

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

**МИРЗО УЛУҒБЕК НОМИДАГИ
ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ**

ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ

*Мирзо Улуғбек номидаги
Ўзбекистон Миллий университетининг
90 йиллигига бағишланади*

**АУДИОВИЗУАЛ ЖУРНАЛИСТИКАНИНГ
ДОЛЗАРЪ МУАММОЛАРИ
(Илмий мақолалар тўплами)**

Тошкент - 2008

**Аудиовизуал журналистиканинг долзарб муаммолари
Илмий мақолалар тўплами**

Масъул муҳаррир, кириш ва хулоса муаллифи -
доц. **Ҳамдамов Ю.Қ.** Тошкент, 2008 йил, 96 бет

Мазкур тўпланда ёритилаётган мақолалар 2006 йил 27 ноябр кунини Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети журналистика факультетининг "Телекўрсатув ва радиоэшиттириш" кафедраси қошида ўтказилган илмий-амалий конференция материаллари асосида тайёрланди.

Мақолаларда айни вақтларда телекўрсатув, радиоэшиттириш ва ҳужжатли кино ҳақидаги долзарб муаммолар ўз аксини топган. Шунингдек, олим ва мутахассислар ана шу муаммоларни ҳал этишда кўпроқ қайси жиҳатларга эътибор қаратилиши лозимлиги ҳақида ҳам ўз фикр-мулоҳазаларини билдирганлар.

Тўплам телекўрсатув, радиоэшиттириш ва кино фаолияти билан қизиқувчилар учун мўлжалланган.

Тақризчилар:

Н.А.Абдуазизова - тарих фанлари доктори, профессор

М.С.Мирсоатова - филология фанлари номзоди, доцент

Ўзбек тилидаги мақолалар муҳаррири - доц. **Ш.М.Ибрагимов**

Рус тилидаги мақолалар муҳаррири - катта ўқит.

Л.С.Маҳмудова

*Наширға тайёрловчи - Д.Исмоилова
с 2008. Т.: «Илмий-услубий марказ»*

МУНДАРИЖА

Кириш.....	4
Ш.Фулумов. Миллий журналистикамиз тараққиёт йўлида.....	8
К.Ирназаров., М.Хусанов., Д.Ибатулина. К вопросу информационно - психологической безопасности.....	11
Ф.Рўзиев. Телевидениеда иқтисодий мавзудаги кўрсатувларнинг ўрни.....	16
Х.Ақбаров. Кинопублицистика (Бир йилнинг уч фасли).....	19
А.Каримов. Ўзбекистон телевидениеси мустақиллик йилларида.....	22
Ю.Ҳамдамов. Телекўрсатувлар таъсирчанлигида жамоатчилик фикрининг ўрни.....	24
Ш.Ибрагимов. Ахборий - иқтисодий кўрсатувларнинг мазмуни ва тузилишининг таҳлили.....	29
М.Мирооатова. Сериалларнинг теледастурларда тутган ўрни ва тарбиявий аҳамияти.....	36
О.Тожибосва. Фольклор санъатининг ОАВлардаги талқини ва ўрганилиши муаммолари.....	38
О.Тошбоев. Глобаллашув жараёнида миллий тележурналистика ривожини.....	42
Б.Алихонов. Журналистик ихтисослашув - давр талаби.....	45
Л.Махмудова. Интерактивное телевидение в Узбекистане.....	50
Г.Багдасарова. Взаимосвязь профессиональной этики и информационной культуры журналистики.....	52
Ф.Абдусагатов. Телевидениеда шарҳ: ўзига хос жиҳатлар.....	56
Д.Османова. Телевидение в "глобальной деревне".....	60
А.Каримов. Ток-шоуларда муаммолар таҳлили ва талқини.....	65
А.Матқубов. "Fox News" телехизмати ва унинг асосчиси Руперт Мэрдок медиа фаолияти.....	71
Ф.Миробидов. Ижтимоий роликларнинг таркиби ва уларнинг - теледастурларда тутган ўрни.....	75
Б.Қобулов. Журналистика ва ижтимоий фикр: социологик тадқиқот натижалари.....	79
Н.Ҳақимова. Эфир вақтига эътибор.....	85
М.Ҳамдамова. Радиода рекламанинг ўрни.....	88
Хулоса.....	92

КИРИШ

Давримиз янги бир паллага кирди. Хукукий демократия жамият куриш йўлини танлаган республикамызда иктисодий, ижтимоий, маданий-маърифий соҳалардаги улкан ислохотлар босқичма-босқич амалга оширилаяпти. Тан олиб айтиш керак, ана шу муҳим, ҳаётий жабҳаларнинг мазмун-моҳиятини юртдошларимиз онгу шуурига етказишда оммавий ахборот воситаларининг ҳиссаси катта бўлаяпти. ОАВларининг орасида табиийки, телекўрсатув ва радиоэшиттиришларнинг ҳам салмоқли ўрни бор.

Кундалик ҳаётимизни телевидение ва радиосиз тасаввур қилиш қийин. Чунки оммавий ахборот воситаларининг бу иккала кўриниши ўзининг тезкорлиги, жонли овози, тасвири ва таъсирчанлиги билан алоҳида аҳамият касб этади.

Айни вақтларда республикамызда 50 та студия, 13 та радиостанция, 36 та кабелли телевидение студияларидан иборат давлат ва нодавлат электрон оммавий ахборот воситалари фаолият юритаяпти. Мазкур ахборот воситаларида хизмат қилаётган ижодий ходимлар томонидан тайёрланиб, эфирга узатилаётган муҳим хабар ва турли кўрсатувлардан ҳар куни миллионлаб тингловчи ва томошабинлар баҳраманд бўлишаяпти. Булардан ташқари республикамыз аҳолиси ернинг сунъий йўлдоши, "Камалак" курилмаси, параболик антенналар ва махсус кабель воситасида бир неча хорижий мамлакатлар телевидениеси кўрсатувларини томоша қилиш, радиоэшиттиришларни тинглаш имкониятига эгадир. Тезкор Интернет тармоғи орқали ҳам кўплаб муҳим хабарлар олинаяпти. Дунё миқёсида ахборот бозорининг ривож ва глобаллашувига ҳалқаро Интернетнинг ўрни ниҳоятда катта бўлаётгани ҳаммага маълум.

Шуни мамнуният билан қайд этишни истардик-ки, республика телевидениесининг "Ёшлар" телеканали ва радионинг тўрттала канали ҳам кўрсатув ва эшиттиришларини Интернет орқали бутун дунёга мунтазам равишда тарқатаяпти.

Айтиш жоиз-ки, бугунги тингловчи ва томошабиннинг савияси бундан бир неча йил илгаригидан анча юқорилигини ҳаётнинг ўзи кўрсатиб турибди. Бунинг биринчи сабаби, радио ва телеканалларнинг сони кўпайиб, рақобатбардошлик тизими юзага

келган бўлса, иккинчидан, тингловчи ва томошабинлар савиясининг анча-мунча ошганлигидадир. Шундай экан, ҳозирги тингловчи ва томошабин соҳа мутахассисларидан тезкор, долзарб, муҳим, мазмунли ва кизикарли эшиттириш ва кўрсатувларни кутиши табиий.

Шунингдек, "ҳалқимиз оммавий ахборот воситаларидан мамлакатимиз ва хорижда содир бўлаётган воқеалар тўғрисида ҳолис ва тезкор ахборотлар олишни, шу билан бирга, биринчи навбатда, ҳокимият органлари ва бошқарув тизимлари фаолияти ҳақидаги танқидий фикрларни, ислохотлар ва янгиланишлар йўлидан илгари боришимизга тўсик бўлиб турган нуқсонлар, ҳаётдаги долзарб муаммолар ҳусусида ошқора, профессионал тахлилий материалларни кутади".

Ана шу фикрлардан ҳулоса чиқариб айтиш мумкин-ки, бу борада ҳали анча-мунча клинадиган ишлар бор экан. Давр, бугунги кунимиз захматкаш телерадиожурналистларимиздан янада унумли ва баракали ишлашни талаб этаётти. Бу кун тартибида турган муҳим масалалардан бири ҳисобланади, албатта.

Яна бир муҳим жиҳат - бугунги журналистикамизнинг ихтисослашуви катта эҳтиёжга айланаётгани ва у жуда долзарб масала экани кўпчиликка маълум. Ана шу муҳим жабҳани ҳисобга олган ҳолда Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори билан 2005-2006 ўқув йилидан бошлаб Ўзбекистон Миллий университети ҳузурида икки йиллик махсус Олий журналистика курслари очилди. Курсда машғулотлар журналистика бўйича махсус дастурлар асосида олиб борилаяпти. Бу курсдан яқин келажакда журналистикамизнинг турли соҳалари бўйича ихтисослашуви борасида яхши натижалар кутилаяпти.

Мамлакатни демократик янгилаш ва модернизациялаш, очик фуқаролик жамиятини барпо этиш, одамлар онгида демократик кадриятларни шакллантиришда мустақил оммавий ахборот воситаларини, энг аввало, алоҳида аҳамиятга эга бўлган телекўрсатув ва радиоэшиттириш фаолиятини ривожлантириш Ўзбекистонда амалга оширилаётган ижтимоий-сиёсий ва социал-

¹ Қаримов И.А. *Бизнинг бон мақсадимиз - жамиятни демократлаштириш ва янгилани. мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир.* - Т.: Ўзбекистон, 2005. 52-бет.

иктисодий ислохотларнинг муҳим йўналишини ҳисобга олган ҳолда, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислоҳ Каримов "Мустақил телерадиоканалларни ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Фармон қабул қилди (08.11.2005 й. ПФ-3678-сонли). Ана шу Фармондан сўнг Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясида туб ислохотлар амалга ошириляпти.

Мустақил телерадиоканалларини янада ривожлантириш ва ислоҳ қилиш, ижтимоий-сиёсий ва социал иктисодий ислохотларни янада чуқурлаштириш, аҳоли ҳамда жамиятнинг ҳар томонлама ва ҳолис ахборотга бўлган талаб ва эҳтиёжларини қондиришда мамлакатимизнинг электрон оммавий ахборот воситалари ролини ошириш мақсадида Ўзбекистон Телерадиокомпанияси Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси (Ўзбекистон МТРК) этиб қайта ташкил этилди. Унинг таркибиде эса "O'zbekiston" телерадиоканали давлат унитар корхонаси, "Sport", телерадиоканали давлат унитар корхонаси, "Toshkent", телерадиоканали давлат унитар корхонаси ва "Yoshlar" телерадиоканали ёпиқ акциядорлик жамияти ташкил этилди.

Айни вақтларда Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси бир кеча-кундузда 4 та дастури орқали 88 соат радиоэшиттиришлар ва 65 соат телекўрсатувлар олиб бораляпти.

Фармонда Ўзбекистон телерадиокомпаниясини қайта ташкил этиш жараёнида телекўрсатув ва радиоэшиттириш тизимининг узлуксиз ва сифатли фаолият кўрсатишини таъминлаш алоҳида таъкидлаб ўтилди. Фармонда кўзда тутилган вазифалар босқичма-босқич амалга ошириляпти.

Жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишда телекўрсатув ва радиоэшиттиришларнинг ўрни, уларнинг тезкор, таъсирчан ва сермазмулигини таъминлаш муаммоларига бағишлаб, Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети журналистика факультетининг "Телекўрсатув ва радиоэшиттириш" кафедраси 2006 йилнинг ноябрь ойида илмий-амалий конференция ўтказди. Конференция республика Журналистлари ижодий уюшмаси, Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси ва Ўзбекистон Миллий университети ҳамкорлигида ташкил этилди. Конференцияга Ўзбекистон Миллий университети журналистика факультетининг профессор-ўқитувчилари, Ўзбекистон Давлат

Жаҳон тиллари университети халқаро журналистика факультетининг профессор-ўқитувчилари, Қорақалпоғистон Давлат университети журналистика бўлимининг ёш тадқиқотчилари, республикамизнинг етакчи оммавий ахборот воситалари раҳбар ва ходимлари, соҳа бўйича тажрибали мутахассислар қатнашди. Муҳим бир жиҳат - тадбирда назарий олим, мутахассислар билан амалиётчи журналистларнинг ўзаро баҳс-мунозаралари жуда қизиқарли бўлди.

Конференция қатнашчилари мазмунли ва муаммога бой маърузалари билан чиқишлар қилдилар. Булар мазкур илмий тўпламимизда ўз аксини топган. Яна бир муҳим томони, конференцияда журналистика бўйича изланишлар олиб бораётган ёш тадқиқотчиларнинг телевидение, радио ва кинонинг долзарб муаммоларига бағишланган замонавий илмий маърузаларига ҳам катта эътибор берилди.

Конференцияда радио, телевидение ва кино шўъбаларига бўлиниб қилинган маърузалар, уларда қатнашчилар томонидан айтилган фикрлардан келиб чиқиб, тегишли хулосаларга келинди.

Конференцияда қутилган мақсадга эришилди десак, ўринли бўлади. Бу муҳим, долзарб муаммоларга бағишланган чиқишлар, ўзаро баҳс-мунозаралар, айтилган таклиф, мулоҳазалар пировардида телекўрсатув ва радиоэшиттиришларнинг келажак истиқболдаги вазифалари белгилаб олинди.

Ўтказилган конференцияда тадқиқотчи, олим, соҳа мутахассислари томонидан билдирилган фикрлар, муҳим таклиф ва мулоҳазалар республикамизда телевидение, радио ва кино соҳасининг янада ривожига салмоқли ҳисса бўлиб қўшилади, деган умиддамиз.

Шерзод ҒУЛОМОВ
(Ўзбекистон Журналистлари Ижодий
Уюшмаси бошқаруви раиси,
Ўзбекистонда хизмат кўрсатган маданият ходими)

МИЛЛИЙ ЖУРНАЛИСТИКАМИЗ ТАРАҚҚИЁТ
ЙЎЛИДА

Ўзбек журналистикаси ҳам мустақиллик йилларида бошқа соҳалар каби ислоҳ қилинди ва янги босқичга кўтарилди. Жамиятимизда амалга оширилаётган янгиланишлар ва демократик жараёнларни оммага тезкорлик билан ҳолисона етказиш учун оммавий ахборот воситалари (ОАВ) ни эркинлаштириш зарур эди, чунки бу замон талаби эди. Ўтган қисқа вақт ичида бу йўналишда давлатимиз томонидан талайгина эътиборга лойиқ ишлар қилинди.

- Ўзбекистон Электрон оммавий ахборот воситалари миллий ассоциацияси (ЎЭОАВМА-2003 йил декабрь), Ўзбекистон Журналистлари ижодий уюшмаси (ЎЗЖИУ-2004 йил март), Ўзбекистон Мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди (Ўзбекистон Мустақил матбуот фонди-2005 йил ноябрь) каби ташкилотлар ва қўплаб газета ва журналлар ташкил этилди. Бугунги кунда республикаимизда жами 1 мингта яқин ОАВ, шу жумладан:

- 663 та газета,
- 195 та журнал,
- 19 та бюллетень,
- 53 та телеканал (шундан 29 таси нодавлат телеканал),
- 79 та кабель студияси,
- 50 дан ортиқ нашриёт фаолият кўрсатмоқда.

ОАВни эркинлаштиришнинг ҳуқуқий асоси яратилди. "Оммавий ахборот воситалари тўғрисида", "Журналистик фаолиятни ҳимоя қилиш тўғрисида", "Ахборот эркинликлари принциплари ва кафолатлари тўғрисида" каби Ўзбекистон

Республикаси қонунлари ва бир қатор меъёрий ҳужжатлар қабул қилинди.

Келтирилган фактлар Ўзбекистон ОАВ ҳаётида ҳам сезиларли янгиланишлар бўлаётганини, улар сўздагина эмас, амалда тўртинчи ҳокимият даражасига кўтарилганини кўрсатиб турибди. Таъкидлаш жоизки, бу йўналишдаги ишлар бутун ҳам давом этмоқда ва ЎзЖИУ уларда фаол иштирок этмоқда.

Маълумки, ОАВ ичида телевидение ва радио алоҳида ўрин тутади. Шунга кўра, жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, демократик принципларга асосланган фуқаролик жамиятини қуриш ҳамда мамлакатни модернизациялаш жараёни жадал бораётган ҳозирги даврда телерадио материалларига эҳтиёж кучаймоқда. Даврнинг ушбу талабидан келиб чиққан ҳолда 2006 йил бошида Ўзбекистон Телерадиокомпаниясида катта ислохотлар амалга оширилди: у Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясига айлантирилиб, унинг базасида тўртта мустақил телерадиоканал ташкил этилди. Ўтган бир ярим йил телерадио тизимидаги бу ўзгаришлар самарали натижа беради, дейишга асос бўлади.

ЎзЭОАВМА ташкил этилиши ва унинг қошида 80 дан ортиқ ҳудудий телерадиостанцияларнинг очилишини республикамиздаги демократик жараёнларнинг муҳим кўринишларидан бири сифатида баҳолаш мумкин. Фаолият бошлаганига эндигина тўрт йил бўлаётганига қарамай ассоциация ва унинг тизимлари бир қатор ижобий натижаларга эришди. Биргина 2007 йилда 20 га яқин лойиҳа амалга оширилди. "Ҳудудий нодавлат телестудиялар эфирини миллий қадриятлар ва давлат тамойилларига асосланган жамиятнинг сиёсий, маънавий-ахлоқий юксалишига ҳисса қўшадиган телемаҳсулотлар билан таъминлаш", "Эркин фикр" телестудияси томонидан тайёрланадиган кўрсатувларнинг бадий ва техник савиясини ошириш", "Бунёдкор" ёшлар телеклубида ёш журналистларни тайёрлаш ва ҳудудий нодавлат телестанциялар билан уларнинг ҳамкорлигини йўлга қўйиш", "Ўзбекистон Республикасида фуқаролик жамиятини қуриш ва демократлаштиришда нодавлат радиостанцияларнинг ролини янада ошириш", "Республикада амалга оширилаётган ислохотларни ҳолис, тезкор ва сифатли маҳсулотлар орқали

аҳолига етказишда нодавлат телестанцияларнинг ахборот тизимлари ишига кўмаклашиш" каби лойиҳалар шулар жумласидандир.

Ўзбекистон Журналистлари ижодий уюшмаси ўз низомида белгиланган вазифаларда ҳамда ОАВни ривожлантириш республикадаги "демократик янгиланишлар жараёнини чуқурлаштириш ва фуқароларнинг эркинликларини таъминлашнинг" муҳим шarti эканлигидан келиб чиқиб, демократик андозаларни мамлакатимиз ОАВ фаолиятига қўллаш бўйича аниқ тадбирларни ишлаб чиқди ва уларни изчиллик билан амалга ошириб келмоқда. "ОАВни эркинлаштириш - жамиятни демократлаштиришнинг муҳим омили", "Ижтимоий ҳаётни ёритишда ОАВ фаоллигини янада ошириш", "Жамиятни янгилаш шароитида ОАВнинг роли", "ОАВнинг жаҳон ва минтақа миқёсидаги янгилликларни тезкорлик билан ёритишдаги устувор вазифалари", "Фуқаролик жамиятини шакллантириш ва аҳолининг сиёсий, ҳуқуқий маданиятини оширишда ОАВнинг ўрни" каби мавзуларда ўтказилган конференция ва семинарлар, журналистларнинг билим ва касбий маҳоратини оширишга қаратилган анжуман ва давра суҳбатлари, ОАВ ходимларининг ижтимоий ҳаётдаги фаоллигини ошириш мақсадида ташкил этиб келинаётган "Атиргул", "Йилнинг энг фаол журналисти", "Энг улуғ ва энг азиз" анъанавий танловлари фикримизнинг ёрқин далилидир.

ЎзЖИУ 2005 йилда Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро маркази билан биргаликда яна бир хайрли ишга қўл урди: «Жаҳон матбуоти эркинлиги куни» - 3 май муносабати билан халқаро ва миллий журналистиканинг энг юксак ютуқларини кенг оммалаштириш, ОАВ ходимлари фуқаролик позицияларини намоён этишлари учун шароит яратиш ҳамда журналистларда танкидий фикрлашни ва ижтимоий фаолиятга янгича ёндашувларни шакллантириш мақсадида журналистика соҳасида "Олтин қалам" Миллий мукофотни таъсис этиш, ушбу мукофот учун танлов ўтказиш ташаббуси билан чиқди. ОАВ ходимлари ва жамоатчилик уни кенг қўллаб-қувватлади ва 2006 йилда биринчи, 2007 йилда иккинчи Миллий мукофот учун халқаро танловлар

ўтказилди. Бу танловлар журналистлар учун маҳорат мактаби вазифасини ўтайти, дейиш мумкин.

Булардан ташқари мустақил матбуот фонди ташаббуси билан журналистлар малакасини ошириш, уларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш мақсадида вилоятлардаги марказий газеталар қошида "Журналистлар маҳоратини ошириш марказлари" ва бир қатор тахририятларда "мастер класс" мактаблари ташкил этилди.

Яна бир нарсани таъкидлаш жонзки, бугунги кун журналистикаси олдида турган муҳим вазифалардан бири, бу журналистларнинг ихтисослашуви масаласидир. Зеро, журналист ёритмоқчи бўлган соҳасининг ўзига хос хусусиятларини чуқур билиши керак. Шундагина у кўтарилаётган масаланинг негизига етиб боришга қодир бўлади ва ўқувчиларни ўзига ром эта олади. Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университетининг журналистика факультети қошида икки йиллик Олий журналистика курсларининг ташкил этилиши бу йўналишдаги дастлабки қадам бўлди. Бу курсга журналистикага иқтидори бўлган ва ОАВ да материаллари билан қатнашиб келаётган бошқа соҳа мутахассислари қабул қилинадилар ва келажакда улар иқтидорли қалам соҳиблари бўлиб етишадилар, деб ишонаман.

Қудрат ИРНАЗАРОВ

*(доктор исторических наук,
декан факультета журналистики НУУз)*

Мирботир ҲУСАНОВ

*(кандидат исторических наук,
доцент НУУз)*

Диана ИБАТУЛИНА

(НУУз, преподаватель)

К ВОПРОСУ ИНФОРМАЦИОННО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В наше время активизировалась деятельность практически всех государств по созданию условий для динамичного развития информационной сферы и обеспечения её функционирования в

условиях существования различного характера угроз. XXI век случайно называется веком информационных технологий. В этом контексте следует рассматривать Окинавскую хартию глобального информационного общества, подписанную 22 июня 2000 года руководителями 8 развитых стран мира. Эта хартия свидетельствует о том, что информационно-коммуникационные технологии выступают важным фактором формирования мирового сообщества нового столетия. Научно-технический прогресс создал колоссальные возможности для удовлетворения материальных потребностей человека и общества. Новые высокие технологии позволяют обеспечить жизнь членам общества практически любой продукцией, создают условия для быстрого развития промышленности, сферы услуг. Невиданно ранее размах и масштаб достигла и сфера создания и распространения информации.

