барқарорлик сатҳидан яққол билиб олишимиз

²⁵ 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.

мумкин. Таҳлил ва хулосаларини теледастурларни тузишда инобатга олиш телетомошабин кутаётган кўрсатувларни тайёрлашда муҳим аҳамиятга эга.

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

Телекўрсатув қанчалик таъсирчан бўлса, унинг самараси шунча юқори бўлади ва 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 раъйи, унинг қизиқиши, манфаати, мақсадлари нимада, буни аниқ билиш керак.

Америка Кўшма Штатларининг учинчи президенти Томас Жефферсоннинг куйидаги 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 кўринадики, аудиториянинг табақаланиши мазкур табақа вакиллари талабларининг кўпайишига, пировардида, аҳолининг

ахборотга бўлган саводхонлигини ошишига олиб келади. Тингловчилар эфирга уланадилар, кўрсатувга хат йўллайдилар, лойиҳада иштирок этиш учун интернетга мурожаат қиладилар. Шу ўринда, интерактивликнинг ўзи нима, деган савол хусусида тўхталишга тўғри келади.

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 холис 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:

66. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажакимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга курашимиз. – Т.: Ўзбекистон, 2017. – 488 б.
67. 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.

Ш. 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 қويدаси. –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. Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида (2 соат).

РЕЖА:

- 4.1. Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида.
- 4.2. Телерадиожурналистика, медиасаводхонлик ва миллий ўзлик масалалари.
- 4.3. Глобаллашув даврида оммавий коммуникация фаолияти.
- 4.4. Замонавий медиамухитдаги ўзгаришлар: ўрни ва аҳамияти.
- 4.5. Телерадиожурналистикада янги муаммоли мавзулар кўлами.

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

4.1. Телерадиожурналистика маданиятлараро ҳамкорлик доирасида

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

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

Босма нашрлар, радио, ТВ, Интернет сайтлари ва компьютер ўйинларидаги қайси мавзулар сизни қизиқтиради? (Бир нечтасини танлаш мумкин. Жадвалда мавзуларга берилган овозлар сони кўрсатилган.)

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

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

Шуни таъкидлаш лозимки, ёшлар видео ва Интернетдаги ахборот

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

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

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

4.2. телерадиожурналистика, медиасаводхонлик ва миллий ўзлик масалалари

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

Маънавий-ахлоқий мавзудаги мақолалар бошқа турдаги мақолалардан тубдан фарқ қилади. Бу ўринда фактларга суянилса ҳам, мақолада асосни мулоҳаза, муносабат, таҳлил ташкил этади. Факт ғоя, муаммо, зиддият, далил, исбот, образ, деталь, парадокс, рамз бўлиши мумкин деймиз. Маънавий-ахлоқий мавзудаги мақолаларда фактлар билан ишлашнинг ўзига хосликлари кузатилади. Муаллифлар факт замирида фикр, таҳлил, шарҳ, кези келганда баҳо ва хулосалар берилади. Бу ерда факт муаллифнинг фикрини тасдиқловчи, унинг позициясини англатувчи хужжат сифатида намоён бўлади.

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

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

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

4.3. 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 ўтказётган 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 кудратли 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 қуроллари ёрдамида амалга ошириляётганлигини 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 усулларидан фойдаланиш замирида сиёсий мақсадларини амалга ошириш ғояси ётади.

Таъкидлаш жоизки, ҳар қандай давлат ва жамият ҳаётида ёшлар мамлакатнинг келажаги ҳисобланади. Ўз навбатида, жамият ҳаёти ва мамлакат миқёсида ёшлар

фаол ижтимоий кучга айланиб бормоқда. Мазкур омил ёшларни турли маънавий-мафкуравий хуружлар, ёт оқимлар таъсир ва тазйиқларининг 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”²⁶, — 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 тарафқашликдан озод бўлолмайди. Ҳар бир инсоннинг холислиги ўзи учун, бу орқали унга юксак баҳо беришади. Субъектив қараганда табиатан бир хил бўлиши керак ишончсиз ўлчови бўлмайди.²⁷

4.4. Замонавий медиамуҳитдаги 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 “Ёшларнинг онгида қандай кайфият устунлигини айтсанг, мен сенга кейинги авлоднинг табиати қандай бўлишини айтиб бераман”, деган сўзига эътибор қаратилса, қўшни Қирғизистон ҳудудида нодавлат ноижорат 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” усуллари, мамлакат шаҳарлари бўйлаб оммавий тартибсизликларни амалга ошириш йўлида тайёргарлик кўришга 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 “медиаsavodxonlik” (media literacy) тушунчасини қуйидагича изоҳлашади:

²⁶Каримов И. А. Биз келажакимизни ўз қўлимиз билан курашимиз. 7–жилд. —Т.: Ўзбекистон, 1999. — Б.88.