Появление вычислительной техники, информационных коммуникационных систем, системы Интернет, способны обеспечить передачу сообщений между людьми, а также другие информационные технологии резко повысили роль информации жизнедеятельности человека и общества. Сегодня гармония может развиваться только то общество, в котором существует баланс между научно-техническим и социально-политическим развитием. Именно поэтому любое общество стремится полностью удовлетворять свои запросы и потребности в социально-экономической, политической и т.д. информации. Как было сказано выше, сегодня уровень и научно-технического, промышленного, и социального развития определяют объемами накопленной и циркулирующей в этих сферах информацией, скоростью ее обращения и освоения.

Информация в глобализирующем мире играет большую роль в международных и межгосударственных отношениях. То есть она может выступать как позитивная, так и деструктивная сила жизни мирового сообщества. В этом контексте в более выгодном положении оказываются страны, имеющие больше возможностей в технико-технологической сфере. Благодаря преимуществу, которым они обладают, эти страны могут продвигать и продвигают свои ценности, взгляды, идеи

концепции, отвечающие их собственным интересам. Именно поэтому во многих государствах возникает движение антиглобалистов, которые выступают против создания единого мирового унифицированного информационного пространства. Причем следует отметить, что и движение антиглобалистов тоже приобретает характер глобального движения. Особенность нашей эпохи заключается в том, что любое локальное событие или явление, благодаря современным информационным технологиям, приобретает характер глобального явления. Например, события 11 сентября 2000 года в Нью-Йорке, последние военные события в Ливане, молодежные волнения во Франции, выборы в той или иной стране, авиакатастрофы, природные катаклизмы, террористические акты и многое другое.

Вся эта информация, циркулирующая в мировом масштабе, не может не затрагивать интересов тех или иных государств. И не только потому, что она сообщает о социальных, политических и т.д. процессах в отдельно взятых странах, где эта информация распространяется, но и потому, что аудитория других стран, о которых в данной информации ничего не говорится, соотносит ее с действительностью своих государств. По этой причине периодически могут возникать трения между государствами, правительствами. Разобраться в том, кто в том или ином случае прав или не прав, порой бывает весьма непросто.

Все это лишний раз подчеркивает значимость проблем, связанных с глобализацией информационных процессов. Одной из этих проблем является неравенство возможностей в сфере производства и распространения информации. И это объективное обстоятельство, которое нужно принимать как данность. Другое дело, когда развитые в этом отношении страны используют свое преимущество в своих личных интересах. Тогда и возникает напряженность в отношениях, которая порой перерастает в информационные войны, или, как их еще называют, в психологические войны.

Обеспечение информационно-психологической безопасности в открытых информационных системах - настоящее требование наших дней. И каждое государство над этим задумывается. Это связано с новым мировым геополитическим раскладом,

появлением новых региональных конфликтных точек, активацией террористических движений, усилением противостояния на почве национализма, шовинизма, религиозного экстремизма нарастанием угрозы экологической катастрофы, распространением различного рода эпидемиологических заболеваний, так как СПИД, птичий грипп и другие.

Все вышесказанное подчеркивает важность этих проблем для Республики Узбекистан. Актуальность этого объясняется тем, что нашему государству необходимо укреплять национальный суверенитет, обеспечить динамичное развитие экономики и рыночных преобразований, осуществить социальные реформы. Не меньшее значение имеет здесь реализация Национальной программы подготовки кадров, возрождение национальных традиций, воспитание толерантности. Известно, что только образованные люди, обладающие самостоятельным видением, в состоянии выработать устойчивый психологический иммунитет против угроз различного толка. Это с одной стороны. А с другой - именно такие личности могут создавать соответствующую ауру и являться носителями национальных идей.

Актуальность данной проблемы объясняется тем, что в условиях функционирования высокотехнологичных средств коммуникации, способных оперативно производить и распространять различного рода информационную продукцию и охватывать широчайшую аудиторию, возникла уникальная возможность осуществлять управление поведением и действиями отдельных людей, обществ, государств, мирового сообщества посредством даже единственного канала информации. Вспомним хотя бы сообщения о приближающихся ураганах, астероидах, способных столкнуться с нашей планетой и уничтожить ее и другие. Но такого рода события происходят не часто, чтобы можно было их использовать в своих интересах. Иное дело, когда речь идет о национальных интересах одной страны или группы стран. В данном случае заинтересованная сторона стремится для получения необходимого результата проводить информационные кампании как внутри своей страны, так и на международной арене. Сегодня для достижения экономических, политических и

других целей недостаточно только одного военного превосходства или силы. Необходимо и проведение информационно-психологического давления на оппонентов. Так было и во время первой военной акции против Ирака, так и во время второй. Такое же давление оказывалось и на Сербию, на Афганистан. Такого рода события происходили и во время "цветных революций" в некоторых государствах на постсоветском пространстве.

К сожалению, в современном мире это становится одной из форм межгосударственных отношений. Поэтому, чтобы свести к минимуму психологическое давление, которому могут подвергнуться развивающиеся государства, в том числе и Республика Узбекистан, необходимо изучить формы, методы и приемы, которые используются сегодня с целью оказать влияние на то или иное общество. Нужно, чтобы аудитория научилась четко определять, чьи интересы преследует та или иная информация, какой цели она отвечает.

Информационно-психологическая безопасность в открытых информационных системах это - осмысление актуальных проблем информационно-психологической безопасности в открытых информационных системах с целью выработки у аудитории психологического иммунитета и осознанного, взвешенного подхода к оценке информации, циркулирующей в открытых информационных системах.

Вот почему необходимо осмыслить такие темы, как информация, ее формы и свойства; обеспечение информационной безопасности; информация и прогресс общества; глобализация в сфере информации; особенности открытых информационных систем; источники обеспечения и виды информационно-психологической безопасности личности, общества и государства; значение и принципа обеспечения национальной безопасности в информационной сфере; средства массовой информации и информационное противоборство; задачи, основные направления и методы обеспечения информационно-психологической безопасности; самозащита личности в открытых информационных системах; общественное мнение и информационно-психологическая безопасность

общества; средства массовой информации Узбекистана и психологическая безопасность общества.

Все это необходимо для того, чтобы обеспечить соответствующие условия при проведении информационной политики, направленной на стабильное развитие общества и личности. Все, кто занят в сфере производства и распространения информации, призваны ответственно относиться не только тогда, когда речь идет об отражении внутренних событий, явлений, общественных процессов, но и при подходе и рассмотрении международных проблем. Это с одной стороны. Но с другой - важно не просто отслеживать всю информацию, важно стремиться отслеживать информацию, которая поступает на информационное поле Узбекистана. Ибо она далеко не однозначна по своему характеру и содержанию, и не далеко всегда имеет познавательный характер. А бывает так, что некоторые наши оппоненты сознательно интерпретируют ее в своих корыстных целях. Интересы эти порой связаны с прямой фальсификацией тех реформ, которые проводятся в молодом, независимом государстве. Поэтому в открытых информационных системах - ТВ, РВ, газетах, журналах, Интернете, информационных агентствах, документальном, художественном кино, книгах, видеопродукции и т.д., следует учитывать выше обозначенные факторы, и, исходя из этого, выстраивать тактику и стратегию своих действий, защищая интересы своей страны, ее национальные ценности.

Фарход РЎЗИЕВ

*(ЎЗМУ, "Телекўрсатув ва радиозиштитириш"
кафедраси мудири, иқтисод фанлари номзоди, доцент)*

ТЕЛЕВИДЕНИЕДА ИҚТИСОДИЙ МАВЗУДАГИ КЎРСАТУВЛАРНИНГ ЎРНИ

(“Ўзбекистон” телерадиоканали кўрсатувлари мисолида)

Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси теледастурлари орқали намойиш этилаётган кўрсатувларнинг ахамиятли жиҳати

шундаки, уларда ҳар бир соҳа, йўналиш бўйича кўрсатувлар ўз аксини топган.

Теледастурлардан бошқа қатор соҳалар қаторида иқтисодий мавзуга оид кўрсатувлар ҳам ўрин олган-ки, улар томошабинларга республикаимиз тараққиётининг асоси бўлган иқтисодиёт, унинг ривожланиш тамойиллари, муаммолари ҳақида атрофлича маълумотлар етказиб бериб турибди.

Тадқиқотимиз объекти бўлган "Ўзбекистон" телерадиоканали орқали иқтисодий мавзуга оид берилаётган кўрсатувларни таҳлил қиладиган бўлсак, аввало, бу телеканал орқали ҳар кунги намоёиш этилаётган "Ахборот" информацион дастури аҳолига юртимизда турли соҳаларда босқичма-босқич амалга оширилаётган ислохотларнинг моҳиятини етказиб беришда катта ўрин тутмоқда.

Ҳафтанинг якшанба ва душанба /такрор/ кунлари эфирга чиқадиغان "Таҳлилнома" кўрсатуви ўзида ҳафта давомида республикаимиз ва хорижда рўй берган воқеалар тафсилотини қисқа, лўнда ва тушунарли тарзда мужассам этган ўзига хос кўрсатув ҳисобланади. 45 дақиқа давом этадиган бу кўрсатувда бошқа қатор соҳалар каби иқтисодиётимизнинг муҳим жиҳатлари ҳам мутахассислар томонидан кенг шарҳлаб берилади.

Энди иқтисодиётга оид бошқа кўрсатувлар ҳақида ҳам тўхталиб ўтамиз. "Молия ва банк хабари" кўрсатуви ҳафтанинг куйидаги кунлари эфирга чиқади:

Душанба - 19.15. - 19.20.

Сешанба - 10. 50. - 19. 20.

Чоршанба - 19.15. - 19. 20.

Пайшанба - 10. 50. - 10. 55.

Кўпчилик учун муҳим бўлган молия ва банкка оид мавзу бир ҳафтада жами 20 дақиқа ўз аксини топяпти.

"Эркин иқтисодиёт" кўрсатуви ҳафтанинг сешанба кунлари 17. 35 дан 17. 55 га қадар /20 дақиқа давомида/ эфирга чиқади.

"Бизнес ҳафталиги" кўрсатуви жума кунлари 5 дақиқа давомида /19. 15 дан 19.20 гача/ эфирга узатилади.

Айтиш мумкинки, "Ўзбекистон" телеканалдаги иқтисодий кўрсатувларга вақт - нисбатан камроқ ажратилган.

Кўрсатувларнинг вақтини кўпайтириб, янги кўрсатувларни очиш мақсадга мувофиқ бўлур эди.

Шуниси диққатга молик-ки, "Ўзбекистон" телеканали орқали берилаётган иқтисодий кўрсатувлар тармоқларга ихтисослаштирилган. Масалан, "Молия ва банк хабарлари" кўрсатувида банк соҳасидаги янгиликлар ҳақида батафсил маълумотлар берилади. Бу кўрсатув Ўзбекистондаги банк ходимлари, тадбиркор ва ишбилармон шахслар аудиториясига маъқул бўлиб, кўрсатув орқали кредит ва унинг фоизлари, банкда пул айланиши эмиссияси тўғрисида мунтазам равишда маълумотлар бериб борилади. Шунингдек, иқтисодиётга оид бошқа кўрсатувлар ҳам ўз навбатида соҳаларга бўлинади. Айниқса, фермерлик ҳаракатига катта эътибор берилаётганлиги сабабли, мазкур мавзуга кўпроқ вақт ажратилаяпти. Кўрсатувларга мутахассислар жалб этилиб, улар фермерларни қизиқтирган саволларга жавоб бериб, баъзи муаммоларнинг ечимига ёрдам беришяпти.

Кўрсатувлар одатда интервью асосида, яъни студияга мутахассис жалб этилиб, кўрсатув савол-жавоб тарзида олиб борилаяпти.

Шуларни таъкидлаб ўтишни истар эдик-ки, журналистларимизнинг муаммони ёритишда соҳага чуқур кириб бора олмаётгани айниқса, суҳбатда, савол бериш жараёнида билиниб қоляпти.

Одатда интервью олувчи:

- аниқлик ва қисқалик;
- бир хил жавобга йўл қўймаслик;
- шошилтирмаслик;
- паузани қадрлаш;
- суҳбатдошни қадрлаш;
- саволларни қизиқарли тарзда бериш каби хусусиятларга эга бўлиши лозим. Аксинча, интервью зерикарли чиқиб қолади.

Таклиф сифатида шуни айтишни истар эдик-ки, "Ўзбекистон" телеканалда иқтисодий мавзудаги кўрсатувларни олиб боришда модераторлик қобилиятини ошириш чоратадбирларини қўллаш лозим бўлади. Шундагина иқтисодий кўрсатувлар янада жонлироқ, қизиқарлироқ чиқар ва ўзига

кўпчиликини жалб қилган бўлур эди. Буларни амалга ошириш борасида ҳаракат бўляпти, албатта.

Баъзи кўрсатувларда эса масалага чуқурроқ кириб борилиб, муаммонинг ечимини топишга уринишлар бўляпти.

Иқтисодий мавзудаги кўрсатувлар янада яхши, телетомошабинларга манзур бўлиши учун унинг янги кирраларини излаб топиш, кўрсатувларни тайёрлаш ва олиб боришда кўпроқ соҳа мутахассисларини жалб этиш керак бўлади.

Ҳамидулла АКБАРОВ

(ЎЗМУ, филология фанлари доктори, профессор)

КИНОПУБЛИЦИСТИКА

(Бир йилнинг уч фильми)

Жамият ҳаётида янги давр бошланганида публицистика, жумладан кино ва телепублицистиканинг ҳам ижтимоий-сиёсий, ҳам эстетик, ҳам тарбиявий аҳамияти айниқса катта бўлиб келган. Қизил империя истибдодидан қутулиб, янги ҳаёт сари қадам кўйган Шарқий Европа мамлакатларида публицистика, эссе, қисқа роман ҳам адиблар, санъаткорлар ижодида марказий ўрин тутаётгани, китобхон, томошабин ҳам худди шундай асарларни зўр кизиқиш билан кутиб олаётгани бежиз эмас. Публицистика долзарб масалалар юзасидан, узок ёки яқин ўтмиш муаммолари хусусида ўз вақтида эхтиросли, образли, таъсирчан сўз айтиши мумкин. Бинобарин, жамоатчилик эътиборини содир бўлаётган (ёки содир бўлиши мумкин бўлган) воқеаларга қаратиши кечаги кун сабоқларини ўрганиш, хатоларни қайтармасликка даъват этади. Бу ёзилган ёки аудивизуал маданият туфайли миллионларга айтилган сўз, кўрсатилган тасвирнинг олий хизмати шундаки, улар бадий ижод аҳли мавзу, қаҳрамон танлашида ҳамда уларни гўзал эстетик шаклда намоён этиш йўллари кўрсатиб ҳам беради. Бунга ишонч ҳосил қилиш учун адабиётда Абдулла Қодирий, Асқад Мухтор, Раҳмат Файзий, кинода Сулаймон Хўжаев ва Шухрат Аббосов, телевиденида Жаҳонгир Қосимов ёки Дилором Каримова ижодига мурожаат этиш кифоя.

Эндиликда Ахборот оқимининг кенглигини, ортиб бораётган куч-қудратини кўриб, ҳайратланамиз. Бадий тадқиқ қилиб объектини таъминлашимиз жараёнида публицистиканинг тажрибасидан, унинг муайян кўринишларидан сабоқ олиш ҳақид фикр юритамиз. Бу ўринда ҳужжатли фильмлар студиясида ижод этилган беш бобли "Ислом Каримов: Ўзбекистон XXI аср бўсағасида" деб аталган киносериалга томошабинларнинг кенг оммасинигина эмас, балки ижод аҳли, тарихшунослар, маърифий хизматдагилар ҳам қайта-қайта мурожаат этиши ҳеч шубҳа уйқотмайди. Зеро, унда кўтарилган масалалар долзарблигини заррача ҳам йўқотгани йўқ. Унда башорат қилиб айтилган сўзлар ҳаётда, кураш жараёнида ўз тасдиғини топаётганини бугун қайд этамиз-да, кинопублицистлар юртбошимизнинг машҳур асарига мурожаат этиб, унинг экрандаги янги эстетик кўринишини барпо этганларидан мамнун бўламиз. Фильм китоб ўрнини боса олмайди, албатта. Лекин у китобхон миқдорини ошириб юборди. Китобнинг тиражини-миқдорини кўпайтирмаган ҳолда, мазкур фалсафий-публицистик асарни мутолаа қилувчиларнинг сони кескин равишда ортиб боришини таъминламоқда. Кучончаклик билан ёзилган сўзлар ўзининг публицистик ифодасини топган киёсий таъриф, ўхшатишлар, тарих саҳифаларига мурожаат этиш ва баҳолаш, алломалар таърифи берилиши-булар сериалда мужассам. Китобдаги ҳис-ҳаяжон, фикр терапийаси, унинг қамрови кенглиги тўла-тўқис экранга кўчмаган ёки ўзининг янги-тенг қийматли ифодасини топмаганини қайд этган ҳолда, кинопублицистлар В.Исҳоқов ва Ш.Қурбонбоев ёзилган матнга меҳр қўйиб, уни авайлаб, асраб, тасвир, овоз, монтаж ила бойитиб томошабинга тақдим этиш ниятида бўлганини тилга оламиз. Айниқса муаллиф фалсафасига мос келган нафис шакл ва бўёқлар, рамзий ифодалар, бадий умулашмаларни кўриб, завқ олиб китобга қайта мурожаат этгимиз келди. Бундай эҳтиёж бошқаларда ҳам пайдо бўлган экан, демак сериал ўзининг олий мақсадини бажарган, деб қувончли хулосамизни муштарийга ҳам бажонидил етказамиз.

Ижоднинг бу соҳасини сидқидиллик билан кузатиб бориб, бу жараёнда баҳоли қудрат иштирок этиб, шунга амин бўламизки, қалами ўткир киномуаллифлари, бадий хазинаси бой

режиссёрлар, объективи зийрак камера эгалари – операторлар, шунингдек, композиторлар замон илгари сураётган анча мураккаб вазифаларни бажаришда кечаги қолиплар, андозалар, қотиб қолган догмани эслатадиган публицист имкониятларини чеклаб қўядиган "услуглар"дан воз кечиб, янги, гўзал композициялар, фалсафий фикрнинг бадий ифодасини таъминлайдиган мажозий ифодалар изламоқдалар. Айрим ўринларда бундай изланиш бадий кашфиётларга олиб келаётгани қувонтирмоқда ҳамда бундай жўшқин ижодий жараёни оммавий ахборот воситаларида муттасил ёритиб боришга ундамоқда. Чунончи, С.Алибековнинг "Эхограмма" тасмаси образли публицистика даражасига кўтарилгани интеллектуал озиққа интилаётганларнинг эҳтиёжини қўп жиҳатдан қондириш кинематографик ҳаётимизда воқеа бўлди. Бундай мураккаб тўқима кинотелепублицистиканинг шакллари, имкониятлари, истикболи ҳақида, шунингдек, саховат ва адоват ақл - заковат ва жаҳолат, нозик табиат ҳамда нафс балоси ҳақида мулоҳаза қилишга ундайди. Айни бир вақтда завқ беради, бадий тафаккуримизни бойитади. У гўзаллик ва фожеа, зулм ва мурувват каби бир-бирига зид тушунчалар ҳақида кинематографик категориялар билан фикрлаган, уларни экраннинг мураккаб кўринишлари ила томошабинга етказмоқчи бўлган муаллиф, режиссёрнинг ижодий маҳсули сифатида қабул қилинади. Унда ҳозирги хусусий студияларнинг "асарлари"га хос бўлган масҳарабозлик, примитивлик, юзакилик, жўн бадий ечимни учратмайсиз. Аксинча, бадий ижод ҳамда аниқ фанлар, мутлақ ҳақиқат ва унинг ҳаётдаги, санъатдаги кўринишларини идрок этиш, кадрларнинг "мағзини чақиш" учун бир оз тайёргарлик кўриш заруратини ҳам сезиб қоласиз. Модернизмнинг назарий асослари билан таниш бўлган шахс бу асарнинг гуманистик концепциясига тушуниб етади. Бу йўналиш айни бир вақтда социал реализм нормативлари келтирган зиённи англаш, эркин ижод этиш даврининг қадрига етиш учун ҳам хизмат қилади. Хусусан, кечаги тажриба (жумладан бадий тажриба) инкор этилиши ҳамда янги мазмун учун янги бадий шакл янги эстетик имкониятлар, эстетик воситалар эшлашни талаб этадиган модернизм ўз ривожига янги босқичга кўтарилиш

арафасидаги миллий кинематографик-телевизион маданиятларга хизмат қилиши мумкин.

*Анвар КАРИМОЎ
(ЎЗМУ, тарих фанлари номзоди, доцент)*

ЎЗБЕКИСТОН ТЕЛЕВИДЕНИЕСИ МУСТАҚИЛЛИК – ЙИЛЛАРИДА

Истиқлолдан сўнг Ўзбекистон телекўрсатувларининг мазмун мундарижаси бутунлай ўзгарди. Телевидение мамлакатнинг ижтимоий-сиёсий ҳаётида муҳим омилга айланди. Мохият-эътибори билан у истиқлол мафқурасини яратишга, иқтисодий, ижтимоий, сиёсий ислоҳотларни амалга оширишга хизмат қилмоқда.

Ойнан жаҳон ўз кўрсатувлари билан мамлакатимизнинг ҳар бир хонадонига кириб борадиган ва етти ёшдан етмиш ёшгача фуқароларига таъсир ўтказувчи қудратли электрон ахборот воситасидир.

Мустақиллик даврида у муҳим тараккиёт босқичини босиб ўтди. 1990 йилга қадар Ўзбекистон телевидениеси эфирга икки дастурда кўрсатувлар узатар эди. Ўша икки дастур ҳажмини соатларга кўчирсак, бугунги битта дастур соатига тўғри келади. Ўша пайтда эфир соати 11,1 соатни ташкил этган бўлса, бугунги кунга келиб бу рақам 55,5 соатни ташкил этмоқда. Бу кўрсатувлар ҳажми беш баробарга ошди, дегани. Экранда 30-40 дақиқалик, баъзан бир соат ва ундан ҳам ортиқроқ кетадиган кўрсатувлар ихчамлаштирилиб, 15-20 ёки 25 дақиқалик кўрсатувлар ҳолига олиб келинди. Натижада уларнинг сони ҳам икки баробарга кўнайдди. Илгари "Ахборот" кўрсатуви биргина информацион тахририят маҳсулоти сифатида эфирга узатилар эди. "Ахборот" кўрсатуви ҳозир ҳам мавжуд, бироқ ҳар бир каналнинг ўз ахборот-информацион гуруҳлари бор. Оқибатда "Ахборот" нинг издошлари, рақобатчилари сифатида "Давр", "Мунаввар тонг", "Пойтахт", "Бугун оламда" сингари информацион кўрсатувлар дунё юзини кўрди. Бу давлат тасарруфидан чиқиб, "тўртинчи ҳокимият" мақомини олиш йўлида изланаётган телевидениенинг шахдам қадамларидир.

Телевидение ижодкорлари минг йиллик қадриятларимиз, урф-одатларимиз, маданиятимиз, бой тарихимиз, юксак маънавиятимиз, буюк аجدодларимиз ҳақида тўлиб-тошиб кўрсатувлар тайёрламоқдалар. Ўзбекистон телевидениеси қисқа давр ичида аграр телевидениедан "маънавий телевидение" даражасига кўтарилди. Илгари қишлоқ хўжалиги устувор мавзулардан бири бўлса, ҳозир тарихнинг ўқилмаган саҳифалари, бозор иқтисодиёти, ўтиш даври, мулкчилик шакллари, тадбиркорлик, спорт, халқаро масалалар, Ўзбекистоннинг халқаро алоқалари етакчи мавзуларга айланди.

Ўзбекистон телевидениеси "Ўзбекистон", "Ёшлар", "Тошкент", "Спорт" сингари тўрт дастурда ишлаб турибди. Ахборотларнинг мафқурадан мутлақо холи бўлишини назарда тутган ҳолда аҳоли ҳамда жамиятнинг ҳолисона, ҳаққоний ва хилма-хил ахборотларга бўлган эҳтиёжларини қондириш телевидениенинг асосий вазифалари ва фаолиятининг биридир.

Мамлакат аҳолиси, шунингдек, чет эл жамоатчилигини Ўзбекистоннинг сиёсий, иқтисодий, ижтимоий-маданий ҳаётида содир бўлаётган ўзгаришлар тўғрисида кенг хабардор қилиш мақсадида ахборот тарқатишнинг "Янгиликлар", "Ҳафтанома", "Таҳлилнома" сингари янги шакллари вужудга келди. Уларда мамлакат ҳаётида содир бўлаётган воқеа-ҳодисалар чуқурроқ таҳлил этилмоқда, изоҳланмоқда. Ахборот кўрсатувларида Россия жамоат телевидениеси, "Би-Би-Си", "Си-Эн-Эн" ахборот агентликлари материалларидан кенг фойдаланилмоқда. Интернет орқали Ўзбекистоннинг бугунги ҳаёти ҳақида мунтазам хабарлар тарқатилмоқда.

Телевидение мустақил давлатни ривожлантириш ва мустаҳкамлашга жамоатчилик таъсирининг ортиб боришини таъминлаётти. Турли ижтимоий табақалар, сиёсий партиялар ва ҳаракатларни, маданиятли жамият барпо этишнинг долзарб муаммоларини ошқора ва амалий муҳокама этишга жалб этмоқда. Мамлакатда конституциявий нормалар ва қонунчиликни чуқур тушунтириш, уларни рўёбга чиқаришга ва ҳуқуқий жамиятни барпо этишга кўмаклашмоқда. Жамоатчилик фикрининг хилма-хиллигини акс эттириш, инсоннинг Ўзбекистон Республикаси Конституциясида мустаҳкамланган эътиқодлар ва инсон кадр-

қимматига унинг ҳуқуқ ва эркинликлари ҳурмат қилиниши борасида диққатга сазовор ишлар қилинди. Томошабинларни умуминсоний, демократик кадриятлар ва миллий меросни ҳурмат қилиш, миллатлараро тотувлик ва дўстлик руҳида тарбиялаш, ёш авлодда юксак маънавий фазилатларни, ватанга меҳр-муҳаббат ва садоқатни шакллантириш телевидение ижодкорларининг ҳамиша диққат марказида турибди. Телевидение миллат чироғи, ҳалқ ҳаётининг кўзгусидир. У мустақиллик, миллий ғурур ғояларини ҳалқ онгига сингдиришнинг энг таъсирчан омилidir.

Юсуф ҲАМДАМОВ
(ЎзМУ, филология фанлари номзоди, доцент)

ТЕЛЕКЎРСАТУВЛАР ТАЪСИРЧАНЛИГИДА ЖАМОАТЧИЛИК ФИКРИНИНГ ЎРНИ

Ҳар куни телерадиоканаллар орқали кўплаб кўрсатувлар намоиш этилади. Уларнинг томошабинларга қанчалик манзур бўлаётганлигини билиш осон иш эмас. ОАВнинг таъсирчанлиги журналистлар учун асосий мезон ҳисобланади. Шундай экан, уларнинг кундалик иш натижаларини қандай баҳолаш мумкин? Бу ишларни одатда социологик тадқиқотлар асосида ўрганиш мумкин. Информация, янгиликларга эҳтиёж кучайган бир пайтда, бу каби тадқиқотларни олиб бориш жуда муҳим ҳисобланади. Чунки ҳар бир муаллиф ўзи тайёрлаган кўрсатувнинг қанчалик аҳамиятга молик эканлигини билмаса, у кейинги иш фаолиятининг қандай йўналишда олиб боришини билмайди. Шунинг учун ҳам ҳар бир ОАВ қошида хатлар бўлими фаолият юритади. Бу бўлим аҳолидан келаётган ҳар бир хатни рўйхатга олиб, уларнинг йўналишини назорат қилиб туради. Чунки ўша хатнинг ортида инсон тақдири ётади.

Қуйидаги мақоламизнинг объекти Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясига келаётган хатларни ўрганиш билан боғлиқ бўлади. Ҳозирда Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг ҳар бир телеканали қошида "Медиаметрия ва рейтинг" бўлими фаолият юритади.

МТРКнинг 2005 - 2006 ва 2007 йилнинг I - чорагидаги фаолиятига назар ташлайдиган бўлсак, 2005 йил "Ўзбекистон" телерадиоканалига 18.854 та хат келган бўлиб, 2006 йил эса улар 16.743 тани ташкил этади.

Энди мухарририятларга келган хатларни таҳлил қилиб кўрайлик:

№	Мухарририят номи	Келган хатларнинг сони		
		2005 й	2006 й	Фарқи
1.	Маънавий – маърифий кўрсатувлар	8.105 та	9319 та	+ 1214
2.	Иқтисодий кўрсатувлар	1309 та	1.100 та	- 209
3.	"Ассалом, Ўзбекистон"	2003 та	2342 та	+ 339
4.	Ижтимоий – сиёсий кўрсатувлар	623 та	801 та	+ 178
5.	Бошқа хатлар	1.187 та	1337 та	+ 150
Жами		14.854та	16.743та	+ 1889

Жадвалдан кўриниб турибдики, телетомошабинларнинг хатлари бўйича энг юқори рейтингда Маънавий - маърифий кўрсатувлар турибди. Булар "Олтин мерос", "Ватанпарвар", "Ақл ва идрок", "Заковат", "Оҳанграбо", "Эртақлар - яхшиликка етаклар", "Оталар сўзи - ақлнинг кўзи", "Меҳр кўзда" ва бошқалар¹.

Агар мухарририятлар бўйича келаётган хатларнинг алоҳида рейтингини аниқламоқчи бўлсак, қуйидаги манзарани кўрамиз:

	Мухарририятнинг номи	Келган хатларнинг сони		
		2005 й	2006 й	Фарқи
1.	"Оталар сўзи-ақлнинг кўзи"	3.017та	3357та	+ 345та
2.	"Меҳр кўзда"	3483та	4006та	+ 523та
3.	"Оддий ҳақиқатлар"	594 та	710 та	+ 125та
4.	"Эртақлар – яхшиликка етаклар"	1238та	1304та	+ 66 та
5.	"ТВ шифокор"	-	533 та	-

¹ Маълумотлар МТРКнинг мониторинг бўлимидан олинди.

Энг юкори рейтинг "Меҳр кўзда" кўрсатувига берилган (муаллиф - А.Аброрхўжаев). Бу кўрсатувдан телетомошабинлар яқинларини топиб беришни илтимос қилишади. Иккинчи ўринда "Оталар сўзи - ақлнинг кўзи" турибди. Узоқ йиллик тарихга эга бу кўрсатувнинг теледастурда ўз муносиб ўрни бор. Бу кўрсатувни кўриб, қанча авлодлар шаклланди ва улар учун бу кўрсатув қатта тарбия мактаби бўлган. Илгари ҳам "Оталар сўзи"га Ўзбекистоннинг турли чеккаларидан жуда кўплаб хатлар келган. Уларда телетомошабинлар ўзларининг фикрларини ифода этишган, кўрсатувдаги муаммоларга муносабат билдириб, баъзи кўрсатувларни тайёрлаш борасида маслаҳатлар ҳам беришган. Ҳозирги келаётган хатлар диққат билан ўрганилганда, уларнинг бироз бошқачароқ тузилганлигининг гувоҳи бўламыз. Уларда томошабинлар ўзларининг ҳаёт тарзлари, бошларидан ўтган воқеаларни сўзлаб, муҳарририятдан шулар асосида кўрсатувлар тайёрлашни сўрашади.

Болалар учун тайёрланиб, эфирга узатилаётган "Эртақлар - яхшиликка етаклар" кўрсатуви ўзининг рейтингини бўйича учинчи ўринда турибди. Кўрсатувни тўртга ижодий гуруҳ навбатма - навбат тайёрлайди. Хатларнинг муаллифлари асосан мактаб ўқувчилари бўлиб, улар ўзларининг шеър, хикоя, шунингдек, эртақ қаҳрамонларига ишланган расмларини юборишади.

Кейинги ўринда "Оддий ҳақиқатлар" кўрсатувлари турибди. Бу кўрсатувнинг муаллифи иқтидорли журналист Г.Мусаёнова бўлиб, телетомошабинларнинг кўрсатувга келаётган хатлари мазмунини тоқ - шоу учун янги мавзулар тавсияси ва кўрсатувларнинг муҳокамасига бағишланган фикрлар ташкил этади.

2006 йил "Шифокорлар ва ҳомийлар" йили эди. Шу муносабат билан телекўрсатувда "ТВ - шифокор" кўрсатуви ташкил этилди. Бу кўрсатувга телетомошабинларнинг кўплаб муносабатлари билдирилди. Жумладан, уларнинг хатларида турли касалликларнинг олдини олиш ва даволаш воситалари ҳақидаги муаммолар ўз аксини топган.

1996 йилдан буён эфирга чиқиб келаётган журналист Ф.Бобоёновнинг "Бир ўлка-ки" кўрсатуви ҳам кўпчилиكنинг эътиборида бўлиб келяпти. Кўрсатувда миллатимизнинг урф-

одатлари, анъаналари, она юртимизнинг ажойиб манзаралари, ҳаётга турлича қарашлар, яхшиликка интилиш каби фикрлар ўз ифодасини топган. Кўрсатув орқали она - Ватанимизнинг тоғтош, текисликлар, гўзал гўшаларига саёҳат қиласиз, гўё... Беихтиёр, ана шу бебаҳо Ватанимизнинг бир бўлаги эканлигимизни ҳис этасиз. Кўрсатувга ҳар куни 2-3 та хат келади. Бу хатларда телетомошабинлар кўрсатув муаллифларини ўзлари яшаб турган жойларига таклиф этиш билан бирга, ўша жойлардаги муаммоларни ҳал қилишга ёрдамлашишларини илтимос қилишади.

"Ассалом, Ўзбекистон"га ҳам кўплаб хатлар келади. Кўрсатув 2006 йил телетомошабинлардан 2342 та хат олди. Унинг электрон почтасига келаётган хатларнинг сони 3-4 марта ошиб, ҳар куни 6-9 тагача хат келди.

Шуниси маъқул-ки, "Ассалом, Ўзбекистон" муҳарририяти кўрсатувлари орқали деярли ҳар куни телетомошабинларнинг электрон почтадан юборган хатлари билан таништириб борилади. Бу каби тезкорлик мухлислар таҳсинига сазовор бўляпти. Кўрсатувга кўшни республикалардан ҳам хатлар келиб туради.

"Ўзбекистон" телерадиоканалига 2007 йилнинг биринчи чорагида радиотингловчи ва телетомошабинлардан 2469 та хат келган. Шулардан 778 таси ёки 31,5 фоизи студияларнинг кўрсатув ва эшиттиришларида эълон қилинган танлов ва топшириқларга жавоблардан, 1441 таси ёки 58,3 фоизи томошабинларнинг таклиф, фикр-мулоҳаза, истак ва талабларидан иборат. Хатларнинг 250 тасини шикоят ва аризалар ташкил этади. (164 та ариза, 86 та шикоят). Шикоят хатлари ва аризаларнинг аксарияти телерадиоканал ижодкорлари томонидан тайёрланиб, эфирга узатилаётган "Ҳаёт ва қонун", "Оталар сўзи - ақлнинг кўзи"га, "Ернинг муносиб эгасини топиш - долзарб масала" ва "Ахборот" информацион дастури, "Қармоқ", "Истеъмолчи", "Ким ҳақ?", "Қишлоқ ҳаёти" каби эшиттиришларга келмоқда. 2007 йилнинг биринчи чорагида «Ҳаёт ва қонун»га – 53 та, «Ахборот» информацион дастури бош муҳарририятига - 36 та, "Ернинг муносиб эгасини топиш - долзарб масала"га - 14 та, "Оддий ҳақиқатлар" дастурига - 11 та, "Оталар сўзи - ақлнинг кўзи"га - 71 та хат ва шикоятлар келган.

Юқорида айтиб ўтилган дастурларда шикоят хатлари ва аризалар ўрганилиб, тегишли идора ва ташкилотларга юборилмоқда. Жумладан, вазирликларга - 31 та, ҳокимлик ва бошқа ташкилотларга - 160 та хат ўрнатилган тартибда ўрганиб чиқиш ва чора кўриш учун юборилган. Эфирда фойдаланилган хатларнинг сони - 32 та. МТРКга келган хатларнинг орасидан 20 фоизини шикоят хатлари ташкил этади.

Энди Миллий телерадиокомпанияга келган баъзи хатлардан намуналар келтирамиз:

"Исминим Фурқат. Сизларга Қўшма Штатларининг Нью-жерси штатидан мактуб ёзяман. Етти йилдан бери шу ерда яшайман. Мен "Машъал" радиосининг ашаддий мухлисиман ва уни мунтазам тинглаб бораман. Ишларингизга омад ва зафарлар тилайман. Фурқат".

"Хурматли "Ёшлар" телерадиоканали ижодкорлари! Мен Сизнинг дастурингизни мириқиб тинглайман. Тошкентнинг Юнусобод туманида туғилганман. Бир ярим йилдан буён Кореяда ишлайман. Сизларга омад ёр бўлсин. Жалолиддин Муҳаммадиев".

Мана бу хат эса "Ассалом, Ўзбекистон" кўрсатувиغا келган. "Ассалому алайкум, "Ассалом, Ўзбекистон" кўрсатувининг журналистлари! Мен Чимкентда яшайман ва ҳар куни эрталаб мунтазам равишда кўрсатувингизни томоша қиламан. Ўзим қозок миллатига мансуб бўлсам- да, менга шу кўрсатувингиз ёқади. Мен Ўзбекистонда истиқомат қилаётган қозокларнинг турмуш тарзларини ёритишингизни илтимос қилардим. Менинг кўплаб қариндошларим Гагарин шаҳрида истиқомат қилинади. Бу шаҳар Жиззах вилоятининг Арнасой туманида жойлашган. Менинг илтимосимни ҳисобга оласизлар, деб умид қиламан. Хурмат билан, Нурлан!".

Мухарририятларга бу каби мактублар кўплаб келиб турибди.

Айтиш жоиз-ки, радиотингловчи ёки телетомошабинлар эшиттириш, кўрсатувларга ўзларининг ҳолис муносабатларини билдириб турганлари маъқул. Бу омиллар эса кейинги эшиттириш ва кўрсатувларнинг янада яхшиланиб, уларнинг сифатига ижобий таъсир кўрсатишини таъминлайди.

АХБОРОЙ-ИҚТИСОДИЙ КЎРСАТУВЛАРНИНГ МАЗМУНИ ВА ТУЗИЛИШНИНГ ТАҲЛИЛИ

Ўзбекистон ҳукуматининг иқтисодий сиёсатини ҳар бир фуқарога етказиш, омманинг фаоллигини ошириш, одамларни ижтимоий-иқтисодий ислоҳотлар жараёнига кўпроқ жалб қилишда кенг ва систематик тарзда йўлга қўйилган иқтисодий ахборот ва ташвиқотсиз амалга ошириб бўлмайди. Ташвиқот сифатини ошириш масаласи эса Ўзбекистон ОАВ орасида етакчилик қилаётган республика телевидениеси ишига кўп жиҳатдан алоқадор. Бу масаланинг ечими айниқса "Ахборот" ва иқтисодий-ишлаб чиқариш кўрсатувлари тайёрлаётган студиялар тележурналистлар маҳоратига боғлиқ. Тележурналистлар зиммасига Ўзбекистоннинг иқтисодий ҳаётини, амалга оширилаётган иқтисодий ислоҳотларни ва шу соҳада жорий этилаётган янгиликларни ёритиб бориш вазифаси ётади.

Ҳозир инсонлар онгидаги психологик ўзгариш ҳақида сўз борар экан, фақат юқоридан келган буйруққа итоат этишга ўрганмасдан, янгича фикрлаш тарзини ўзгартириш керак. Бу муаммонинг ечимида иқтисодий мавзуда кўрсатув тайёрлаётган тележурналистлардан ошкоралик талаб қилинади. Ишга янгича ёндашиш, унинг сифати ва ишчининг манфаатини ташвиқ қилиш ҳам муҳимдир. Умуман, сифатга кўп нарса таъсир қилади. Корхоналарнинг янгича иш ташкил қилиш ва жаҳон андозалари талабига йўл олиши орқали эришган ютуқлари ҳақидаги телекўрсатувлар одамларда ишонч уйғотади.

"Ўзбекистон" ва "Ёшлар" телканалининг дастуридаги бугунги кундаги "Мулкдор", "Бизнес академия", "Бизнес хабарнома", "Бизнес янгиликлари", "Биржа ва банк", "Иқтисод эркинлиги", "Ёр эртага кимники", "Фермер фаолияти", "Эркин иқтисодиёт" ва ҳоказо кўрсатувлари оммага иқтисодий янгиликлардан хабар бериш билан бирга иқтисодий билимини оширишга ҳам хизмат қилади. Ҳар бир кўрсатувда тележурналист иқтисодий фаолиятга боғлиқ ҳодиса ва янгиликларни қамраб

олишга ҳаракат қилади ва мақсад сари боради. Студиялар дастурига киритилган кўрсатувларнинг ўз вақти, ўз иш режаси ва ўз вазифаси бор. "Ахборот" дастуридаги хабар, репортажларда мамлакатимиз корхона ва хўжаликларидagi янгиликларни кузатамиз. Ушбу кўрсатувда берилаётган қисқача янгиликлар ичида, иқтисодиётга оид хабарлар дастурнинг 40 фоизини ташкил қилади. Бунда мамлакатимизда очилаётган янги ишлаб чиқариш корхоналари ва уларнинг қайта модернизация қилиниши, коммуникация иншоотларининг бунёд этилиши, банк ва солиқ соҳасидаги ўзгаришлар, ишлаб чиқилган маҳсулотларнинг экспорт қилиниши, импорт молларнинг мамлакатимизга ноқонуний кириб келиши, ички хомашё молларнинг таннархи ва қолаверса, дунёдаги иқтисодий ўзгаришларни ҳам кузатишимиз мумкин.

"Ер эртага кимники бўлади?" ёки "Фермерлар фаолияти" номли кўрсатувлар ўз номи билан жамиятнинг аграр қатлами аҳолисига мўлжалланган. Чунки кўрсатувда асосан ерларни танлов асосида фермерларга берилиши, қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари, уларнинг таннархлари ва шунга ўхшаш янгилик ва маълумотлар бериб борилади. Ўтган йили мамлакатимиз фермерларига қишлоқ хўжалиги техникаси сотиб олиш учун банклар томонидан 83 миллиард сўмдан зиёд кредит ажратилган. Шундан 14 миллиард сўмдан кўпроги "Пахтабанк" улушига тўғри келар экан. Рақамлардан кўриниб турибдики, фермерларни қишлоқ хўжалиги техникаси билан таъминлашда ҳали муаммолар мавжуд. Кредитга ёки лизинг шартномаси асосида техника оладиган фермерлар олдидаги тўсикларни баргараф этишга бағишланган очик мулоқотли жонли кўрсатувлар мунтазам берилмасдан, студияда тайёрланган одамлардан иборат ташкил этилган, видеотасмага ёзиб олинган кўрсатувлар бериб борилмоқда. Бундай кўрсатувлар телевидениенинг ҳаққонийлик тамойилига зид бўлиб, кўрсатув таъсирчанлигини оширишга салбий хизмат қилади.

Икки йиллик кўрсатувларни таҳлил қиладиган бўлсак, кўрсатувларда мавзу тўлиқ очиб берилгандек, тележурналистнинг бу соҳадаги тушунчаси етарлидек туюлса ҳам, лекин жойларда ерларни бўлишда адолат мезони

бузилганлиги тўғрисида кўплаб шикоятлар бор бўлишига қарамай, шу ҳақида тахлилий кўрсатувларни деярли учратмаймиз. Сир эмаски, қишлоқ жойларда аҳолини иш билан таъминлаш муаммолари ханузгача ўз ечимини топмасдан келаётгани ҳаммани ташвишга солмоқда. Шу ердан тирикчилик қилиб келаётган қишлоқ аҳолисининг кўпчилиги ишсиз қолиши табиий. Тележурналист қишлоқда иш берувчи ва ишловчи муносабатларини шакллантирувчи қонунлар асосида бу масалага ойдинлик киритиши керак бўлган кўрсатувлар тайёрлашни ҳам унутмаслиги лозим. Шунини алоҳида таъкидлаб ўтиш жонзори, ҳозирги даврда энг муҳим бўлиб турган иқтисодий мавзудаги дастурларни тайёрлаш учун тележурналистлардан билим ва маҳорат талаб этилади. Ўзбекистон телевидениесининг социологик хизмати маълумотларига кўра, одамларнинг иқтисодиёт хабарларига қизиқишлари тобора ошиб бормоқда. Бу кўрсатувларни аҳолининг 45-55 фоизи кўради.