²⁷ 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.

“Медиасаводхонлик” - ўқувчи ва талабаларга медиа билан мулоқотда, уларнинг ҳаётидаги медиа мазмунини тушунишда танқидий нуқтаи назар билан қарашга ёрдам беради. Медиасаводхон ўқувчи ёки талаба медиаматнларга баҳо беришда танқидий ва таҳлилий ёндашуви, оммавий маданият билан муносабатда танқидий масофада бўлиши, манипуляцияга қаршилик қилиши керак.²⁸

“Медиасаводхонлик” - медиаматнларни шарҳлаш, таҳлил этиш ва яратиш қобилияти.²⁹

“Медиасаводхонлик” - турли шакллардаги ахборотларни олиш, таҳлил этиш, баҳолаш ва узатиш қобилияти³⁰.

“Медиасаводхонлик” - медиасаводхон одамни замонавий дунёдаги, кодли ва репрезентацион тизимларда фаолият юритаётган медианинг ижтимоий-маданий, сиёсий контекстини тушунишга, медиаматнларни идрок этиш, яратиш, таҳлил этиш, баҳо беришга тайёрлаш жараёни³¹.

“Медиасаводхонлик” - нсонларга аудиовизуал ва босма матнларнинг маданий аҳамияти, мазмунини тушунишга, яратишга ва баҳолашга ёрдам беришга ундовчи ҳаракат. Ҳар бир инсон медиасаводхон бўла олади³².

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

4.5. 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 енгил қарасак, оғир мудроқ оқибатида мушкуллик учрашимиз мумкин.³³

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

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

30. 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.

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

32. Aufderheide, P., Firestone, C. (1993). Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Queenstown, MD: TheAspenInstitute, p.1.

³³ 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.

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 эффектлар фильмлардаги қаҳрамонларни суперманларга айлантиради. Бу эса ёшларнинг идеаллари, ҳаётга бўлган муносабати шаклланишига олиб келади. Видеоахборотни қабул қилаётган аудиторияга медиасаводхонлик билимлари янада зарурдир.

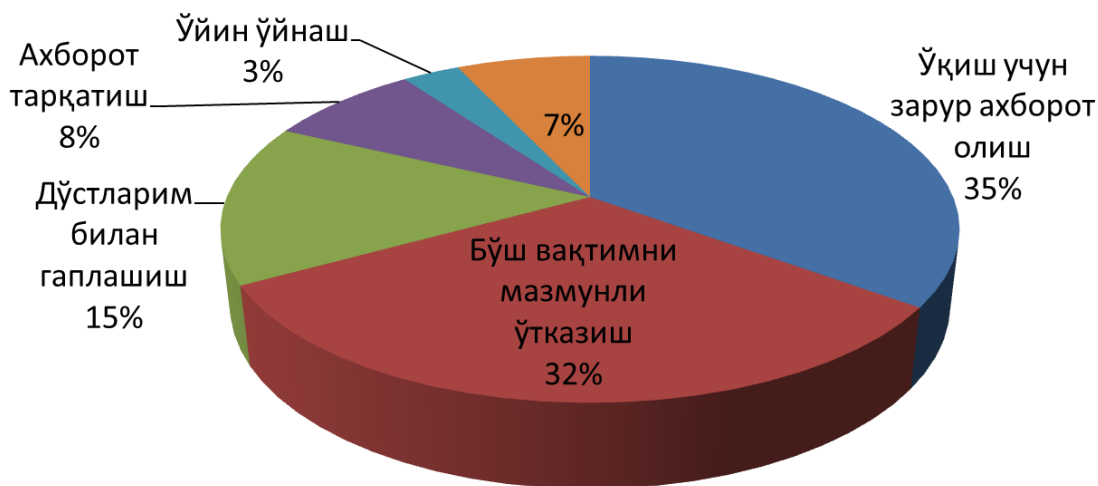
Белоруссиялик мутахассис Евгений Морозовнинг “Тармоқ уйдирмаси” (“The Net Delusion”) номли китобида айтилишича, ижтимоий тармоқлар беғам ва эринчок одамлар авлодини тарбияламоқда. “Дэйли Мэйл” (“The Daily Mail”) нашрида чоп этилган Оксфорд университети профессори Сюзан Гринфилднинг мақоласида инсон руҳиятидаги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

SEfan.ru, 2uxa.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 истемолчилари эканлиги ҳам кўрсатади. *Ziyouz.com, zakovat.uz* сайтларининг ҳам салмоқли овоз берилгани ёшларнинг интеллектуал салоҳиятини оширишга Интернетнинг ҳисса қўшаётганини 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 мусиқий электрон манзилларига кириши кузатилди. Қидирув сайтларида эса умумийлик кузатилди.