Эътибор бериш керак-ки, иқтисодий цикли ва айниқса ахборий кўрсатувларнинг мавзулар мажмуи турли ва кенг кўламлидир. Шунинг учун биз фақат асосий мавзуларни, яъни ҳаммасини ўз ичига қамраб олган муҳим схема ҳақида гапирамиз. Бу меҳнатни ташкиллаштириш муаммолари, республика қишлоқ хўжалигини бошқариш, илмий-техник тараққиёт масалалари, ижтимоий ишлаб чиқариш таъсирчанлигини ошириш, саноат ва қишлоқ хўжалик тараққиётининг республика мустақиллигини эълон қилишдан сўнг имкони бўлган туб янги шакллари сингдириш (масалан, инвестиция, халқаро алоқалар) ва бошқалар. Ушбу асосий мавзуларни амалга ошириш усулларини ҳам айтиб ўтиш мумкин: бозор иқтисодиётига ўтиш масалалари, янги шароитларда саноат фаолиятлари, қўшма корхоналарни ташкил этиш ва ишлатиш, чет эл тажрибасидан фойдаланиш ва ҳоказо. Қишлоқ хўжалигидаги энг оммалашган йўналишлар: пахтачилик, чорвачилик, ипакчилик, полиз экинлари, боғдорчилик ва узумчилик. Илгарилари қишлоқ хўжалиги учун ажратилган эфир вақтининг 80 фоизи пахтага бағишланишини эътибордан четда қолдирмаслик зарур. Энди эса қишлоқ хўжалигини янгича ташкил этиш, мулкка бўлган муносабатни ўзгартириш масаласи ҳақида кўпроқ гапирилади.

Республика иқтисодийтини бошқаришда нотўғри усулдан фойдаланаётган маҳкама, идоралар ва уларга яқин бўлган мансабдорларни танқид қилишда ошқора бўлмаган танқид мавжуд. Албатта, бу ҳолат журналистлар ишhini қийинлаштиради. Аммо уларнинг ўзлари ҳам иқтисодий муаммони юқорирок кўтариш учун нималар қилиш кераклиги ҳақидаги кўрсатувлар тайёрлашга бўлган уриниши сезилмайди. Шунинг учун ахборий-иқтисодий телехабар тузилишини таҳлил этишда ёрдам берувчи телеахборот хусусиятларини батафсил кўриб чиқайлик.

Ахборий-иқтисодий хабарлар ва цикли кўрсатувлар тузилишининг одатий кўринишларини таҳлил қилишдан олдин, иқтисодий телекўрсатувлар ва сюжетлар мазмунини умумлашган кўринишда кўриб, тавсифлашга уриниб кўрамиз.

Мавзу ва суратга олиш объектини танлашда муаммонинг муҳимлиги ва унинг кишилар ҳаётидаги бевосита роли, уларнинг меҳнати ва яшаш тарзини яхшилашдаги аҳамиятига кўпроқ эътибор қаратиш муҳимдир. Аммо шундай ҳолат ҳам бўладикки, вилоятдаги махсус мухбирлар, айниқса, тележурналистлар республика, вилоят, туман раҳбариятига ҳуш бўлган раҳбар ёки унинг ўринбосари ишhini янгича ташкил этгани боис, республика ёки вилоятда катта муваффақиятларга эришилгани ҳақида хабар берувчи конъюктуралар мавзу танлашади. Телеахборотнинг умумий оқимида бу каби мавзулар аудиторияга таъсири сезилмайди ва иқтисодий тарғиботда жиддий рол ўйнамайди.

Кўрсатувларнинг географиясига келсак, бунда ҳам телевидениенинг ўзига хос, аммо бу сафар салбий бўлган хусусиятлари кўрина бошлайди. Шунинг учун бир йил ёки бир неча йиллик дастурларни олганда, кўрсатувлар географияси бир хил бўлмайди. Мана шу жиҳати билан телевидение матбуотдан ажралиб туради. Матбуотда эса ҳар ким ҳам ёза олади. Газета мухбири бирор материални телефон орқали олиши мумкин. Тележурналист ишhini бундай усулда бажара олмайди. Бу борада ҳамма нарса туман ва хўжаликларга борувчи, кишилар билан гаплаша оладиган ва суратга туширишни ташкил этадиган, камера ва видеокассетаси бор махсус мухбир фаолияти асосида амалга ошади. Иқтисодий хабарнинг таъсирчанлик даражаси

томошабинга мавзунинг тушунарли бўлгани ва яқинлиги билан боғлиқ. Бу оммабоғлиқ принципига ҳосдир.

"Ўзбекистон" телеканоли иқтисодий ахборотларнинг худудий кўлами бўйича қуйидаги асосий гуруҳларга ажратиш мумкин: 1) республика; 2) вилоят; 3) шаҳар; 4) туман; 5) алоҳида корхона. Албатта, бу бўлиниш шартлидир, чунки кўплаб хабарларда бир вақтда 2-3 гуруҳга тегишли умумлашган кўрсаткичлар ҳолида ҳам берилади. Умумлаштирилган даражасига мос равишда ахборотнинг ички тизими нуқтаи назаридан, у турли вариантларда тузилиши мумкин.

Шунингдек, халқ ҳўжалигининг у ёки бу соҳасини қамраб олиш бўйича информациянинг бўлиниши мавжуд. Бу ерда умумий ва соҳавий ахборотни ажратиб кўрсатиш керак. Умумий ахборот республиканинг барча аҳолиси учун қизиқиш уйғотиб, дунёқарашини кенгайтириш учун хизмат қилади. Соҳавий ахборот эса торроқ характерга эга бўлиб, фақат алоҳида касб, худуд вакилларига қизиқиш уйғотиши мумкин. Шунини таъкидлаб ўтиш керак-ки, ахборотга бўлган қизиқиш томошабин манфаатидан келиб чиқмаса, қабул қилиниши мумкин эмас. У ёки бу ахборотга бўлган амалий эҳтиёж, унинг аудитория томонидан тезда эслаб қолинишига асос бўлади. Шу йилнинг март ойида "Эркин иқтисодиёт" кўрсатувида республика стандартлаштириш ва сертификатциялаш идораси вакиллари тадбиркорлар томонидан келтирилаётган янги технологиялар нечоғли жаҳон андозалари талабига жавоб бериши ва улар ишлаб чиқараётган маҳсулотлар сифат сертификати олиши ҳақида тадбиркорлар саволларига жавоб беришди. Мамлакатимизга келтирилган 1,5 миллиард сўмлик ишлаб чиқариш технологиялари эскирганлиги аниқланганлиги ва булардан ишлаб чиқарилган маҳсулотлар сифат сертификати ололмаганлигини гапиришди. Шу ўринда тадбиркорларимиз томонидан ишлаб чиқарилиб, пойтахтимиз дўконларида сотилаётган кўплаб озиқ-овқат маҳсулотларининг сифати истеъмолчиларга маълум-ку. Лекин бу муаммолар ҳақида асосли далиллар асосида кўрсатув тайёрланса, мақсадга мувофиқ бўлар эди. Тележурналист умумий гаплар билан кифояланганлиги

албатта истеъмолчиларнинг ҳақли эътирозига сабаб бўлиши табиийдир.

Энди ахборий ва цикли иқтисодий кўрсатувлар мазмуни ва тузилиши орасидаги ўзаро алоқадорликнинг бевосита таҳлилига ўтамиз. Айтиб ўтганимиздек, ахборот янгиликлари ҳар кунлик "Ахборот", "Давр" ва шу каби дастурларда бериб борилади. "Ахборот"га ажратилган вақтнинг 6 фоиздан 40 фоизини иқтисодий хабарлар қоплайди. Алоҳида иқтисодий хабар "Ахборот"да 30 дан 90 секундгача (баъзан 3 дақиқাগача бўлиши мумкин) вақтни эгаллайди. Ўз характери бўйича улар турлича бўлади. Энг кенг тарқалган иқтисодий ахборотнинг тўрт хили мавжуд: суҳандон хабари, видеосюжетли суҳандон хабари, видеосюжетли мухбир хабари, қаҳрамон (бригадир, ишчи, хўжалик раҳбари) иштирок этган видеосюжетли мухбир хабари. ЎзТВ амалиётида россиялик тележурналистлар фойдаланадиган усул деярли қўлланилмайди: географик карта манзараси, жой кўриниши, киши сурати билан бериладиган телефон орқали мухбирнинг хабари. Телефон орқали хабарлар давлатимиз раҳбарининг бирор мамлакатга ташрифи ҳақидаги расмий хабарлардан иборат.

Иқтисодий телехабарнинг энг кўп учрайдиган турини пирамида деб атасак, мазмун тузилиши шаклини пирамида принципи бўйича ажратиб кўрсатамиз. Бу дегани пирамида учидан алоҳида, аниқ янгилик бўлса, унинг танасида эса ўхшаш ёки бир хил фактлар ётади: илғор корхона, туман, баъзида вилоятлар номларини айтиб ўтиш. Бу даромад, иқтисод, олган ҳосилнинг умумий миқдори бўлиши мумкин. Ўз ўрнида турли ғоявий нафосдаги баҳо ва кўрсатмалар ҳам берилди. ЎзТВ амалиётида пирамиданинг 2 тури: ҳам тўғри, ҳам тескари усулидан фойдаланилади.

2000-2006 йиллар ахборий телесюжетлар таҳлили шуни кўрсатадики, яъни айрим фактлар энг охирида айтилиш каби характер ҳосилдир. Мисол учун бундай хабарни типик кўринишини олайлик. Унинг қисмларини ажратиб кўрсатамиз:

1) республика меҳнатқашлари Президент Фармони ёки қарори асосида иқтисодий ислохотлар олиб бораётганлиги ва уни ҳаётга татбиқ этиш мақсадида жонбозлик кўрсатиб меҳнат

қилишаётганлиги тўғрисида гапирилади. Муайян вилоятда бу масалани амалга оширилиши ҳақида бизга мухбир хабар беради;

2) Мухбирнинг хабар беришича, фалон (туман, вилоятдаги) корхона меҳнаткашлари аниқ йўналишда муваффақиятга эришдилар;

3) Мухбир энг юқори натижага эришган туман (хўжалик, корхона) номини айтади. Одатда, бу ахборот ўша объектнинг умумий манзараси билан берилади.

4) Мухбир энг номдор кишилар, ишлаб чиқариш илғорлари ёки раҳбарларининг номларини беради. Улардан интервью олади (корхона раҳбарларидан бири, бригада бошлиқлари, ишчилар)

5) Мухбир бошқа шу каби ниятда меҳнат қилаётган ишчилар ҳақида гапиради.

Ахборий телесюжетнинг типик тузилиши шундан иборат. Бу каби хабарларнинг оммалашиб кетиши тележурналистлар ишини бир қолипга солиб қўйишини англатади. Ўткир халқ сўзлари, мақоллари, афоризмлари воқеликни ойна каби акс эттирадиган, томошабинларда муҳим туйғуларни келтириб чиқарадиган сўзлардан деярли фойдаланилмайди. Репортажлар шиорли характердаги кўрсатувларга хос бўлган, бошида хабарнинг умумлаштириб берилиши билан бошланади. Бу ерда тил воситаларидан унумли фойдаланиш керак, лекин "халқ иборалари" билан кўз-кўз этиш тўғри келмайди. Телепублицист фактларни тушунтириб, гуруҳларга ажратади. Натижада ахборий майдон юзага келади. Ахборий видеосюжетлар хабар сони бўйича якка ва гуруҳли кўринишларга бўлинади. Биринчиси киришсиз бўлиб, уни қоида бўйича суҳандон ўқийди, лекин баъзида кириш гап ҳам мавжуд бўлади. Гуруҳли видеосюжетлар эса турли ҳодисали, юбилейли, республика, вилоят янгиликлари мавзу жиҳатдан бир хил кўринишда бўлади. Гуруҳли ахборий видеосюжетларда кириш, кўп ҳолларда эса хулоса ҳам мавжуд бўлади. Агар киришни суҳандон ўқиса, хулосани мухбирнинг ўзи келтириши мумкин. Бунга мисол тарикасида мамлакатимизда уюштирилаётган умумхалқ ҳашари ҳақида гапириш мумкин.

Тадқиқот ўтказилган йиллар давомида бирон мавзунинг чуқур иктисодий таҳлил қилинишини учратмадик. Тележурналистлар ўзлари давлат сиёсати шаклидаги иктисодий

тадбирларни мустақил текширишда (масалан, фермерликни ташкил этиш, корхонани хусусийлаштириш) ташаббуси сезилмайди. Тележурналистика фаолияти республика маҳкамаси ва идоралари қарашларига боғлиқ бўлиб қолган. Ана шу нуқтаи назардан, янги қарашларни ифодачиси бўла олмайди, ўз функцияларини тўла бажаришга қодир эмасдек, кўринади. Иқтисодий телекўрсатув тараққиётида илғор бўлиши учун хали кўп ишлар қилиниши керак.

Маҳлиё МИРСОАТОВА
(ЎзМУ, филология фанлари номзоди, доцент)

СЕРИАЛЛАРНИНГ ТЕЛЕДАСТУРЛАРДА ТУТГАН ЎРНИ ВА ТАРБИЯВИЙ АҲАМИЯТИ

Қишнинг сокин кунларида Ўзбекистон телевидениеси мухлисларини яна бир ажойиб чет эл сериали билан хушнуд этди. Кореялик ижодкорларнинг "Сарой жавоҳири" кўп қисмли сериали нафақат мухлислар, балки киноижодкорлар диққатини ҳам тортди. Бу эҳтимол, корейс ва ўзбек халқлари маданияти, урф-одати яқинлигидан бўлса ажаб эмас. Бундан ташқари, сериалнинг бадиий жиҳатдан пухталиги, тарихий асосга эга эканлиги, миллий урф-одат, туриш-турмуш, маданият экранда ўзгача шакл ва мазмунда ўз ифодасини топганлиги унинг аҳамиятини оширган.

Сериалда анъанавий усуллардан фарқли ўлароқ, барча образларга ўзлигини намоён этиш учун тўла имконият берилган.

Фильм драматургиясининг раволиги, воқеалар ривожига узвийлик, актёрлар ижросидаги табиийлик, ўзига хос мусиқа тасвирлардаги пухталиқни, хуллас, сериал муваффақиятини тўла таъминлаган. Яна бир жиҳати, корейс хотин-қизлари, сарой бекаларининг туриш-турмуши, маданияти, одоб-ахлоқи, муомаласининг ўзига хослиги кишини жалб этади.

Биз анчагина ўрганиб қолган замонавий гарбона одатлар, фильмни кўриш жараёнида мутлақо кўзга ташланмайди.

Ҳатто бекалар камерага тик қарамасалар ҳам, уларнинг ҳолатлари зарур даражада очиб берилган.

Бека Чўй айтганидек, саройнинг ёзилмаган ўз қонун-қоидалари бор. У бузилмаслиги керак. Сарой котибияти бекаси ва бека Чўй бошлаган ўйин тизгини уларнинг қўлидан чиқиб кетади. Гўё дунёнинг ишларига қўл силтаган, содда, дўлвор, ловия қайласи сақланадиган омбор бекаси Жанг улар ўйлаганчалик беғам бўлиб чиқмайди.

Бир қарашдаёқ одамни фарқлай оладиган бека Жанг сарой ошхонасидаги ўйинларни жуда яхши билади. Мансабдор оқила аёл, тажрибали устоз, моҳир пазанда сифатида ўзини тўла намоён қилади. Эътирозларини жуда камтарлик билан, қатъий билдириб боради. Унинг адолат сари ташлаган ҳар бир қадами, ҳаётини жар томонга улоқтириб юборади. "Ўзгалар ногорасига ўйнамайдиган" бека қутилмаганда муаммолар туғдириб, сарой даъвогарларининг ғашига тегади. Саройнинг аслзода бекалари таомилига кўра, шафқатсизлик билан сарой ҳаётидан чиқариб юборилади.

Бекаларнинг мақсади саройда қолиш, мустаҳкам ўрнашиш. Эътиборга лойиқ жиҳати эса етук мутахассис бўлишга интилиш, миллий урф-одат, бекалик тартиб-қоидаларига тўлиқ, қатъий риоя қилишдир. Уларнинг ҳадиклари - саройдан ҳайдалиш. Бундан сарой ва халқ орасида кескин тафовут борлигини билиб олиш қийин эмас. Сериалдаги яна бир муҳим жиҳат, устоз-шоғирд муносабатлари мукамал ва ҳаётий очиб берилганидир. Жанг мактаби давомчиси устоз бека Ханнинг шоғирдига таълим бериш маҳорати, ҳамшира Жан Ду услуби, табиб сабоқлари миллат маърифатини намоён этади. "Татиб кўриш хўранданнинг иши, янги-янги таъмлар кашф қилиш керак", - дейди бека Хан. Сабоқдаги баъзи фикрларга эътибор беринг:

- Ўзингга ишон-да, овқатни бемалол пиширавер. Ўзингга ишонмасанг, менга ишон. Пазандага хос икки фазилат бўлади. Бирини сезиш, иккинчиси қобилият. Таомни татиб кўраверсанг, таъмининг қулига айланасан. Гап таом пиширишда эмас, гап ихтиро қилишда.

Фильм матнини шоир, таржимон Фахриддин Низомов катта маҳорат билан ўзбек тилига ўгирган. Таржимон кадрдаги ҳар бир ҳолатни зийраклик билан идрок этиб, соф ўзбекона ифодалашга эришган.

Пазандалик сирларини мукаммал эгаллаган Тангемнинг бошига тушган синовлар уни очилмаган имкониятлар сари етаклайди. Табобат эшигини қалбидаги минг эврилишлар билан очади. Ташхислар ташбеҳини ошхоналардан ахтаради. Бека Сеудаги қатъият, изланиш, сабр-қаноат, кизикиш меҳрими козонди. Кўнглимизга яқинлиги эса ўзбек қизларига хос ибод, андиша, одоб, ҳадини билиш фазилатларида бўлса, ажаб эмас.

Таржимон ва режиссёр маҳорати, Гулчехра Жамилова, Дилбар Исмоилова, Зулхумор Мўминова, Афзал Рафиқов, Элёр Носиров каби дубляж усталаримиз меҳнати билан асар томошабинларнинг муносиб баҳосини олди. Бу сатрларни қозғога туширишдан мақсад шуки, фильмда ўзбек томошабинлари, ошпазлари ва энг муҳими, киноижодкорларимиз учун ҳам ибрат бўладиган жиҳатлар кўп экан....

Олтиной ТОЖИБОЕВА

(Санъатишунослик илмий - тадқиқот институти докторанти. Санъатишунослик фанлари номзоди, доцент)

ФОЛЬКЛОР САНЪАТИНИНГ ОАВ ЛАРДАГИ ТАЛҚИНИ ВА ЎРГАНИЛИШИ МУАММОЛАРИ

Ҳар бир халқнинг ўзлигини, миллат сифатидаги қиёфасини бошқалардан ажратиб турувчи, ўзига хос маданиятини акс эттирувчи шаҳодатнома, бу биринчи галда унинг санъатидир. Қачонки бу санъат миллий мерос, бадий ёдгорликлар, фольклор, оғзаки ижод манбаларига асосланган бўлса, у тўлақонли миллат қиёфасини ифодалай билади.

Зеро, “эл нетиб топгай мениким, мен ўзимни топмасам”, дея Алишер Навоийнинг қилган хитоби эндиликда ҳар доимгидан-да, жаранглироқдир. Бугун бизни дунё танимоқда. Дунёни эса ҳеч кимга ўхшамайдиган, фақат ўзимизгагина хос асл қиёфамиз билан мафтун эта оламиз. Бу борада мустикалликнинг дастлабки йилларидаёқ қатор давлатлар билан илк муносабатларимиз санъат воситасида ўрнатилганлигининг ўзини эслаш кифоя. Муножот Йўлчиева ўзбек мақомлари, Абдуҳошим Исмоилов ўзбек куйлари ва ўзбек миллий сони билан бугун Европани

хайратга солганида ҳали давлатлараро ҳамкорлик шартномалари йўлга қўйилмаган эди.

Халқ ижоди бизнинг маданиятимиз, маънавиятимиз, эстетика ва этикадаги миллий салоҳиятимизни бутун бўйи, бетакрорлиги ва ҳар қандай таҳлид-у, ўхшатмалардан мутлоқ холи бўлган алоҳида кўринишни мужассам этади. Шундай экан, уни ўрганиш умуминсоний қадриятлар ва дунё цивилизациясида ўзимизга хос ва мос қиёфамиз, ўз йўлимиз билан намоён бўлишимизга имкон беради.

Миллий фольклоримизни бугунги кунда тарғиб этишининг талай воситалари мавжуд бўлиб, булар:

Алоҳида санъат тури сифатида телеэкран, радио ва ОАВ ларида фольклор асарлари ва у ҳақдаги маърифий кўрсатувларни йўлга қўйиш;

Маданиятимизга эса Ғарб маданияти шиддат билан ўз таъсирини олиб кираётган экан, айни жараёнда ўзлгимизни танитувчи, миллий маданиятимизни ифодаловчи фольклор санъатимизга алоҳида муносабат билан ёндашув ниҳоятда муҳимдир. Бугунги авлод дунёни билишга интилаётган экан, буни аввало, ўзликни билишдан бошламоқ ўринли бўлади.

Жаҳонга танилган Чингиз Айтматов ўз интервьюларидан бирида: — “Мен ҳамиша “Манас”ни ўқиганимда йиғлайман, унинг воқеаларидан таъсирланганимдангина эмас, мана шундай буюк асар ярата олган халққа муносиб бўла оламанми, деб кўзларимга ёш келади, ўзимни ниҳоятда ожиз ҳис этаман”, — деган эди.

Бугун ёшларимиз ғарб маданияти ва маънавиятига катта қизиқиш билан қарамоқдалар, ундан ўрганишга, унга тақлид қилишга интиломқдалар. Либосларимиз, ташқи кўринишимиз, ҳулқ-атворимиз ҳам тобора ғарблашиб, аниқроғи эса ғариблашиб бормоқда. Бу қутилмаган тарзда эмас, балки табиий равишда кечаётгани ачинарлидир. Зеро, босиб ўтилган 15 йилликда биз ёшларимизга ўзимизнинг ғарбникидан-да юксак бўлган маданиятимиз, фалсафамиз, эстетикамиз борлигини, кўрсатиб бера олмадик, уларни шунга ишонтира билмадик. Бу борада энг катта масъулият адабиёт ва санъатда эди. Тўғри, 70 йиллик тутқунликдан кейин дарҳол ўз аслига қайтиш қийин, албатта.

Бироқ босиб ўтилган йилларда биз бир фильмда айтилганидек, "эхромга олиб борадиган йўл" ни кўп қидирдик. Таассуфки, бу ҳолатдан ҳамон чиқиб кета олганимиз йўқ.

Эҳтимол, бу ҳали-ҳануз ўзлигимизни топишга жиддийроқ қиришмаётганлигимиз билан ҳам боғлиқ бўлса керак. Оддий бир мисол, биз бугун ўзбек халқининг ўтмиши, маданиятини ўз ичига қамраб олган халқ оғзаки ижодини нечоғли тарғиб қилаяпмиз, қай тариқа ўргатаймиз? Тан олиб айтиш керак, бу борада амалга ошираётган ишларимиз олдимизда турган улкан вазифа олдида ҳали ҳеч нарса эмас.

Булар қуйидагиларда кўринади:

Биринчидан, телевидение ва радио орқали халқ оғзаки ижоди намуналарига эътибор қаратиш ҳамон бир ёқлама характер касб этганича турибди. Яъни, радиоканалларида мазкур соҳа деярли ёритилмаётганлигини таъкидлаган ҳолда, телевидениеда унга муносабатда дилетантликдан нарига ўтилмаётганлигини айтиб ўтиш ўринли. Бунинг натижасида ТВ ва радио каналларида "Олтин мерос" рукни остида кўп йиллик мусиқий меросимиз намуналарини эмас, балки замондош шоирлар ғазалларига ёзилган миллий ашулаларнинг берилиши, ТВ нинг бу йўналишдаги ягона дастури "Олтин бешик" кўрсатуви эса ижодий-таҳлилий, маърифий характерда бўлмай, балки тўғридан-тўғри ахборот йўналишига қаратилганлиги соҳанинг мутахассислар билан етарлича таъминланмаганлигини кўрсатади. Истардикки, мамлакатнинг энг муҳим ижтимоий-сиёсий объектларидан саналмиш Миллий телерадиокомпаниясининг миллий санъатга муносабатини ижобий томонга ўзгартирса!

Иккинчидан, телевидение орқали берилаётган мусиқий клиплар, сериаллар, турли даражадаги фильмларда телережиссёрлар ва операторларнинг, театр сахнасида қўйилаётган спектаклларда эса режиссёр, драматург, қолаверса, актёрларнинг ҳам миллий санъатимизга хос унсурлар, буёқлар, чизгилар борасидаги билим ва тушунчаларининг ниҳоятда саёзлиги яққол сезилиб туради.

Буларнинг барчасини сабаби битта. У ҳам бўлса мутахассисларнинг йўқлиги, мазкур соҳани ўрганиш ва ўргатиш тўғри йўлга қўйилмаганлиги билан боғлиқ.

Ўзбекистон Фанлар академиясининг Адабиёт институтида кўп йиллардан буён "Фольклор" сектори фаолият юритади. Бирок мазкур даргоҳдаги йирик олимлар ва журналистлар томонидан телевидение ёки радиого, на режиссёрлар ёки драматурглар томонидан театр ёки кинога маслаҳатчи сифатида таклиф этилмайдилар.

Фольклор санъати ҳозирда "Ўзбек халқ оғзаки ижоди" номи билан филология факультетларида ўрганилади ҳолос. Мазкур фан доирасида талабалар эпос, дoston, эртақлар, халқ термалари каби йўналишлар тарихи, улардаги ўзига хосликларни ажрата биладилар. Бирок буларнинг барчаси филологик аспектда ўргатилганлиги ва ўрганувчиларнинг ихтисослик йўналиши боис, бу соҳа эгалари мазкур санъатни ОАВ ларда тарғиб ва ташвиқ қилишга ёки санъатнинг муайян соҳасида қўллашга алоқадор эмаслар.

Ўзбекистон Миллий университети ва Жаҳон тиллари университетларида журналистика муайян ихтисослик шаклида ўқитилсада, фан дастурларидан фольклор йўналишини ўргатишга жой ажратилмаган. Яъни, талабалар журналистикадан таълим олсаларда, бирок бошқа ижтимоий соҳаларни алоҳида ўрганмаганларидек, санъат соҳасини ҳам умуман ўрганмайдилар, фольклор йўналишини эса инчунун. ҳатто, халқаро журналистларга ҳам бутун дунё маданияти ҳақида умумий билим берилсада, миллий маданиятимиз ва халқ оғзаки ижоди тарихи мутлақо ўқитилмайди. Лекин, мана шу кадрлар телевидение, радио ва оммавий ахборот воситаларида халқ оғзаки ижоди йўналишларини журналист сифатида ёритадилар. Кўриниб турибдики, улар бу борада бошланғич билимга ҳам эга бўлмай, ўз тасавурларига таянганча соҳага ёндашадилар. Мана дилетантлик қаердан бошланади!

Ўзбекистон Миллий консерваториясида ҳам фольклор соҳасига ўзига хос тарзда эътибор мавжуд. Аммо бу эътибор муайян йўналишдаги ижрочилик аспекти билан чекланади, ҳолос. Мазкур ўқув юртида гарчи мусиқа тарғиботини ўрганувчи "Мусиқашунослик" йўналиши иш олиб бораётган бўлсада, бу ерда талабаларга журналистика қонуниятлари ўргатилмайди. Натижада соҳага яна бир томонлама ёндошув ҳосиласини

кўрамиз, яъни талабалар бу ерга фольклорга мушиқашунос нуктаи-назаридан ёндашадилар ва табиийки, олган билимларини журналист сифатида қўллаш имкониятига эга бўлмайдилар.

Абдулла Қодирий номидаги Маданият институтида "Халқ ижодиёти" кафедраси мавжуд бўлиб, бу ерда ҳам фольклор санъатини бўлажак халқ театри режиссёрларига ўргатиш анъанаси мавжуд. Аммо ўз-ўзидан бу ерда берилган таълим профессионал театрларда ёки радио ва телевидениеда мазкур санъат турини тарғиб этишга қаратилмаган.

Маннон Уйғур номидаги Санъат институтида телевидение ва кино конуниятларини ўрганаётган телережиссёрлар ҳамда операторлар бу санъатни билиш орқали миллийликка йўғрилган бадий ифода воситалари, кўп қатламликни тушуниш имконига ҳам эга бўлар эдилар. Улар Миллий телевидениемиз ва кино санъатимизни турли оғишлардан химоя қилган, ўз маданиятимизни ифодаловчи миллий телерадио ва кино махсулотлари яратишга кўпроқ хисса қўшган бўлар эдилар.

Айни масалаларни хал қилиш орқали биринчидан, матбуот, радио ва телевидениеда мазкур санъат тарғиботини тўғри йўлга қўйиш, иккинчидан эса, миллий санъатимизни аждодларимиз колдирган бебаҳо хазина билан чуқур суғориш имконини қўлга киритиш мумкин бўлади.

Олим ТОШБОЕВ
("Ўзбекистон" телерадиоканали
"Ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий дастурлар"
муҳарририяти бош муҳаррири, филология фанлари
номзоди)

ГЛОБАЛЛАШУВ ЖАРАЁНИ ВА МИЛЛИЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКА РИВОЖИ

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислои Каримовнинг 2005 йил 8 ноябрдаги ПФ-3678 рақамли "Мустақил телерадиоканалларни ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги Фармонида таъкидланганидек, мамлакатни демократик янгилаш ва модернизациялаш, очик

фуқаролик жамиятини барпо этиш, одамлар онгида демократик кадриятларни шакллантиришда мустақил оммавий ахборот воситаларини, энг аввало, алоҳида аҳамиятга эга бўлган телерадиоэшиттириш фаолиятини ривожлантириш амалга оширилаётган ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий ислохотларнинг муҳим йўналиши ҳисобланади.

Ўтган қисқа давр мобайнида Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси тизимида Фармонда кўзда тутилган мақсад ва вазифаларни амалга ошириш борасида сезиларли натижалар қўлга киритилди. Энг муҳими, телерадиоканаллар мустақил бўлди ва бу ижодий ишларни такомиллаштиришда ва соғлом рақобат муҳитини шакллантиришда катта аҳамият касб этмоқда. Бош муҳарририят ва студиялар ўз фаолият йўналишидан келиб чиққан ҳолда ҳар битга ходимнинг иқтидор ва имкониятига яраша иш билан банд бўлишига мумкин қадар эришяпти.

Фармонга кўра, "Ўзбекистон" телерадиоканалига мамлакатни демократлаштириш, янгилаш ва модернизация қилиш бўйича амалга оширилаётган, ҳуқуқий демократик давлатни, очик фуқаролик жамиятини шакллантиришга, инсон ҳуқуқлари ва эркинликларини ҳимоя қилишга йўналтирилган ислохотлардан мамлакат аҳолиси, шунингдек чет эл жамоатчилигини ҳар томонлама ва холис хабардор қилиб бориш вазифаси юклатилган бўлса, "Ёшлар" телерадиоканали ёпик турдаги акциядорлик жамияти учун умуминсоний кадриятларни тарғиб қилиш, йиғит ва қизларни халқимизнинг тарихий анъаналари, маънавий кадриятлари, миллий маданиятимиз ва жаҳон цивилизациясининг илгор ютуқлари асосида маънавий ва ахлоқий жиҳатдан етук қилиб тарбиялашга йўналтирилган телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришлар тайёрлаш устувор йўналиш, деб белгиланган. "Спорт" телерадиоканали давлат унитар корхонаси бевосита мамлакатимизда жисмоний тарбия ва спортни қўллаб-қувватлашга ҳамда ривожлантиришга қаратилган давлат сиёсатини кенг тарғиб қилиш мақсадида ташкил этилган бўлса, "Тошкент" телерадиоканали давлат унитар корхонаси учун пойтахтимиз ва Тошкент вилоятининг ижтимоий-сиёсий, ижтимоий-иқтисодий ва маданий ҳаётини ёритиш устувор вазифадир.

Маълумки, истиқлол йилларида матбуот, телевидение ва радиога оид бир қатор қонунлар қабул қилиниб, уларнинг ҳуқуқий асослари яратилди. ОАВга, телевидение ва радиога нисбатан янги талаблар қўйилмоқда. Аммо бу талаб ва истакларга ижодкорларимиз жавоб бера олаётгани, деган ҳақли савол туғилади. Муҳтарам Юртбошимиз Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига йўлаган байрам табригида соҳадаги камчилик ва муаммолар ҳақида тўхталиб: "Энг долзарб вазифа - жамиятимиз ҳаётида сўз эркинлиги тамойилини тўла татбиқ этиш, бу масалада ривожланган демократик давлатлар эришган даража ва андозаларга етиб боришдан иборатдир", деган эди. (Каримов И.А. Хавфсизлик ва тинчлик учун курашмоқ керак. Т, т.10. "Ўзбекистон", 2002. 393-бет).

Жамиятимиздаги барча соҳаларда бўлгани каби телевидение ва радио соҳасида ҳам ижодий рақобат шаклланимоқда. Бу нималарда кўринади? Аёнки, мустақил телерадиоканаллар томошабин, эшитувчи аудиторияси учун курашади, уни ўз мухлиси бўлишини чин дилдан хоҳлайди. Чунки янги-янги медиатеchnологиялар, замонавий техник воситалар билан бақамти ишлайдиган журналистгина замон талабига жавоб бера олади. Бугунги техника ва технологиялардан тележурналистнинг орқада қолиши мумкин эмас. Бу каби оддий ҳақиқатлар қўлига қалам олган журналистни ҳаракатга, жўшқин фаолиятга, ижодий изланишга ундаши шубҳасиз.

Истиқлол миллий тележурналистикамиз ривожда мутлақо янги йўналиш яратди ва унга ўзига хос руҳ берди. Миллий ғоя тарғиботи ва маданий-маърифий ишлар савияси, ижодкорларнинг касбга нисбатан масъулиги, ўз билими ва кўникмаларини оширишга бўлган эҳтиёжмандликлари сезиларли даражада ошди.

"Ўзбекистон" телерадиоканалининг томошабинлар қалбидан чуқур ўрин эгаллаган журналистлари - Фарҳод Бобожонов, Қобилбек Каримбеков, Абдурасул Абдуллаев, Моҳинисо Камолова, Мадамин Сафаров, Икром Чориев, Гулмира Мусажонова, Нормурод Норқобилов, Жўра Боборахматов, Саодат Ўрмонова сингари ижодкорларнинг машаққатли меҳнати тележурналистикамиз ривожда ўзига хосликни таъмин этиб

келмоқда, дейишга бир қадар асосларимиз бор. "Бир ўлкаки...", "Қишлоқ ҳаёти", "Заковат", "Жараён", "Сиёсат оламида", "Икки дарё оралиғида", "Оддий ҳақиқатлар", "Одамлардан бири", "Бир жиноят изидан" каби теледастурлар нафақат телерадиоканал мухлисларининг, балки кенг омманинг эътиборини тортди, эътирофига сазовор бўлди.

Глобаллашув маънавий, маданият соҳалари каби оммавий ахборот воситаларини, хусусан тележурналистикани ўзига восита сифатида танлаб, у орқали ўз таъсирини жамият аъзоларига ўтказиб боради. Лекин унутмаслик керакки, биз глобаллашув орқали матбуотимизнинг янада саводхон, тезкор ва ҳозиржавоб бўлишига эришамиз. Ҳар қандай таъсир муайян бир кучни, иммунитетни шакллантиради. Шундай экан, миллий ва ўз навбатида замонавий матбуот ҳар қандай ташқи таъсирга етарли даражада ҳозиржавоб бўлиши муқаррар.

Бобур АЛИХОНОВ

*(ЎЗМУ, Олий журналистика
курслари раҳбарининг муовини)*

ЖУРНАЛИСТИК ИХТИСОСЛАШУВ - ДАВР ТАЛАБИ

Бугунги кунда матбуотимиз, умуман журналистика олдида турган энг долзарб, таъбири жоиз бўлса, энг оғриқли муаммолардан бири-соҳада ишлаб чиқарилган ижод маҳсулининг сифатини, малакасини муносиб тарзда таъминлашдан иборат. Агар эндиликда бутун дунёда ахборотни чинакам интеллектуал мулк, поёнсиз ахборот мақомидаги энг қиммат ва доимий эҳтиёжга муҳтож бўлган ардоқли товар сифатида қабул қилинишини эътиборга олсак, у ҳолда бу турдаги турфа хил маҳсулотларнинг таркиби ҳам, мазмун-моҳияти ҳам шакл ва шамойили ҳам беками кўст, ғализликлардан холи бўлиб, чуқур таҳлилга, атрофлича мулоҳазага, соғлом фикрга, мантиқий мезонга асосланиши талаб этилади. Энг муҳими, бундай маҳсулотни яратувчи нафақат ижодий салоҳият ва табиий иқтидорга, балки мутлоқ равишда билимларга, махсус кўникма ва ихтисосли тажрибага ҳам эга бўлиши даркор. Аслида бундан

универсал талаблар барча соҳалар мутахассислари учун шарт ҳисобланса-да, журналистиканинг ўзига хос антиқа табиати, жамият ва инсоният фаолиятининг деярли барча йўналишларига тааллуқлиги, алоқадорлиги нуқтан-назардан алоҳида аҳамият касб этишини эътироф этишимиз керак. Демак, бундай ноёб хусусиятга эга бўлган матбуот фаолиятига нисбатан, барча қатори, масъулиятли муносабатнинг бўлиши тақозо этилади.

ОАВлари томонидан турли оммавий тарқатиш каналлари орқали истеъмолчилар (ўқувчи, тингловчи, томошабин) га тақдим этилаётган ахборот махсулотининг сифат даражасини қандай мезонлар асосида белгилаб, баҳолаш мумкин?

Бу борадаги барча мавжуд ўлчовлар, мезонлар сирасида муаллифнинг қўл урган мавзуси бўйича махсус билимларга, батафсил маълумотларга, ихтисосли кўникмаларга таяниб ижод қилиши, материал устида ишлаши алоҳида ўринда туради.

Очигини айтганда, айнан юқорида таъкидланган хусусиятларнинг етишмаслиги, баъзида эса умуман йўқлиги матбуот саҳифаларида, радио-телевидение тўлқинларида, Интернет сайтларида савияси паст ва очикчасига саводсиз материалларнинг оз эмаслигига сабаб бўлиб турибди. Одатда бундай "хом" материалларни ҳар қандай кенг маълумотли саводхон киши дарров "чақиб" ташлайди. Мавзуга алоқадор ихтисосга эга мутахассисларда эса бундай ҳолат энг кам мазаҳли кулги уйғотади, касб жонқуярларини чинакам фиғонга келтиради.

Хўш, бундай нохуш вазиятнинг қандай хавотирли оқибатлари, талофату асоратлари бор?

Биринчидан, ОАВлари томонидан оммавий равишда тарқатилган бундай қиёмига етмаган, чала чиқишлар жамоатчилик онгида кўтарилган мавзунинг аҳамияти ва долзарблиги хусусидаги мулоҳаза, фикрларининг мавҳум ёки нотўғри шаклланишига олиб келади. Натижада мавзуга оид соҳа тармоқ ёки фаолият йўналиши олдида турган зарур вазифалар қўламига ҳам, моҳиятига ҳам путур етади. Уларни адо этишда жамиятнинг онгли иштироки ва конструктив муносабати йўққа чиқади.

Иккинчидан, бундай ҳолат жамиятда тушқунлик, тушунмовчилик кайфиятларини вужудга келтиради. Одамларда у ёки бу соҳалар фаолияти ҳақида шаффоф ва очиқ маълумотлар атайин йўқдек ёки яширин тус берилаётгандек туюлади. Бу ўз-ўзидан давлат ва жамият институтларига, бошқарув органларига, ОАВлари ва журналистларга нисбатан ҳурмат ва ишончнинг камайишига сабаб бўлиши мумкин. Шундай қилиб, бир қарашда, беозор туюлган ва шунчаки ўз вазифасига енгил "қўл урган" журналистнинг бундай "ижодий изланишлари" юқоридагидек жиддий оқибатларга олиб келишини тасаввурга сиғдириш қийин эмас.

Келинг, ушбу нохуш ҳолатни типик намуналар, амалиётда мавжуд моделлаштирилган кўринишлар мисолида мушоҳада этиб кўрайлик. Телевидение экранларида, радио тўлқинларида кишлоқ хўжалигининг илғорлари ҳақидаги очерклар тез-тез узатилиб турилади. Маълум қолипга тушиб қолган бундай эфир материалларида захматқаш деҳқон образи ва самарали тажрибаси одатда унинг ўсимлик парвариши билан боғлиқ қатор агротехник тадбирларнинг тафсилотлари билан илова қилинади. Экинларни 5-6 марта суғорган, 4 марта ўғит билан озиклантирган пахтакор-фермер чўл шароитида ҳар гектар ердан 20-25 центнердан пахта ҳосили олишни кўзда тутаётганини фахр билан телекамера олдида баралла гапирди ва ўзига ўхшаган илғор фермерлар маҳаллий уюшмада талайгина эканини айтади...

Қишлоқ хўжалиги сир-асрорларидан беҳабар бўлган аксарият томошабинда бундай очерк деярли ҳеч қандай танқидий туйғулар ўйғотмаслиги табиий. Чунки пахтакор меҳнати қанчалик қийин, унинг зафарлари эса ҳар қандай таҳсинга лойиқлигини ҳаммамиз яхши тушунамиз. Афсуски, журналистларимиз ҳам оддий истеъмолчи-томошабин сингари масалага айнан шундай юзаки ва дилетантларча ёндашадилар, чамаси. Лекин айни шу мақтовга бой очеркни кўрган аграр соҳа ходимида эса тамомила тесқари таассурот ва баҳолар бўлиши ҳам айни ҳақиқат. Бунда у кулишни ҳам, йиғлашни ҳам билмай қолади. Чунки муаллиф ўз қахрамонининг ишларига таъриф берганда, агрономиядан озгина хабари бўлганда эди, ҳеч бир миришкор пахтани 6 марта суғормаслигини, ишло, бунча сувни исроф қилишга йўл

қўймаслигини яхши биларди. Қолаверса, "қондирилиб" қаторасига бисёр суғорилган ниҳоллар ғовлаб, саратонда қовжираб кетиши ҳам мумкин. Устига-устак, чўл зонасида жойлашган ва мелиоратив-ирригация тизими ишдан чиққан майдонларда ер ости сувларининг юқори жойлашгани бундай интенсив суғоришни истисно қилади. Ўғитлардан фойдаланиш ҳам худди шундай. Кимёвий ўғитларнинг меъёридан кўп берилиши шубҳасиз, тупроқ таркибини турли кимёвий элементлар билан бузиб юборади. Шунингдек, кимматбаҳо кимёвий ўғитлар, ариқлардаги ҳар томчи сувнинг нархи ҳам арзонга тушмайди. Хўш, шунга ортиқча харажатлар эвазига етиштирилган пахтанинг таннархи неча пулга тушади? Ҳар бир тийини ҳисобда бўлган фермер бундай "оқ олтин"ни етиштиришдан қандай фойда кўради? Умуман, ер бонитети ва кадастри нуктаи назаридан, айти шу ҳудудда пахта экиш ўзини оқлармикан? Балки бошқа экинларни жойлаштириш мақсадга мувофиқ бўлар?

Ана шундай кескин саволлар силсиласида очеркимиз қахрамонининг фаолиятини қандай баҳолаш мумкин?

Шу ўринда ҳақли бир мулоҳаза туғилади: агар бундай материални "қўлида қалами бор" кишлоқ хўжалик ходими тайёрлаганда, шубҳасиз, ижобий қаҳрамон салбийга, очерк эса фелъетонга айланиб кетарди. Томошабинларда ҳам тўғри тасаввур, малакали талқин, ҳолис ва ҳаққоний манзара гавдаланарди, матбуот органининг, журналистларнинг обрў-эътибори жойида бўларди.

Албатта, юқоридаги моделлаштирилган ҳолат аслида шартли бўлсада, айнан шундай ҳолатлар орқали биз олдимизда турган энг муҳим вазифа – ихтисослашган журналистика асослари хусусида тўхталмоқчимиз. Касб-коримизда ушбу сифат жиҳатдан янги йўналишнинг барпо бўлаётганини-шунчаки янгилик кетидан қувиб, уни жорий қилиш учунгина эмас, балки сўнгги йилларда матбуотимизнинг энг мураккаб муаммоларидан бирини ечиш йўлидаги самарали изланиш деб билгаймиз.

Тўғри, шу чокқача, бу борада озмунча иш қилинмади. Журналистларни ихтисослаштириш мақсадида турли соҳалар бўйича малака ошириш дастурлари, доимий равишда фаолият

кўрсатувчи ўқув дастурлари, чет эл илмий-ихтисосли марказларида ўқувлар, тажриба алмашувлар ташкил этилди. Журналист кадрларнинг бундай тайёрлов ва қайта тайёрлов тизимига мамлакат ва хорижнинг етук мутахассислари, экспертлари, олим-тадқиқочилари, журналистлари жалб этилди, кам бўлмаган миқдорда давлат маблағлари сарфланди. Бироқ, ушбу сайё-ҳаракатлар қанчалик самарали бўлмасин, барибир, муаммо узил-кесил ўз ечимини топмади, қутилган якуний натижага эришилмади. Пировардида матбуотда ханузгача ихтисослашув масаласи долзарблигича қолаверди.