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

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



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:

68. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажакимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга курашимиз. – Т.: Ўзбекистон, 2017. – 488 б.
69. 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.

Ш. 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:

Телерадио эшиттиришларни тадқиқ этишнинг долзарб масалалари (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:

Телерадиожурналистика бўйича мутахассислик фанларини ўқитишда янгича ёндашувлар. (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. Тақдимотларда 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:

Теле-, радиожурналистикадан таълим беришда инновация ва ахборот технологиялари. (4 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:

Рақамли радио. Рақамли ТВ. Замонавий медиатехнологиялар ва уларнинг имкониятлари. (4 соат).

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 усулларидан 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.

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, sbhat direction, quizzes management. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришларни олиб борадиган журналист. Дастур қатнашчиларини аудиторияга таништиради, матнларни ўқиб беради, факт ва ҳодисаларни шарҳлайди, кўшимчалар киритади, сҳбат йўналишини белгилаб беради, бахслар бошқарувини амалга оширади.
Program Дастур	Plan for future activities. Radio, TV, a synonym of the term. To be published in the local or national press, one day a week may be a reflection of the content of TV or radio. Бўлғуси фаолият режаси. Радиоэшиттириш, телекўрсатув атамасининг синоними. Маҳаллий ёки республика матбуотида чоп этиладиган бир кунлик, бир ҳафталик телевидение ёки радиоэшиттиришлар мазмунини ҳам акс этириши 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 демақдир. 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 куйидагиларни 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. Interaktive communication

	<p>with the audience.</p> <p>Бир кўринишдаги информация етказувчини турлича кўринишда узатиш: фото, аудио, видео, анимация ва бошқ.Интерактивлик — аудитория билан фаол мулоқот.</p>
<p>Format Формат</p>	<p>Television channel audience of theme-oriented.</p> <p>Телерадио канални аудитория мавзувий йўналтирилган.</p>
<p>Interactive journalism Интерфаол журналистика</p>	<p>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 Internat publications, TV and will be shown during the broadcasting.</p> <p>Тахририят 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.</p>
<p>Subject coverage Мавзули репортаж</p>	<p>In these materials, the reporter is not a phenomenon, but it is worth exploring the topic.</p> <p>Бундай материални тайёрлашда мухбир ҳодисани эмас, балки у орқали маълум мавзунини ўрганади.</p>
<p>Media text Медиа матн</p>	<p>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.</p> <p>ПР-матн, ПР базис субъекти ташаббуси билан ПР-тизим ходимлари ёки журналистлар томонидан тайёрланиб, босма ОАВ орқали тарқатилади.</p>
<p>Problem report Муаммоли репортаж</p>	<p>The report in the form of social importance of the problem, and as much as possible.</p> <p>Унда репортаж тарзида ижтимоий аҳамиятга эга муаммо кўйилади ва имкон қадар тадқиқ этилади.</p>
<p>Announcement Анонс</p>	<p>Film, theater, fun, entertainment, published in newspapers, magazines, etc. in advance about. TV announcement.</p> <p>Кино, театр, қизиқарли томошалар, чоп этилган газета — журнал ва шу қабилар ҳақида олдиндан бериладиган хабар. Ойнаи жаҳон орқали анонс бермок.</p>
<p>Audiometer Аудиометр</p>	<p>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.</p> <p>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.</p>
<p>Information resources Ахборот воситаси</p>	<p>Each of the six sources of information: newspapers, magazines, radio, television, the Internet, the news agency reported.</p> <p>Олтита ахборот манбаларининг ҳар бири: газета, журнал, радио, телевидение, Интернет, ахборот агентлиги.</p>
<p>Direct relationship Бевосита мулоқот</p>	<p>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.</p> <p>Бу каби суҳбатни ўтказишдан олдин ОАВ канали бўлажак мулоқот</p>

	мавзуси, унга алоқадор мутасадди шахсинг таърифи ва телефон рақамларини оммага етказди. Мулоқот мобайнида телефон ва бошқа алоқа воситалари орқали берилган саволларга ҳам жавоб берилади.
Термин	Ўзбек тилидаги шарҳи
Audience Аудитория	(Latin) - the recipient of the information. (Лотинча) - ахборотни қабул қилувчи одамлар.
Narrator Бошловчи	TV and radio journalist. Program participants are introduced to the audience, the text read, interpret the facts and events, legislation, shbat direction, quizzes management. Телекўрсатув ва радиоэшиттиришларни олиб борадиган журналист. Дастур қатнашчиларини аудиторияга таништиради, матнларни ўқиб беради, факт ва ҳодисаларни шарҳлайди, кўшимчалар киритади, сўбат 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 молиш 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.