Бу ҳақда мамлакат Президенти И.А.Каримов бир неча бор қуюниб гапирган. Журналист учун давлат ва ҳукумат томонидан кенг шароитлар яратилганига қарамай, мавзуларнинг ёритилишида нўноқлик, махсус билимларнинг етишмаслиги юртбошимизни янги дадил ва илғор ташаббус билан чиқишга ундади. И.А.Каримов моҳияти жиҳатдан дунёда деярли ўхшаши йўқ янги ўқув даргоҳини ташкил этиш бўйича махсус қарор қабул қилди. Унга кўра Ўзбекистон Миллий Университети қошида Олий журналистика курслари ташкил этилди. Ушбу масканнинг асосий мақсади шунда-ки, унда журналист бўлмаган, лекин бошқа йўналишларда бакалавр даражасидаги ёшлар журналистика асосларини ва ижодий кўникмаларини 2 йил давомида ўрганиб, матбуотимизга ўзида икки касбни уйғунлаштирган ихтисосли журналист сифатида кириб келадилар. Дастлабки йил қабул ва ўқув жараёнларининг таҳлили шундан далолат бермоқдаки, журналист бўлиш орзуси ва иштиёки билан меҳнат қилиб юрган бошқа касб эгалари бундай антиқа имконият яралганидан беҳад мамнунлар ва уларнинг сони анчагина кўплиги келажакда ўзбек журналистикасида янги типдаги, универсал, ихтисосли ижод аҳлининг яралишидан далолат беради. Халқимиздаги "Йигит кишига қирқ хунар оз", деган мақолнинг бизнинг талқиндаги кўриниши "журналистикага қирқ хунар оз" қабилида намоён бўлади

*Людмила МАХМУДОВА
(НУУз, ст.преп.)*

ИНТЕРАКТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В УЗБЕКИСТАНЕ

Постепенно интерактивное телевидение становится глобальным явлением.

По мнению российских экспертов ITV - это возможность чисто технического прорыва, и способность правильно воспользоваться имеющимися научными достижениями, сконструировать удобную для людей среду существования, находясь внутри которой они смогут не только принимать, но и передавать информацию без сложных бюрократических схем и посредников, получать образование и даже голосовать на выборах, не выходя из дома. Новые ITV - технологии способны избавить от рутины и бюрократии, а саму жизнь сделать более комфортней и повысить уровень конкурентоспособности экономики.

Скоро жители нашего государства смогут воспользоваться услугами интерактивного телевидения. Продвижением его на рынок занимается СП "Color IPTV".

Интерактивное телевидение позволяет абонентам, установив необходимое оборудование, одновременно разговаривать по телефону, пользоваться Интернетом, смотреть цифровое телевидение и многое другое. Телеканалы можно смотреть на персональном компьютере и наоборот, с экрана телевизора можно выходить в Интернет. На сегодняшний день СП "Color IPTV" - единственный оператор в Узбекистане, который осуществляет ретрансляцию телеканалов по IP-протоколу с помощью модема.

Выбор каналов определяется их качеством, вкусами аудитории, а также результатами различных рейтингов. Кроме отечественных эфирных каналов, это основные российские, зарубежные, и специализированные - детские, музыкальные, спортивные, познавательные, автомобильные, медицинские и другие.

Каковы преимущества интерактивного телевидения по сравнению с традиционным?

Во-первых, это цифровое качество и стереозвук при просмотре.

Во-вторых, это пакетирование, то есть возможность выбора каналов. ТВ пакеты будут предоставлены в трёх тарифных планах, но каждый абонент сможет по своему желанию сформировать пакет индивидуально.

В-третьих, это целый набор услуг, который со временем будет всё более разнообразным. Например, уже при запуске IPTV заработает "виртуальный кинозал": ежедневно будут демонстрироваться пять фильмов, выбранных с учётом пожеланий абонентов, причём каждую неделю будут представлены новые фильмы по различным категориям: семейная комедия, боевик, триллер и т.д. Будет предоставляться услуга "VoD" "Video on demand" - "Видео по заказу"; абонент может выбрать в любое время фильм из огромной фильмотеки и посмотреть его в режиме DVD плеера.

С помощью пульта и беспроводной ИК - клавиатуры абоненты получают доступ к играм, от покера и шахмат до сложных игр с трёхмерной графикой.

Предоставляется такая услуга, как "персональный видеомэгнитофон". Можно записать в реальном времени любую программу и посмотреть её в удобное время.

Всё это - только начало. В мире IPTV набирает обороты именно благодаря интерактивности, то есть возможности реального участия зрителя в процессе. Это может быть участие в шоу, заключение пари, электронная коммерция - телемагазины, торги и т.д.

Ретрансляция телеканалов осуществляется в цифровом качестве со стереозвуком формата MPEG - 2 TS.

Стоимость подключения будет зависеть от оборудования и составит не более 150 \$. В эту сумму включена установка и право пользования оборудованием. Абоненты с помощью ИК-клавиатуры прямо с экрана телевизора, не используя компьютер получают возможность пользоваться Интернетом, предоставляемым нашим партнёром TPS. К услуге можно подключить любой телевизор с помощью приставки STB, которая предоставляется абонентам в безвозмездное пользование

при подключении. К персональному компьютеру, при наличии модема, услуга подключается без дополнительного оборудования, необходимо лишь установить специальную программу.

При дальнейшем развитии интерактивного телевидения станут возможными такие услуги, как заказ товара, понравившегося во время просмотра фильма или передачи, без прерывания просмотра; так же пользователь сможет сам управлять картинкой - приближать, отдалять планы, читать дополнительную информацию об участниках спортивных мероприятий, делать ставки на команды, писать сценарий к продолжению любимого сериала, сможет получать доступ к местным станциям и т.д.

*Гухарик БАГДАСАРОВА
(НУУз, ст. преп.)*

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ И ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ЖУРНАЛИСТА

Двадцать первый век называют веком современных информационных технологий и интерактивной журналистики. Это, по сути, научно-техническое революционное явление внесло кардинальные изменения в структуру традиционных СМИ: они принимают новый облик, активизируют аудиторию СМИ и степень возможного взаимодействия журналиста с читателем, слушателем, зрителем в одном лице на всех этапах творческого процесса. Поэтому в наше время дебаты по актуальным темам - многочисленные форумы, ставшие неотъемлемой частью сайтов, печатных и вещательных корпораций, - сегодня становятся востребованными и в стенах НУУз имени Мирзо Улугбека. Именно здесь формируются целые направления в изучении и исследовании безграничных возможностей интернета и его роли в современном информационном обществе¹.

¹ В главе использованы, помимо научной и учебно-методической литературы, тезисы докладов семинара "Современные тенденции развития on-line (интерактивной) журналистики" (НУУз, 2004.).

В настоящее время в научной литературе существует множество определений информационной культуры. Мы воспользуемся некоторыми из них, наиболее полно отвечающими цели нашего исследования - охватить разные, порой противоречивые аспекты информационной культуры журналиста в современных условиях высоких информационных технологий и интерактивной журналистики.

Вот несколько из них: "Информационная культура в широком смысле - это совокупность принципов и реальных механизмов, обеспечивающих позитивное взаимодействие этнических и национальных культур, их соединение в общий опыт человечества, а также знания и навыки эффективного пользования информацией; предполагает разностороннее умение поиска нужной информации и её использование"².

Ещё одно определение мы часто встречаем в современном научном обиходе: "Информационная культура - это область корпоративной культуры, определяющая качество обмена информацией и знаниями в какой-либо организации. Формирование информационной культуры как культуры работы с информацией, охватывающей все процессы: сбор, обработку, хранение, использование, является основой для построения системы управления знаниями в любой организации, например, школе, вузе, редакции"³.

Исходя из этих посылок, молодой исследователь Д. Ибатулина делает следующие выводы: "Информационная культура является, таким образом, системообразующим фактором, акселератором процессов управления знаниями. Овладение ИК - это путь универсализации качеств человека, который способствует реальному пониманию человеком самого себя, своего места и своей роли в информационном обществе"⁴.

Попробуем применить эти определения ИК к конкретному носителю и пользователю информации - журналисту, с точки

² Кузьменко М. Интернет сайт [www/infotiv.ru](http://www.infotiv.ru)

³ Кузьменко М., Кушнеренко А., Леонов А., Эпикетов М., Ханжиг С., Назаров Б. Информационная культура. Кодирование информации. Информационные модели. - М., 2000 (Интернет сайт <http://gtk.pp.ru>).

⁴ Ибатулина Д. Тезисы доклада "Проблемы информационной культуры" на семинаре "Современные тенденции развития on-line (интерактивной) журналистики" на факультете журналистики НГУ.

зрения профессиональной этики. В наше время переход на цифровую трансляцию позволяет улучшить качество технических услуг, а именно, скорость подачи видеозображения материалов интернет - "эфира", т.е. оперативность информации. На успешно функционирующих сайтах новости обновляются несколько раз в течение дня. Весь творческий процесс журналист может осуществлять в интернете, начиная с поиска темы и завершая публикацией материала. Язык при этом неизбежно упрощается, а чувство эйфории от "свободы слова" растёт. Но несмотря на это, журналист обязан хорошо писать, т.е. обладать профессиональными качествами, быть осведомлённым о специфике интернета и нести социальную ответственность за качество выполнения своего профессионального долга.

Не каждое событие или явление реальной действительности становится объектом журналистского интереса. А это значит, что каждый эпизод, чтобы получить право на освещение в СМИ, должен иметь определенные характеристики. Выявление этих характеристик тесно связано с профессиональной и этической культурой тружеников пера, микрофона и телекамеры. Так как журналистская профессия имеет дело с общественно-политическими, экономическими, социальными, культурными процессами, то она, естественно, исходит из реальных коллизий. Информацию можно подразделить на 2 традиционных направления: внутренняя и зарубежная.

У нас в республике существует негласная специализация: например, в "Правде Востока" преобладает бытовая информация, а в "Народном слове" - политическая; в программе "Давр" наряду с протокольной сегодня часто публикуют информацию познавательно-развлекательного характера. Но недостаток "Давра", как и всех других СМИ, в том, что зарубежная информация дается далеко не исчерпывающая: она, по сути, тоже закрыта для аудитории.

Телерадиоканал "Ташкент", в отличие от негосударственных программ, старается полноценно, сбалансированно и серьезно освещать разнообразную тематическую информацию как региональную, так и зарубежную. Конечно, когда перед журналистами стоит выбор - освещать яркие мировые

координирующие события, то выбор журналиста изначально предопределен.

Однако в жизни событий меньшего масштаба гораздо больше и происходят они чаще. Поэтому культура отбора информации определяется актуальностью, общественной значимостью события. Наиболее высокой культурой отбора информации обладают зарубежные вещательные корпорации "BBC", "Дойче Велле", Институт по освещению мировых проблем. Авторами статей выступают высококвалифицированные журналисты-международники, известные политологи. Хотелось бы, чтобы отечественные журналисты чаще обращались к их профессиональному опыту освещения событий и явлений. Однако это обращение не должно сводиться к механическому копированию, их технологию следует адаптировать к специфике наших отечественных изданий.

Рассмотренные принципы отбора информации универсальны и действуют во всех жанрах журналистики. Следование этим принципам сказывается на формировании лица отдельных изданий, имиджа ТВ-каналов, радиостанций, выявляет общий уровень информационной культуры и профессиональной этики отдельных журналистов и СМИ в Узбекистане в целом.

Хотелось бы, чтобы в отборе информации журналисты руководствовались дополнениями в виде компетентной справки, отражали новые факторы подвижной реальности, детали (особенно, если информация дается в последовательном порядке), ведь это делает материалы интересными, а СМИ - конкурентоспособными. Конечно, культура информационного отбора тесно переплетается с разнообразием источников информации. Чем их больше, тем у журналиста богаче выбор в освещении фактов, тем занимательней его выступление и выше творческий профессионализм.

Развитие интернета, глобальной компьютерной сети, объединяющей в себе миллионы компьютеров и создающей нового информационного человека, немисливо сегодня без информационной культуры журналиста и соблюдения им международных норм профессиональной этики. Сегодня интернет мы воспринимаем как новое социальное явление в

мировой культуре, создавшее нового "информационного человека" и новые проблемы перед обучающими структурами: научить человека ориентироваться в этом море информации и научить его расставлять приоритеты, исходя из основного - нравственного - императива.

*Феруза АБДУСАГАТОВА
(ЎЗМУ, катта ўқитувчи)*

ТЕЛЕВИДЕНИЕДА ШАРҲ: ЎЗИГА ХОС ЖИҲАТЛАР *("Таҳлинома" кўрсатувларини кузатиб)*

Мамлакатимизда амалга оширилаётган иктисодий, ижтимоий, маънавий соҳалардаги ислохотларнинг моҳиятини халқимиз онгига атрофлича сингдиришда ОАВларининг бошқа кўринишлари каби телевидениенинг ҳам ўрни салмоқлидир. Телевидение дастурлари орқали турли мавзу ва жанрларда берилаётган кўрсатувлар кўпчиликка манзур бўлаяпти. Телерепортаж, телеинтервью ва турли мулоқотли кўрсатувларда бугунги кунимизнинг муаммолари кўтариб чиқилаяпти.

Айтиш керак-ки, телевидениеда таҳлилий кўрсатувлар алоҳида ўрин тутади. Уларда кундалик ҳаётимизда рўй бераётган муҳим воқеалар тафсилоти ўз аксини топади. Кейинги йилларда телевидение дастурларидан таҳлилий кўрсатувларнинг кўпроқ ўрин олиши қувонарли ҳолдир. Таҳлилий кўрсатувларларнинг аҳамияти шундаки, уларда факт ва далиллар кўпроқ сингдирилиб, рўй берган воқеа-ҳодиса муфассал баён этилади. Ана шу жиҳатлари билан ҳам улар телетомошабинларда яхши таассурот қолдираяпти.

"Таҳлил", - дейилади "Лугат - маълумотнома" номли китобда, - тадқиқотнинг илмий усули, унинг асосида факт, воқеа ва ҳодисалар таркибий элемент, қисмларга ажратилади, турли жиҳатлардан ўрганилади. Журналистикада таҳлил бўлиб ўтаётган воқеа-ҳодиса моҳияти, унинг ижтимоий аҳамияти ва объектив зиддиятларини аниқлашга йўналтирилади. Жорий муаммоларни таҳлил этишда журналист ҳаётий ҳодисалар динамикаси ва ўзгарувчанлиги, айниқса Ўзбекистонда кечаётган ислохотлар

шароитида ана шу омиллар муҳимлигини эътиборга олиши даркор"¹.

Очигини айтиш керак, баъзида кетма-кет намоиш этилаётган концерт, телесериаллар, турли-туман кўнгилуочар кўрсатувлар меъдага тегади. Шундай вақтларда кўнгил беихтиёр бугунги кунимизнинг долзарб, муҳим муаммоларига бағишланган ва ўзига тортадиган, баҳсталаб, таҳлилий кўрсатувларни кўмсайди. Шундай кўрсатувларни мириқиб томоша қилсам, дейсан киши. Тўғри, кейинги йилларда Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясида ижодий ўсишлар сезилаётти ва телевидение дастурларида анча-мунча эътиборни тортадиган кўрсатувлар жой олаётти. Жумладан, таҳлилий кўрсатувлар ҳам ўз ўрнига эга бўлаётти. Буларнинг сирасига "Таҳлилнома", "Хаёт ва қонун", "Ернинг муносиб эгасини топиш - долзарб масала", "Талқин" кабиларни киритиш мумкин. Бу кўрсатувларнинг ҳар бири ўз хусусиятига эга. Масалан, "Таҳлилнома" кўрсатуви асосан ахборот-таҳлилий дастурлар сирасига қиради. "Ернинг муносиб эгасини топиш - долзарб масала" кўрсатуви иқтисодийликнинг айрим қисмларини таҳлил этувчи кўрсатув ҳисобланса, "Талқин" кўрсатувида спортимиз соҳасида эришилган ютуқлар ўзига хос тарзда шарҳлаб берилади.

Албатта, бу кўрсатувларнинг орасида "Таҳлилнома" алоҳида хусусиятга эга. "Таҳлилнома"да воқеаларнинг таҳлилига чуқурроқ ёндашилади. Масалага бундай ёндашиш кўпчиликка маъқул бўлаётти десак, хато бўлмайди. Маълумки, "Ахборот" информацион дастури орқали бериладиган кўрсатувларда мамлакатимиз ва хорижий давлатлардан олинган энг муҳим янгилик ва хабарлар ўз аксини топади. "Таҳлилнома" кўрсатувидан ҳам телетомошабинлар кўплаб янгиликларни билиб олишади. Кўрсатувларнинг мавзу-мундарижаси ҳам ранг-баранг. Кўрсатувларни олиб борувчилар томонидан ҳафта давомида содир бўлган воқеаларнинг муҳим томонлари батафсил шарҳлаб берилади. Бу кўрсатувнинг яна бир аҳамиятли томони шундаки, баъзи сабабларга кўра, "Ахборот" информацион дастурини кўра олмай қолган томошабин, воқеалар тафсилоти билан яқшанба

¹ Луғат, маълумотнома. Журналистика. Реклама. Паблж-рилейшиз. Т.: ZAR QALAM, 2003. 243 бет.

куни "Таҳлилнома" орқали танишиши мумкин. Ҳа, "Таҳлилнома" бир ҳафта давомида "Ахборот" информацион дастури орқали берилган кўрсатувларнинг қисқача мазмуни - қаймоғи ҳисобланади.

"Таҳлилнома" кўрсатувини тайёрлаб, уни телетомошабинларнинг дидига мос тарзда етказиш ҳам журналистлардан катта маҳорат талаб этади. Ижодий гуруҳ бу ўта масъулиятли вазифани сидқидилдан, бор маҳоратини ишга солиб тайёрлашга ҳаракат қилапти. Албатта, миллионлаб томошабинларнинг кўнглига йўл топиб, уларни телеэкранлар қаршисига жамлаш - шунчаки осон иш эмас. Янгилик, ахборотга эҳтиёж бор экан, ҳар бир ижодкор, ҳар бир муҳарририят бу муҳим вазифани талаб даражасида бажариши лозим.

Кўрсатувлар таҳлиliga ўтсак. Маълумки, кейинги йилларда республикаимизда фермерлик ва кичик бизнесга катта эътибор берилаяпти. Телевидение дастурлари орқали бу муҳим мавзуга бағишланган кўрсатувлар мунтазам равишда бериб борилапти. "Таҳлилнома"да эса бу мавзу ўзига хос тарзда тайёрланиб, томошабинлар ҳукмига ҳавола этилапти.

Кўрсатувлардан бирига республика деҳқон ва фермерлик ташкилотининг раҳбарларидан бири таклиф этилди. У республикаимизда деҳқон ва фермерликни ривожлантириш борасида олиб борилаётган ишлар, бу соҳада республикаимиз ҳукумати томонидан кўрсатилаётган ёрдам, соҳа бўйича қабул қилинган янги қарор, меъёрий ҳужжатлар ҳақида батафсил гапириб берди. Кўрсатувни олиб борувчи шу кўрсатувга республика Адлия вазирлигидан фермерлик ва кичик бизнес бўйича мутахассисни ҳам таклиф этди ва ундан мамлакатимизда бу соҳадаги ишларнинг натижаси ҳамда муаммолар ҳақида гапириб беришни сўради. Мутахассис дастлаб фермерлик ва кичик бизнесни ривожлантиришнинг мақсади ва моҳияти ҳақида тўхталиб, ҳукуватимиз томонидан қабул қилинган қарор, меъёрий ҳужжатларни шарҳлаб берди. Масалага шундай ёндашиш жуда тўғри бўлди. Чунки одамларда фермерлик ва кичик бизнес бўйича тажрибани ҳали етарли даражада, деб бўлмайди. Соҳани ривожлантириш учун бу каби кўрсатувларни ташкил этиш яхши натижалар бериши табиий.

Шуни таъкидлаб ўтишни истардик-ки, жанрларнинг орасида телешарҳнинг алоҳида ўрни бор. Бу жанр ўзининг кенг қамровлиги, мазмун ва моҳияти билан бошқа жанрлардан фарқ қилади. Айни вақтларда бу жанр телевидение орқали янада такомиллашиб, таъсирчан ва мазмунли тарзда ифода этилаёпти. Турли теледастурлар орқали берилаётган ҳар хил кўринишдаги шарҳлар муҳим аҳамият касб этмоқда. Буларни журналистлар томонидан тайёрланаётган алоҳида кўрсатувлар, шунингдек, маълум кўрсатувлар таркибидаги шарҳлар мисолида ҳам кўриш мумкин. Яна мисолларга ўтамиз.

Маълумки, йилнинг баҳор ва куз фаслларида аҳоли орасида баъзи касалликлар хуруж қилади. Одатда бу фаслларда шифокорлар касалликларнинг олдини олиш учун жойларда профилактика ишларини олиб боришади. Мутахассислар эса оммавий ахборот воситалари орқали чиқишлар қилиб, бу касалликларнинг олдини олиш чора-тадбирлари ҳақида маслаҳатлар берадилар. Бу яхши тадбир, албатта.

"Тахлилнома" кўрсатувининг яна бирига республика Соғлиқни сақлаш вазирининг ўринбосари В.Ниёзматов тақлиф этилди. У телетомошабинларга замбуруғли касалликларнинг келиб чиқиш ва тарқалиш сабаблари ҳақида батафсил гапириб берди. Унинг аввало мутахассис, қолаверса, вазирликнинг масъул раҳбари сифатида бу касаллик ҳақида тўлақонли маълумот бериш ва унинг олдини олиш борасида маслаҳат бериши "Тахлилнома" мухлисларида катта таассурот қолдирди.

"Тахлилнома" кўрсатуvidан ўрганадиган томонлари шундаки, унга маълум соҳа мутахассислари ва мутасаддилари тақлиф этилади. Улар ҳам мутахассис, ҳам масъул киши сифатида мавзунинг ичига чуқур кириб борадилар, керакли маслаҳатларини бериб, йўл-йўриқ кўрсатадилар.

Масалага шу тарзда ёндашиш - "Тахлилнома" кўрсатувларининг жонли ва мазмунли чиқишига сабаб бўлиб, телетомошабинларнинг кўрсатувдан кўпроқ маълумот олиб, уларда яхши таассурот қолдиришига сабаб бўлаяпти.

Номидан кўриниб турганидек, "Тахлилнома"дан тахлилий материаллар кўпроқ ўрин олади. Чунки кўрсатувнинг хусусияти ҳам шундан иборат. Бу кўрсатувда узундан-узоқ мулоқот ёки

зерикарли саволлар деярли учрамайди. "Таҳлилнома"нинг асосини интервью ва шарҳлар ташкил этади. Кўрсатувни олиб борувчи ҳар бир мавзунини атрафлича очиб бериш мақсадида суҳбатдошига қисқа саволлар билан мувожаат қилади, суҳбатдош ҳам ўз навбатида бу саволларга тўлиқ жавоб беришга ҳаракат қилади. Ёки кўзда тутилган муҳим мавзунини атрафлича шарҳлаб беради. Шу каби воқеа ёки ҳодисани шарҳлаб бериш учун кўрсатувга одатда шу соҳанинг билимдони таклиф этилади. Кўрсатувни олиб борувчи мавзунинг мақсад-моҳиятини баён этгач, шарҳловчи асосий масала - шарҳлашга ўтади.

Шуниси эътиборга молик-ки, "Таҳлилнома" кўрсатувида шарҳнинг энг яхши намуналарини кузатиш мумкин. Шарҳлар ҳоҳ иқтисодий, ҳоҳ маданият, спорт, ҳоҳ сиёсий мавзуда бўлсин, улар анча яхши, ўзига тортадиган тарзда тайёрланади. Бу албатта, муҳарририятнинг ижодий ходимлари маҳоратидан далолат бериб турибди.

"Таҳлилнома" кўрсатуви ҳар бир сонидан республикамиз иқтисодий, ижтимоий ва маънавий ҳаётининг атрафлича ёритишда журналистиканинг турли усулларини қўллаган ҳолда яхши ижодий натижаларга эришяпти десак, хато қилмаган бўлаемиз.

*Дарья ОСМАНОВА
(НУУЗ, прен.)*

ТЕЛЕВИДЕНИЕ В "ГЛОБАЛЬНОЙ ДЕРЕВНЕ"

Современный мир уже вошел в стадию становления "глобальной деревни". Этот процесс уже начат и необратим. Он с каждым годом углубляется. Спутниковое телевидение дает возможность настраиваться на телеканалы всех стран мира, сеть Интернет предлагает богатый выбор достоверной информации и просто слухов и домыслов на любую тему. Любой вопрос мы можем обсудить на форуме с представителями различных стран (конечно, при условии знания языка). Информация облетает мир в считанные секунды и в ярких визуальных образных формах предстает перед человеком.

"Концепция "глобальной деревни" (global village) принадлежит Г.М. Маклюэну, утверждавшему, что под влиянием электронных слуховизуальных средств связи люди вновь обретают многомерность чувственного восприятия мира, свойственного первобытному периоду истории общества, и вместе с этим развиваются тенденции к "неотрайбализации" мирового сообщества. Суть этого процесса Маклюэн видел в приобщении огромной массы людей к телевизионному мифотворчеству, называя его "электронным возвращением в первобытный век палеолита", где каждый зритель, сидя у телевизора, становится участником новой телевизионной общинности планетарного масштаба".

Наблюдая за современной действительностью можно заметить, что Маклюэн оказался абсолютно прав. Глобальная деревня еще в полной мере не сложилась, но уже на современном этапе можно увидеть, что люди, как потребители информации мыслят глобальными категориями, им интересно, что происходит в мире. И иногда далекие новости становятся даже более востребованными, чем те, что происходят в непосредственной близости от потребителя информации. В этом один из феноменов телевизионного сознания. Корреспондент газеты "Аргументы и факты" Вячеслав Костиков пишет в своей статье "Кому мы плагируем за "черную Фатиму?": "Взять хотя бы нас, россиян. Мы возмущаемся взрывами в Чечне, США, Египте. Следим, как в детективе, за ходом расследования терактов в Лондоне... И почти "устали слушать" о том, что в России 50 тысяч наших соотечественников ежегодно гибнут от паленой водки. <...> Мы негодуем, узнав, что американская приемная "мать" забила русскую девушку. И стыдливо молчим о том, что наши матери от безысходности и алкоголизма ежегодно убивают или подбрасывают к чужому порогу тысячи своих детей. Что в наших российских (а не в американских) домах ежегодно от террора взрослых страдают 40 тысяч детей...

Почему мы также горько, как жертв теракта в Беслане не оплакиваем русских детей, ставших инвалидами от жестокости собственных родителей, от хронического недоедания, от детского туберкулеза, косящего молодые жизни в сырых, нетопленных

бараках, оставшихся нам от времен сталинизма? Сталина нет, а бараки стоят. Почему мы терпим это?"

Потому, что мы люди телевизионного типа мышления. Нас "не трогают" близкие, слишком очевидные и имеющие конкретное решение проблемы. Гораздо "интересней" обсуждать и переживать о далеких трагедиях, чужих бедах и неоднозначных проблемах.

Исходя из контент анализа новостных программ можно сделать вывод, что и узбекское телевидение редко прибегает к подробному освещению многих проблем республиканского масштаба. Основные темы дня - это новые законы и постановления, официальные документы, различные конференции и встречи, репортажи о строительстве и работе промышленных предприятий, "вести с полей", сюжеты о малом и среднем бизнесе. В области культуры - это новые постановки театров, гастроли, и другие мероприятия. Проблемные сюжеты, например, готовит студия "Равнак". Здесь, как правило, поднимаются проблемы, связанные с коммунальной сферой. И это "горячие", определенные проблемы конкретной группы людей. Журналисты студии "Равнак" через конкретные трудности небольшой группы раскрывают проблему, актуальную для многих. И в данном случае можно говорить о практической эффективности их деятельности.

На российских каналах очень много передач на "проблемную" тематику. Так, к примеру, в программе "Пусть говорят" с Андреем Малаховым поднимаются актуальные проблемы. Но, на наш взгляд, эти задачи "глобального" масштаба не имеют простых решений и потому обсуждение их в студии, как правило, приводит к высказыванию стереотипных точек зрения, а проблема остается нерешенной. Конечно, второй вариант более зрелищный и вызывает большой резонанс у зрителей, так как проблема "раскручивается" вокруг архетипической ситуации, вокруг нее создается шоу, горячее обсуждение, столкновение противоположных сторон с бурными всплесками эмоций, но в первом случае телевизионное воздействие более эффективно в практическом плане, несмотря

на то, что, вероятно, проигрывает в зрелищности и сенсационности.

Видимо, качества, отмеченные Маклюэном влияют и на то, что современное телевидение приобретает развлекательный характер, и даже вокруг серьезной проблемы, чтобы она была воспринята, необходимо создать шоу, зрелище, иначе, она пройдет серым пятном мимо сознания зрителя, либо он просто переключит канал. Как результат появились новые формы подачи серьезной информации, смешанной с развлекательной. "Сближение различных СМИ, появление общих для разных каналов содержательных продуктов ведет к рождению новых интегрированных жанров. Продуктом телевизионной эпохи стал инфотейнмент (information + entertainment), Эпоха Интернета создала эдютейнмент (education + entertainment), индивидуализированные каналы современной информации породили инфоториал (information + editorial)".

Первая передача в жанре инфотейнмент на Российском телевидении появилась в 1996 году и называлась она "19.59" "Ее странное название шло от времени выхода в эфир - ровно на минуту раньше конкурентов с канала "Россия" (РТР). Сразу становилось очевидной истинная цель: не только придумать нечто новое в эстетике творчества, но и насолить коллегам, выиграть у них гонку за рекордным рейтингом. В "19.59" информация и эффектные концертные номера жили в эфире, почти не соприкасаясь друг с другом, как части многослойного пирога.". Сейчас по такому принципу строится эфир почти всех негосударственных и некоторых государственных радиостанций Узбекистана. Более профессионально данный жанр используется в телевизионных передачах Николая Сванидзе "Зеркало", Леонида Парфенова "Намедни" и т.п.

Слияние информации и развлечения породило более простой, ненавязчивый и комфортный способ восприятия. В цитате говорится, что эпоха Интернета создала эдютейнмент мы не можем с этим полностью согласиться. Ведь на УЗТВ есть множество детских и юношеских передач, где развлечение связано с обучением Это и языковые передачи и передачи для детско-юношеской и взрослой аудитории. Также существуют

специальные обучающие мультфильмы и телефильмы. Это также говорит о комфортности и естественности восприятия аудиовизуальной телевизионной информации. Компьютерные технологии расширили возможности телевидения в этом плане, так как конвергентные возможности позволяют включать в обучение и печатный текст (гипертекст), и фотоизображение и видеоизображение и только звук, что при определенных условиях дает лучший результат.

Телевидение как холодное, вовлекающего в соучастие средства общения. Поэтому "горячие", бьющие на эффект приемы уменьшают его действенность. Напротив, радио - это горячее средство общения. Оно работает эффективнее с помощью приемов, усиливающих настоятельность своих сообщений. Радио не вызывает такой высокой степени соучастия аудитории в своих передачах, как телевидение. Его роль состоит в том, чтобы создавать звуковой фон или устранять шумы, как в случае с подростком, открывшим в радиоприемнике средство отгородиться от своего окружения. Телевидение не подходит для создания фона. Оно завлекает вас, и без этого, что называется, не обойтись".

Таким образом, телевидению не нужны усиливающие спецэффекты, оно и без того эффективно воздействует на сознание реципиента. Слишком яркие детали отвлекают от главного. В телевизионной практике уже выработаны некоторые правила, соответствующие данному теоретическому заключению Маклюэна. Например, то, что диктор телевидения не должен иметь в своем облике ярких броских аксессуаров, а также отвлекает от основной информации его жестикауляция. Электронная техника открывает перед создателями телевизионного продукта широкие возможности. И здесь очень важно знать меру при использовании спец-эффектов, так как можно получить обратный результат и абсолютно неожиданную реакцию. Телевизионный образ воздействует как на сознание, так и на подсознание вызывая определенные эмоции и чувства, знание механизмов этого воздействия в значительной мере повысит эффективность телевизионных передач. Телевидение из всего многообразия сцен действительности высвечивает

отдельные события, некоторые наделяет символическим значением. Таким образом, телевизионная передача, где журналист творчески, как художник работает над визуальной частью, с не меньшей ответственностью, чем над текстом - это произведение искусства, но искусства массового, в отличие от искусства классического.

Телевидение вело в массы живой и понятный представителям различных культур язык визуальных образов, который сблизил народы через органичный, естественный и понятный обмен информацией. Что приблизило глобализацию во всех сферах общественной жизни.

*Амирулло КАРИМОВ
(ЎзДЖТУ, катта ўқитувчи)*

ТОК-ШОУЛАРДА МУАММОЛАР ТАҲЛИЛИ

Ток-шоу интерактив телевизион жанр ҳисобланади. Уларда ҳаётдаги турли хил муаммо, ҳал қилиниши лозим бўлган муҳим масалалар ва воқеа-ҳодисалар таҳлил қилинади, бошқа жанрдаги кўрсатувлар сингари маълумотлар бериб борилади. Улар бошқа жанрдаги кўрсатувлардан ўзининг тайёраланиши ва етказиб бериш усули билан фарқ қилади. Ток-шоунинг асосий тамойилларидан бири, бу ҳақиқат ва реалликка асосланишидир. Ана шу тамойил бўлмаса, экран олдида ёки аудиторияда ўтирган томошабинлар мавзуга унча қизиқмайдилар. Ток-шоуларда бериб бориладиган мавзулар одатий бўлиши мумкин. Аммо, у очиб берилиши ва турлича ёндашув билан бизни ўзига жалб қилади. Кўрсатувга таклиф этилган қаҳрамонлар ҳам ўз ҳаётий тажрибаларидан келиб чиққан ҳолда гапириши, унинг янада жонли бўлишига катта ёрдам беради. "Кундалик ҳаёт, ёшларнинг тарбияси хорижда суратга олинган ва эфир орқали, баъзан эса катта экран воситаси ила ўзгаришга учраётганини унутмаслик лозим. Шу боис "таъсир кучи" бўлган кино, ТВ асарлари марказида шундай қаҳрамонлар бўлсинки, бадий баркамоллиги, гўзаллиги, бунёдкорлиги, меҳри, саховати, самимияти, эл-юртга садоқати билан кўпчилик эътиборини қозонсин. хайрат уйғотсин.

Юртбошимиз кун тартибига қаҳрамон масаласини қўйишни таклиф этганлари бежиз эмас. Юртимизга Ватанини жон дилдан севадиган, унга истеъдоди, билими, ақл-заковати ила хизмат қиладиган кишилар керак. Бундайларни санъат, адабиёт тарбиялайди. Инсон фаолиятининг бу серкирра, ниҳоят нозик ва мураккаб соҳаси эса қаҳрамон билан, уни танлаш, бадний ифодалаш билан боғлиқ." Бу борада телевидениеда энг катта масъулият муаллиф маҳоратига боғлиқ. Муаллиф нафақат мавзу танлаш, балки мавзунини очишга ёрдам берадиган қаҳрамон танлаш масаласига эътибор қаратиши лозим. Ток-шоуларда бошловчининг ўрни ҳам алоҳида аҳамият касб этади. Ток-шоу бошловчилари доимо тетик ва сезгир бўлишлари талаб этилади. Бошловчи мавзунини чуқур ўрганиши ва берилиши лозим бўлган саволлар рўйхатини олдиндан тузиб олиши керак. Ток-шоу маълум бир ёшдаги эмас, балки барча ёшдаги инсонларнинг кўришлари учун мўлжалланган. Шунинг учун ҳам муаллиф қаҳрамон излаётганда у билан суҳбатлашиб кўриб, гапириш имкониятларини билиб олиши даркор. Муаллиф ва бошловчи аудиторияни бир нимага ўргатиб ёки нима дейишини айтиб қўйиши эмас, улар нима дея олади, нимани гапиргиси келмоқда - шунга қараб иш юритиши керак. Шунинг учун маълум бир мавзуга турли хил томошабин чиқариш лозим.

Бугунги кунда телевидение орқали жуда кўплаб, ранг-баранг ток-шоулар бериб борилмоқда. Ток-шоуларда биринчи навбатда мавзу тўғри танланган бўлиши керак. Чунки, нотўғри ёки оммани жалб қилишга қурби етмайдиган мавзу ток-шоунинг зерикарли чикишига сабаб бўлади. Ток-шоуларда аудитория иштироки, қаҳрамонлар ва экспертлар мавзунини очиш учун дастак ҳисобланади. Бугунги кунда ўзбек телеканалларида ҳам ток-шоулар сони ошиб бораётти. Улардан бири "50X50" ток-шоусидир. Ушбу ток-шоунини муаллиф ва бошловчи сифатида Нозима Воҳидова ва Нилуфар Умрзоқовалар олиб боришади. "50X50" ток-шоуси 2005 йилнинг сентябрь ойидан бошлаб экран юзини кириб келаяпти. Уларда кўтарилаётган айрим мавзуларга эътиборни қаратамиз. Кўрсатувда икки бошловчи икки позицияда туриб, ўз фикрини ҳимоя қилади ва бир-бирига қарши иш юритади. Ток-шоуда бугун ён-атрофимизда учрайдиган айрим

муаммолар тўғрисида сўз юритилиб, таҳлил қилинади. Кўрсатувда кўтарилган айрим мавзуларни келтириб ўтамиз:

Аёл бахти пулга боғлиқми?

Ота-оналар ва балоғат босқичидаги ўсмирлар орасидаги муносабатларда кимга қийин? Ота-онагами ёки фарзандга?

Аёл олий маълумотли бўлиши шартми?

Битирувининг пойдевори мустаҳкамми?

Истеъмолчилар билан ишлаб чиқарувчиларнинг муносабати бузилишига ким айбдор?

Меҳнатнинг таги роҳатми?

Боллага қандай тарбия берган маъқул: қатъийми ёки эркин, каби мавзуларни танлаб ўтишимиз мумкин.

Кўрсатувнинг 2006 йил 14 май куни эфирга узатилган сониди "Умр йўлдошингиз қандай бўлишини хоҳлардингиз?" мавзуси кўтарилди. Мавзу жуда кизиқарли. Инсон характери, муомала маданиятидан ташқари, инсоннинг ташқи кўриниши ҳаётда қандай ўрин тутиши ҳақида сўз борди. Яъни, семизлик ва озгинлик тўғрисида. Дастлаб аудитория ва экспертлардан иборат гуруҳ ўз муносабатларини билдирди. Кўрсатувнинг мазкур сониди таклиф этилган суҳбатдошларнинг биринчиси Ўзбек Миллий академик театрининг иктидорли актёри Шухратжон Нуралиев бўлди. Актёр ўзининг бир қанча роллари билан томошабинларга маълум. Санъаткорнинг фикрича, унинг ана шу вазни унга кўпроқ шухрат келтирган. Унинг фикрича, керакли тошнинг оғири йўқ ва бу вазни унча ортиқчалик қилмайди. Иккинчи бўлиб студияга таклиф этилган Молия академик лицейи ўқитувчиси Жамила Тўраева ҳам шу фикрларни тасдиқлади. Муаллифлар қахрамон танлаш билан бирга, шу мавзуга дахлдор мақолларни, хикматли сўзларни, доноларнинг фикрларини келтиришлари кўрсатув савиясини ошишига ёрдам берган. Биринчи нуқтаи назар илмий бўлди: "Инсоннинг семизликка дучор бўлишига фанда уч ҳолат сабаб бўлади: ирсият, кам ҳаракат, нотўғри овқатланиш". Ёки Рабиндранат Тагорнинг қуйидаги сўзлари ҳам келтирилган: "мен ўз-ўзини намоён қиладиганларни эмас, қалб кўзини намоён қиладиганларни яхши кўраман", деган сўзлари келтирилган. Очигини айтганда, биргина ана шу мақолнинг ўзида жуда катта маъно яширилган. Ток-шоу

бошловчиларида изланиш бўлмаса, мавзу ҳақида бирор бир маълумот бўлмаса кўрсатувнинг жонли чиқиши бирмунча қийин. Шу жиҳатдан бу икки муаллифнинг хатти-ҳаракатларини ижобий баҳолаш мумкин.

Мавзуни очишда тарихий ва замонавий қарашлар ҳам ҳисобга олинади. Шунингдек, миллий ва умуминсоний қадриятлар нуқтаи назаридан ҳам ёндашилган. Мисол учун, ўзбекларнинг келин танлашдаги миллий удумлари, Алишер Навоий давридаги қарашлар, французларнинг бу борадаги мулоҳазалари ҳам кўрсатувнинг бадиий савиясини ошишига хизмат қилган. Айтиш мумкинки, мавзуга ёндашув турлича ва ўзига хос.

"Ўзбекистон" телеканалида эфирга узатилаётган ток-шоулардан яна бири, "Оддий ҳақиқатлар"дир. Кўрсатувда ён-атрофда рўй бераётган ўзгаришлар, биз кўриб-кўрмай, билиб-билмай қилаётган ишларимиз ва жамики бизни ўраб турган барча ҳолатлар тўғрисида сўз боради. Муаллиф ва бошловчи Гулмира Мусажонова кўрсатув номига мос равишда ўз хатти-ҳаракатлари ва қийиниш маданияти билан намоён бўлади.

Кўрсатувнинг 2006 йил 6 май куни эфирга узатилган сони йўқолиб бораётган қадриятлар мавзусига қаратилди. "Замин" радиоси муҳаррири, журналист Ойбек Алиев бу борада ўз фикрларини қуйидагича ифодалайди: " - Биз хизмат қилаётган радиода барча ходимларнинг болаликда тушган расмлари осилган, бу бежиз эмас, бу уларни ўртайди. Болаликни, ширин дамларни эсга солади, деб фикр билдирса, яна бир иштирокчи, болалар кулоғи остида улар истаса-истамаса ўзбек мумтоз кўшиқларини кўйиш керак, улар эшитса, уларда эртага шунга нисбатан илиқ муносабат шаклланади, деган фикрлар билдирилди. Биргина ана шу кўрсатув мисолида бир қанча муаммолар ўртага ташланган. Биринчидан, бугунги ёшлар ўзбек мумтоз мусиқасини эшитмай кўйди. Истамаганидан эмас, муҳит шунақа. Радиода эстрада, телевиденида эстрада, хусусий газеталарда эстрада мавзуси ёритилган. Эстрада кўшиқчилари ҳаёти тилга олинган. Ён-атрофда нима содир бўлаётган бўлса, улар шунга мослашади. Эътибор берсак, ёш эстрада кўшиқчилари хориж кўшиқларини ўғирлашади. Ўғирлашганда ҳам унинг

сўзини ўзбекча қилиб, мусикаси асли қандай бўлса, шундайлигича тақдим этилади. Клиплар эса хориждагидек ярим-яланғоч, бу клиплар ёшларга, уларнинг ахлоқига таъсир қилмай қўймайди.

Иккинчидан, кириб келаётган замонавий компьютер технологиялари ёшларнинг айрим кадриятларига қизиқишини сусайтирмоқда. Болалар китоб ўқимай қўйди. Бирор-бир маълумот керак бўлса, интернетни титқилайди. Улар ўз вақтини асосан, компьютерда ҳар хил ўйинлар ўйнаш билан, ҳар хил бемаъни фильмлар кўриш билан ўтказяпти. Миллий тарбиянинг бузилишида, умуминсоний фазилатларнинг топталишида бу салбий таъсир этмайди, деб ким айта олади? Бу масала ҳам ўта долзарб ҳисобланади.

Учинчидан, болалар тарбиясининг бузилишида, маънавий савиясининг тушиб кетишида телевидение ва радионинг ўрни борлиги, дастурлар мазмун-мундарижасига эътибор қаратиш кераклигини журналист О. Алиев тилга олади: - "Сериал бўлаётганда одамлар гапирмас ва болаларини ҳам тинч ўтиришини истар экан. Сериал воқеаларини яхшилаб кўриш учун, уларнинг ҳам шуларга диққат қаратишини истаган одами қандай тушуниш керак?" Иштирокчи журналист бунга ўзининг салбий муносабатини билдириб, жожа деб баҳолади. Лотин Америкасида суратга олинган сериалларнинг ёш авлод тарбиясига, миллий ва умуминсоний ахлоққа салбий таъсир кўрсатмайди, деб ким кафолат бера олади? Кўрсатувда ана шу салбий таъсирлар очиб ташланади.

Тўртинчидан, ота-оналарнинг ўз болаларига бераётган одоб-ахлоқ илми тўғрисида ҳам ўйлаб кўриш керак. Мисол учун кўрсатувда иштирокчилардан яна бири шундай дейди: "Болага кўғирчоқ ҳар кунни олиб бериладиган бўлса, бунинг оқибати ёмон бўлади. Кўғирчоқларини тез-тез алмаштирадиган бола, келгусида дўст танлашда ҳам шу йўлни тутати. Яъни, меҳрсизлик вужудга келади. Дўстларини тез-тез алмаштиради." Бундай ажойиб, ибратли мисолларнинг тарбияда жуда катта аҳамияти бор.

Ток-шоуда мазкур йўналишида яна бир қатор муаммолар ҳам ўртага ташланди. Кам китоб ўқиладигани, болаларга эртақлар ўқиб бериш йўқ бўлиб кетаётгани ҳақида ҳақли эътирозлар

бўлди. Бундан ташқари интернет клубининг таъсири, ҳар хил фильмлар таъсирида оқибатсизлик, ёвузлик, қаҳру ғазаб пайдо бўлаётгани ва кадрятлар йўқолиб кетаётгани ҳақида сўз борди. Шу ўринда бошловчи маҳорати ҳақида гапирсак, у мавзуга нуқта кўяр экан, шундай жумлаларни келтиради: " - Замонавий техникалар таъсирида сунъий овоз, сунъий қилиқ, сунъий завқ юзага келди."-дея ўз муносабатини билдириб, йиғилганлар диққатини тортишга ҳаракат қилди.