<p>Multimedia Мультимедия</p>	<p>A view of the transmission of information purpose different views: photos, audio, video, animation and others. Interaktive communication with the audience. Бир кўринишдаги информация етказувчини турлича кўринишда узатиш: фото, аудио, видео, анимация ва бошқ. Интерактивлик — аудитория билан фаол мулоқот.</p>
<p>Format Формат</p>	<p>Television channel audience of theme-oriented. Телерадио канални аудитория мавзувий йўналтирилган.</p>
<p>Interactive journalism Интерфаол журналистика</p>	<p>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 Internat publications, TV and will be shown during the broadcasting. Тахририят 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.</p>
<p>Subject coverage Мавзули репортаж</p>	<p>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 ўргангани.</p>
<p>Media text Медиа матн</p>	<p>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.</p>
<p>Problem report Муаммоли репортаж</p>	<p>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.</p>
<p>Announcement Анонс</p>	<p>Film, theater, fun, entertainment, published in newspapers, magazines, etc. in advance about. TV announcement. Кино, театр, қизиқарли томошалар, чоп этилган газета — журнал ва шу қабилар ҳақида олдиндан бериладиган хабар. Ойнаи жаҳон орқали анонс бермоқ.</p>
<p>Audiometer Аудиометр</p>	<p>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 етказилади.</p>
<p>Information resources Ахборот воситаси</p>	<p>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.</p>
<p>Direct relationship Бевосита мулоқот</p>	<p>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</p>

	<p>of communication, answer the questions.</p> <p>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.</p>
Термин	Ўзбек тилидаги шарҳи
Audience Аудитория	<p>(Latin) - the recipient of the information.</p> <p>(Лотинча) - ахборотни қабул қилувчи одамлар.</p>
Narrator Бошловчи	<p>TV and radio journalist. Program participants are introduced to the audience, the text read, interpret the facts and events, legislation, shbat direction, quizzes management.</p> <p>Телекўрсатув ва радиоэшиттиришларни олиб борадиган журналист. Дастур қатнашчиларини аудиторияга таништиради, матнларни ўқиб беради, факт ва ҳодисаларни шарҳлайди, кўшимчалар киритади, суҳбат йўналишини белгилаб беради, бахслар бошқарувини амалга оширади.</p>
Program Дастур	<p>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.</p> <p>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.</p>
Interview Интервью	<p>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.</p> <p>Ахборот жанри сифатида ижтимоий аҳамиятга молиш шахс билан суҳбат демақдир. Мазкур атама инглизчадан “суҳбат” деб таржима қилинади ва икки маънода: 1) сўров, мулоқот воситасида маълумот олиш усули; 2) жанр маъносида қўлланилади.</p>
Digital television Рақамли телевидение	<p>Digital transmission signal based on the principle of electronic television.</p> <p>Маълумотларни рақамли тарзда узатиш тамойили асосида электрон сигнал узатадиган телевидение.</p>
Reportage Репортаж	<p>The report refers to the Latin "reportage" from the "news", "indicate" means.</p> <p>Репортаж атамаси лотинча “reportage”дан олиниб “хабар қилмоқ”, “дарак бермоқ” маъносини англатади.</p>
Television reporter Телевизион репортёр	<p>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.</p> <p>Телемутахассис куйидагиларни 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.</p>
Digitalization Дигитализация	<p>Information to a digital platform.</p> <p>Информацияни рақамли платформага ўтказиш.</p>

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. Interaktive 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 Internat publications, TV and will be shown during the broadcasting. Тахририят 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 ўрганadi.
Media text Медиа матн	PR-text, PR-basic initiative of the basic subject of the text prepared by the PR staff or journalists will be distributed through print media. ПР-матн, ПР базис субъекти ташаббуси билан ПР-тизим ходимлари ёки журналистлар томонидан тайёрланиб, босма ОАВ орқали тарқатилади.
Problem report Муаммоли репортаж	The report in the form of social importance of the problem, and as much as possible. Унда репортаж тарзида ижтимоий аҳамиятга эга муаммо кўйилади ва имкон қадар тадқиқ этилади.
Announcement Анонс	Film, theater, fun, entertainment, published in newspapers, magazines, etc. in advance about. TV announcement. Кино, театр, қизиқарли томошалар, чоп этилган газета — журнал ва шу кабилар ҳақида олдиндан берилadиган хабар. Ойнаи жаҳон орқали анонс бермок.
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 етказadi.
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.

<p>Direct relationship Бевосита мулоқот</p>	<p>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.</p> <p>Бу каби суҳбатни ўтказишдан олдин ОАВ канали бўлажак мулоқот мавзуси, унга алоқадор мутасадди шахсинг таърифи ва телефон рақамларини оммага етказди. Мулоқот мобайнида телефон ва бошқа алоқа воситалари орқали берилган саволларга ҳам жавоб берилади.</p>
<p>Термин</p>	<p>Ўзбек тилидаги шарҳи</p>
<p>Audience Аудитория</p>	<p>(Latin) - the recipient of the information. (Лотинча) - ахборотни қабул қилувчи одамлар.</p>
<p>Narrator Бошловчи</p>	<p>TV and radio journalist. Program participants are introduced to the audience, the text read, interpret the facts and events, legislation, shbat direction, quizzes management.</p> <p>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.</p>
<p>Program Дастур</p>	<p>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.</p> <p>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.</p>
<p>Interview Интервью</p>	<p>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.</p> <p>Ахборот жанри сифатида ижтимоий аҳамиятга молиш шахс билан суҳбат демақдир. Мазкур атама инглизчадан “суҳбат” деб таржима қилинади ва икки маънода: 1) сўров, мулоқот воситасида маълумот олиш усули; 2) жанр маъносида қўлланилади.</p>
<p>Digital television Рақамли телевидение</p>	<p>Digital transmission signal based on the principle of electronic television.</p> <p>Маълумотларни рақамли тарзда узатиш тамойили асосида электрон сигнал узатадиган телевидение.</p>
<p>Reportage Репортаж</p>	<p>The report refers to the Latin "reportage" from the "news", "indicate" means.</p> <p>Репортаж атамаси лотинча “reportage”дан олиниб “хабар қилмоқ”, “дарак бермоқ” маъносини англатади.</p>
<p>Television reporter Телевизион репортёр</p>	<p>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.</p> <p>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</p>

	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. Interaktive 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 мавзуйий 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 Internat publications, TV and will be shown during the broadcasting. Тахририят жамоаси ва аудитория ўзаро муносабатларининг ўзгариши, матбуотни оммага бир томонли таъсирини ўзаро ҳамкорлик томонга йўналтириш, журналистлар монологодан билан диалогга, ўзаро ахборот алмашишга ўтишни англатади. Бундай муносабатлар иккаласини ҳам тенг ҳуқуқли ахборот ҳамкорига айлантиради. Бундай ҳол яққол равишда Интернет нашрларда, теле – ва радиомулоқот чоғида намоён бўлади.
Subject coverage Мавзули репортаж	In these materials, the reporter is not a phenomenon, but it is worth exploring the topic. Бундай материални тайёрлашда мухбир ҳодисани эмас, балки у орқали маълум мавзунини ўрганади.
Media text Медиа матн	PR-text, PR-basic initiative of the basic subject of the text prepared by the PR staff or journalists will be distributed through print media. ПР-матн, ПР базис субъекти ташаббуси билан ПР-тизим ходимлари ёки журналистлар томонидан тайёрланиб, босма ОАВ орқали тарқатилади.
Problem report Муаммоли репортаж	The report in the form of social importance of the problem, and as much as possible. Унда репортаж тарзида ижтимоий аҳамиятга эга муаммо 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 бермок.
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.

	<p>Олтита ахборот манбаларининг ҳар бири: газета, журнал, радио, телевидение, Интернет, ахборот агентлиги.</p>
<p>Direct relationship Бевосита мулоқот</p>	<p>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.</p> <p>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.</p>

Фойдаланиладиган адабиётлар

I. Методологик адабиётлар

1. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга курашимиз. –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.uz.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 иродаимизга 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 қафолатлари тўғрисида”ги қонуни. //Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. –Т.: Адолат, 2008.
4. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги (янги таҳрири) қонуни. //Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. –Т.: Адолат, 2008.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги қонуни. //Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. –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
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида. 2019 йил 2 февраль. //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
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.

Ш. 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 Account2015. - 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 қоидаси. –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