"Оддий ҳақиқатлар" кўрсатувиининг сонида инсоф ва инсофсизлик мавзуси кўтарилди. Тўғрисиини айтганда, бу мавзу ҳам жуда муҳим. Мавзу шунақа очиб берилдики, тилнинг ўзига хослиги ва услубнинг оддийлиги ҳеч бир томошабинни бефарқ қолдирмайди. Биз ҳар куни кўчада, бозорда, иш жойимизда дуч келадиган, ишлатадиган бу тушунчалар давр нуктаи назаридан ҳам жула муҳим. Муаллиф маҳорати бериладиган саволларида яққол акс этади.

Инсофни чегаралаб бўладими?

Инсоф борасида йўл-йўриқларга қандай амал қиляпмиз?

Инсофли одам бўлиш - шунчалик қийинми?

Инсофни болалардан ўрганиш керакми, сингари оддий саволларга иштирокчи ҳам, йиғилган аудитория ва томошабинлар ҳам тез ва осон жавоб бера олади. Саволларнинг оддий кўйилиши мавзунини таҳлил қилишга яқиндан ёрдам беради.

Таклиф этилган ҳар бир иштирокчи одатда ўз ишининг устаси бўлиши керак. Иштирокчиларнинг айтаётган ҳар бир фикри ҳаётий, далилли ва албатта, томошабинбоп бўлиши лозим. Кўрсатувга таклиф этилган шоира ва журналист Ўктамхон Холдорова келтирган мисол ҳам тарбиявий нуктаи назардан кўчада тирикчилик қилаётган, ана шундай хатоларга йўл кўяётганларга мактаб бўла олади. "Мактабда сотилган куртка нега оҳақ, алебастер аралаштирилган? Бир пайтлар айрим хашаротларни йўқотиш учун оҳақдан фойдаланилган", дея иштирокчиларнинг келтирган мисоли жуда ҳаётий. Бундай ҳаётий далиллар томошабиннинг барча қатламларига таъсир этади.

Эътибор берадиган бўлсак, Ўзбекистон телевидениеси кўрсатувлари орасида бугунги кунда ток-шоулар алоҳида ўринга

эга бўлиши билан бирга, аудитория бу кўрсатувларни севиб томоша қилади. Айниқса, ёшлар. Ёшлар фақатгина ўғитлар асосида қурилган дастурлардан кўра, энгил қабул қилинадиган жанрда тайёрланган кўрсатувларни севиб томоша қилади. Келгусида ижодкорлар бу мавзудаги кўрсатувлар сонини янада оширишлари керак. Бугун экранга чиқаётган хориж сериаллари айрим ёшларимизга салбий таъсир этиб, ахлоқ масаласида муаммоларни келтириб чиқараяпти. Хориж телеканалларининг турли мавзудаги кўрсатувлари "Окна", "Дом 2" кабилар, сериаллар, дам олиш кунлари эфир юзини кўрадиган айрим бадний фильмлар ёш авлод тарбиясига таъсир этмайди, деб ҳеч ким кафолат беролмайди. Бугун бу жараёнларни тўхтатиб бўлмайди. Бугун жаҳон аҳли бу "қозон" ичида қайнамоқда. Ягона йўли - ўзимизнинг журналистларимиз, киночиларимиз ва барча соҳага дахлдор бўлган барча ижодкорлар жаҳон стандартларига жавоб берадиган ижодий ишлар тайёрламоғи лозим. Юртбошимиз айтганидек "Фикрга қарши фикр, ғояга қарши ғоя, жаҳолатга қарши маърифат билан баҳсга киришиш керак". Янги ғоялар, янги ёндашувлар билан ўзига хос услубга эга бўлган кўрсатувлар, сериаллар ва бадний фильмлар яратилиши, кенг томошабинлар оmmasига ҳавола қилиниши керак.

Алишер МАТЁҚУБОВ
(ЎзЖТУ, ўқитувчи)

“FOX NEWS” ТЕЛЕХИЗМАТИ ВА УНИНГ АСОСЧИСИ РУПЕРТ МЭРДОК МЕДИА ФАОЛИЯТИ

1996 йил 7 октябрь куни АҚШ оммавий ахборот воситалари тарихида унутилмас кун бўлди. Бу кун "Фокс Ньюс" телеканали кўрсатувлари биринчи марта эфирга чикди. "Фокс Ньюс" кўрсатувларига жуда кам эътибор берилган, чунки унинг аудиторияси жуда оз эди. Кабел телевидениесига эга бўлган фақат 17 млн АҚШликлар телехизмат кўрсатувларини кўриш имкониятига эга эди.

"Си-эн-эн" телеканали менеджерлари "Фокс Ньюс" телеканали тез орада рақобатга бардош бера олмай, инкирозга

учрайди", деган тахминлар қилишганди. Лекин аксинча бўлиб чикди, тўрт йил ичида "Фокс Ньюс" телехизмати аудиторияси "Си-эн-эн" теле хизматиникидан сезиларли даражада кўпайди (АҚШ миқёсида). Бугунги кунда "Фокс Ньюс" телехизмати Америка Кўшма Штатларининг кабел телевидениелари орасида энг биринчи десак, ҳеч муболага бўлмайд.

"Фокс Ньюс" ва "Си-эн-эн" телехизматлари янгиликларни таҳлил қилиш усулини киёслайдиган бўлсак, улар бир-биридан жуда кўп томонлари билан фарқ қилади. Масалан, 2001 йил 11 сентябр Америкадаги портлашларни оладиган бўлсак, бу ерда "Фокс Ньюс" фақатгина портлаш бўлган кунни тасвирга олиб, янгиликни ўз аудиториясига тақдим этди. Эртаси куни ҳам ижодий гуруҳ, воқеа жойига борди лекин у ерда узлуксиз бўлаётган жараёни тасвирга олмади. Аммо қандайдир янгилик бўлиб қолгудек бўлса, "Фокс Ньюс" ижодий гуруҳи уни биринчи бўлиб эфирга узатиш ҳаракатини қилади. Ижодий гуруҳ, воқеа жойида навбатчилик қилаётган бир пайтда "Фокс Ньюс" студиясига сенатор, Пентагон вакили ёки биронта кучли сиёсатшунослар таклиф этилиб, бўлиб ўтган воқеа хусусида баҳс-мунозаралар юригадилар.

"Си-эн-эн"да эса бунинг акси-улар кўпроқ тасвирдан фойдаланишади.

Яъни, воқеа жойида ижодий гуруҳ, туну-кун навбатчилик қилади, у ерда нима бўлаётган бўлса, тўлалигича тасвирга олиниб, аудиторияга тўғридан-тўғри етказилади. Одатда бу каби репортажларда репортёр кўрсатувининг бошида "Stand up" қилиб, яъни аудиторияга бўлиб ўтган воқеа-ҳодиса тўғрисида қисқача маълумот бериб ўтиб, қолган маълумотларни эса аудитория тасвир орқали бевосита кўриб олишлари мумкин бўлади. Одатда узоқ давом этадиган репортажлар шарҳсиз бўлади (No comment).

Демак, "Фокс Ньюс" ва "Си-эн-эн" телехизматлари ўртасидаги фарқ шундаки, "Фокс Ньюс" телехизмати янгиликларни асосан студияда сиёсатшунослар билан таҳлил қилса, "Си-эн-эн" аксинча, воқеа-ҳодисаларни жойидан узлуксиз тўғридан-тўғри эфир орқали ўзининг аудиториясига етказди. У ердаги қутқарув хизмати, тез тиббий ёрдам ва шунга ўхшаш хизмат вакиллари билан ва воқеанинг ёки бирон бир янгиликнинг

бевосита шоҳиди бўлган шахслардан интервьюлар олишади. Баъзан шарҳсиз эфирлар ҳам бериб туради.

Энди "Фокс Нъюс" телехизмати асосчиси медиа-магнат Руперт Мэрдок фаолиятига тўхталсак. Кейт Руперт Мэрдок 1931 йил 11 мартда Мельбурн шаҳрида дунёга келади. 1952 йил Британиянинг Оксфорд университетининг магистратура йўналишини битирган ва шу йилнинг ўзида отасининг соғлиги оғирлашгани сабабли, Австралияга қайтиб боради. 1953 йилда Мэрдок отасининг "The Adelaide News" газетасини мерос қилиб олади. У газетани юргиза бошлагандан кейин, унга рақиблари томонидан бу газетани сотиш тўғрисида кўп таклифлар келади, лекин у биронтасига рози бўлмайди. Рақиблар томонидан хатто дўк-пўписалар, кўркитишлар ҳам бўлган. Руперт Мэрдок биринчи марта қоида бўйича иш тутмади; у унга келган ҳар хил дўк-пўписали хатларни газетасининг биринчи бетида чоп қилиб чиқди. Бу билан у ўзининг рақибларига Руперт Мэрдок билан ҳазиллашиш ёмон оқибатларга олиб келишини исботлаш билан бир қаторда, газетасининг рейтингини ҳам кўтариб олди. Чунки чоп этилган хатлар жуда катта шов-шувга олиб келди. 1959 йилда Мэрдок Австралиянинг энг йирик шаҳарлари Мельбурн ва Сиднейнинг деярли барча нашрларига эга бўлди.

1964 йилда Австралиянинг энг кўзга кўринган газетаси "The Australian"ни қўлга киритди. Кейинчалик Оксфорддаги курсдошлари орқали Англиянинг "News of the World" газетасини сотиб олади. 1969 йил инкирозга учраётган "The Sun" газетасини ҳам сотиб олади. 1971 йилгача газета тиражи бўйича биричи ўринга чиқди. Бунинг асосий сабаби, Мэрдок газетада норнографик расмлар чоп эта бошлади. Бу нарсага мутасадди ташкилотлар ва раҳбарлар салбий муносабат билдиришди. Уларнинг муносабатига жавобан Руперт Мэрдок "Мен омманинг талабларидан келиб чиққан ҳолда иш олиб бораман", — деб жавоб қайтарди.

1976 йил "The New York Post" газетасини сотиб олади. Лекин Мэрдок бу газетанинг сиёсий йўналишини ўзгартирмайди ва шу билан бир қаторда, сиёсатчилар мақтовига эришади. 1988 йил Руперт Мэрдок "Collins Publishers" нашриётини қўлга киритади ва кейинчалик уни Американинг матбаа-ижодий уйи

"Harper&Row" билан бирлаштиради ва унинг номини "Harper/Collins" деб атайди. 1981 йил Мэрдок Англиянинг "The Times" газетасини сотиб олади. Бу газетани кўлга киритиш осон бўлмаган. Кўпчилик журналистлар, сиёсатчилар, ҳатто "The Times"да ишлайдиган журналистлар ҳам "The Times"ни янги раҳбари айнан Руперт Мэрдок бўлишини чин маънода хоҳлашмаганди. Нимага деганда, улар Мэрдок қайси газетани олмасин, уни "уч карра С"га айлантиришга ҳаракат қиларди ва кўп ҳолларда ўз мақсадига эришишини билар эди. Уч карра "С" нима дегани, дейсизми?, "Скандал, секс ва спорт".

"Fox News" аслида АҚШ ҳукуматининг норасмий канали ҳисобланади. "News" телехизмати ёрдамида Оқ уй Америка аҳолисининг кўп қисмини Ироқдаги уруш ҳақида ёлғон маълумотлар билан хабардор қилиб турган. 2004 йил "Fox News"нинг Америка-Ироқ, уруши ҳақидаги 38 фоиз репортажлари урушни ижобий томондан ёритган. Шу репортажлардан келиб чиққан ҳолда, Мэрилэнд штати университетининг олимлари томонидан ижтимоий тадқиқот ўтказилди. Тадқиқод хулосаси шундан иборат-ки, "Fox News" телехизматининг телетомошабини Ироқда оммавий қирғин қуроли излари топилганлигига ишонч ҳосил қилган эди", "Саддам Ҳусайн билан 11 сентябрь бевосита боғлиқ, эканлиги исботланган", ва "дунёнинг бир қатор йирик давлатлари Америка уруш бошлаганини қўллаб-қувватлагани 89 фоиз аҳолига сингдириб бўлинганди. Ироқдаги урушни фақатгина "Fox News" юқорида айтиб ўтилган йўл билан ёритмаган, балки Руперт Мэрдокка тегишли бўлган барча оммавий ахборот воситалари ёритган. Уларнинг сони бугунги кунда бутун дунё бўйлаб 193 газета, 20 телеканаллар, бир нечта ахборот агентликларидан иборат.

"Fox News Channel" 2005 йилда ўз фаолиятида яна бир янги саҳифани очди. У "Sprint" уяли компанияси билан шартнома тузди. Энди "Fox News Channel" мухлислари янгиликларни, кўрсатувларни ва рекламаларни фақат телевизор экранларида эмас, балки уяли телефонлар дисплейларида кўриш имкониятига эга бўлдилар.

ИЖТИМОЙ РОЛИКЛАРНИНГ ТАРКИБИ ВА УЛАРНИНГ ТЕЛЕДАСТУРЛАРДА ТУТГАН ЎРНИ

Роликлар кичик мустақил бир асар бўлиб, у маълум вақт ичида бир ғояни воқелик асосида тасвир, матн, мусика асосида очиб беради. Роликларда маълум бир мавзу моҳияти қисқа вақт ичида сикик сюжетларда тигиз кайфиятда очиб бериш мўлжалланади. Бундан экран асарида кўтарилган мавзу долзарблигини ижтимоий аҳамиятга эга эканлигини, ижодкор хис қилиш зарурлигини таъкидлаш мумкин.

Тадқиқот жараёнида айни кунларда яратилаётган роликлар кўпроқ буюртма ёки маиший мавзу чегарасида қолаётганлиги аниқланди.

Роликлар яратишдан мақсад, оммани сафарбарликка ундашдан иборат. Роликлар ўз ичига давр руҳи, содир бўлаётган воқеа, ҳодисалар, уларнинг таҳлили, ютуқ-муаммоларини қамраб олади. Ҳар бир роликда илгари сурилган ғоялар маълум мақсад сари йўналтирилганлиги, мазмун, моҳияти ихчам шаклда сикик композиция билан ечимга олиб бориш соф телевизион санъат ҳисобланади. Роликларда тасвирий воситаларнинг қўлланилиши, деталлардан унумли фойдаланиш энг муҳими вақт бирламчилиги масалалари, изчиллик ва тезкорлик информацион бадий воситалар орқали ифодалаш унинг соф телевизион асарлигини белгилаб беради.

Бундан ташқари роликлар кичик телеасар бўлиши билан бирга, маълум маънода кўрсатувлараро, томошабин ва экран орасида "воситачи", "бошловчилик" вазифасини ҳам бажаради. Бундан келиб чиқиб, роликларни ижтимоий, бадий информацион сюжетли реклама роликларига ажратишимиз мумкин. Бадий, ижтимоий-сиёсий роликларни таъсир кучи юқорилиги сабабли, корхона, ташкилот, фирма, банклар ҳам бундан унумли фойдаланишади. Масалан, "Фармед", "Ягона фалак паноҳида", "Пахтабанк" газ, электр ва бошқа тармоқлар муаммоларни ечишда, тарғиб қилишда роликлардан унумли

фойдаланишади. Шунингдек, "Камолот" ёшлар ижтимоий ҳаракати ҳам ижтимоий роликлардан самарали фойдаланиб келмоқда.

Информацион сюжет ёки роликларни яратишда сценарий муаллифи гоёси тасвирий ифодавий воситаларидан унумли фойдаланиш билан уйғунлашгандагина, сюжет ва композициянинг ўзига хос ечимини топа олсагина, ижобий натижаларга эришиши мумкин.

Муаллиф ва режиссёр Ф.Шамсиметовнинг "Она сўти", "СПИД", "Гиёҳвандлик" каби роликлари шулар жумласидандир. Роликлар ҳаётий воқеа, ҳодисалар асосида қурилса ва унда миллийлик уфуриб турсагина, замон талабига жавоб беради.

"Равнақ" студияси томонидан тайёрланаётган роликлар ҳам эътиборга молик. Ҳаммамизни кунлик эҳтиёжларимизга зарур бўлган газ, сув, электрни тежаб-тергаш ҳаммамизнинг вазифамиздир. У бизнинг мулкимиз. Биз эса ана шу давлатни бир бўлаги эканмиз ҳамда ўз манфаатларимизни бошқалар манфаатидан устун қўймаслигимиз, ушбу роликда актёрлар ижросида маҳорат билан ижро этилган. Бундай роликларда асосий мақсад кимгадир қилинаётган эътибор у фақат кимгадир эмас, балки ўзига ҳам қилинаётганини ҳис этишига ундаш керак. Реклама роликлари билан ижтимоий-сиёсий роликлар орасидаги фарқ нима билан белгиланади? Иккаласи ҳам буюртма ҳисоблансада, бири бирор корхона, ташкилот, фирманинг мақсадларига хизмат қилиб, унга рақобатдош корхона олдида нуфузини оширибгина қолмай, маҳсулотларини тезроқ сотишга ёрдам беради. Яъни, шу корхона маълум вақт ичида рекламага кетказган пулини қоплайди. Ижтимоий роликларда эса унинг натижаси йиллар давомида кузатилади ва шу билан бирга унинг натижаси анча салмоқли ва залворлидир. Биз ҳозир ёшларимизга бераётган маънавият-маърифат уруғлари — келажак авлод қандай тарбияланишига замин яратади. Ижтимоий роликларнинг асосий мақсади жамият олдида турган ўз ечимини топмаган глобал муаммоларни илгари суриш ва кенг халқ оммасига ҳавола қилишдир. Гиёҳвандлик, ОИТС ва бошқа бир қатор муаммолар ижтимоий роликларда акс этиши, шу билан бирга омманинг эътиборини қозонмоғи лозим. Мана шундай долзарб мавзудаги

роликлар афсуски, телерадиоканалларда жуда кам учрайди. Пишиқ-пухта ишланган роликнинг эса, таъсир кучи юқори бўлади. Жамиятимизда ўз ечимини кутиб ётган талайгина муаммоларга боғлиқ роликлар яратиш мумкин, лекин бу жараён негадир суёт давом этмоқда.

Энди юқоридаги фикримизга қайтсак, давр талабига жавоб бермайдиган матн тасвир уйғунлиги умуман бир-бирига мос тушмаган, талайгина роликлар экранда намойиш этилаётгани кишини таажубга солади. "Янги йилда сендан фақат яхшилиқлар кутамиз", "Янги йилда ҳеч ким безътибор қолмайди", "Юртим кишилари" каби роликларда мавзунинг долзарб эмаслиги, сюжет ва композиция тузишда фикрларнинг изчил давом эттирилишида ўзига хос услубий изланишларнинг мавжуд эмаслиги (поезд хайдовчиси, маҳалла оксоқоли монологи), фикр тарқоқлиги ва мантқиқсизлиги - "Пойтахтимизда буюк ўзгаришлар бўлаяпти". Буюк ўзгаришларни пойтахтда кўрган бўлсак, бошқа вилоятларда ҳам ўзгаришлар бўлаяпти. Вилоят ҳам пойтахт ҳам битта республикага қарайди-ку. Ёки "Шу ишларнинг барчасини маҳаллий ёшлар бошқармоқда". Яна қандай ёшлар бор, улар қаердан келади, деган табиий савол туғилади, томошабинда.

"XXV асрлик Бухоро" номли роликни олайлик. Телевидениеда тасвир кучи билан берилаётган ғояни матнсиз ҳам очиб бериш имконияти мавжуд. Лекин бу дегани, кадрлар кетма-кетлигини яшаш керак, дегани эмас.

Бу ролик учун танланган аниқ мақсад йўқ. Матн ҳам йўқ. Демак, муаллиф ва режиссёр олдида шундай масъулият туриши матннинг ўрнини босадиган, кадр мазмунини очиб берадиган шакл топиши керак.

Ушбу роликда эса Бухоро мақбарасининг ташқи кўриниши ва компьютер олдидаги талабаларнинг иш жараёни кўринади.

Тасвирда:- Мақбара - компьютер (йирик планда)

- Умумий клавишлар (ўрта планда)

- Зардўст тикаётган қизлар (йирик план)

- Мақбара: либослар намойиши (умумий планда)

- Умумий рақс (ўрта планда)

- Хорижликлар (умумий планда)

- Мақбара, рақс (йирик планда)
- (Умумий ўрта) планларда хорижликлар чой ичишяпти.
- Йирик планда ўйнашяпти. Умумий планда шу ҳолатлар қайтарилади.

Ролик шу ҳолатда яқунланади ва "XXV асрлик Бухоро" титри чиқади. Энг кизиги, ушбу ролик Бухоронинг тарихийлигини таъкидлаш керак бўлсада, ундаги мусиқа эса Ваннеса Мэй ижросидаги темпли композициядан иборат.

Тадқиқот даврида эътиборимизни тортганларидан яна бири, кўпроқ эркин мавзуда яратилган роликларнинг бирмунча мукамалроқ ва бадий савияси баландлигини кўрдик. "Ўзбекистон", "Ёшлар" телерадиоканалларида яратилган баъзи роликларда изланиш камлиги, такрор, бир хил деталлардан (масалан, соат, гул) айнан бир мартаба олинган кадрдан такрор-такрор фойдаланилганлигини, мисол учун "Ватанга хизмат муқаддас бурчдир!" ролигида битта қахрамон фуражка ушлаган болани бир неча роликда учратишимиз мумкин.

Ҳар бир янги давр санъати, адабиёти ўзидан аввалги бадий ривожланишда эришилган анъаналарни давом эттиради. Телевизион кичик сюжетли информацион асарларни ҳам янги технологияларнинг кириб келиши, ривожланиши ва унинг пойдеворида бадий ифодавий воситаларни мукаммалашувиға ҳам боғлиқ. Шунга қарамай бу жараёнда ижодкор истеъдоди, билим ва тафаккурининг аҳамияти катта.

Телевизион роликларнинг мавзулари кенгайиб, шаклланиб бориши теледастурлар мукаммалигини таъминлаш билан бирга, информация етказиш жараёнини такомиллашувиға ҳисса қўшади, қолаверса, телевидение савиясини кўтаради. Ролик ижодкорларида замонавий технология ижодкор ижодий тафаккури билан уйғунлашганда, чуқур ғоявий мазмун кашф этиб, мукамал телеасар-ролик яратиш мумкин.

Бадий-информацион ушшоқ сюжетлар-роликларни яратишда қуйидаги тавсияларни берамиз:

1. Кичик ҳажм, сиқик сюжетда асосий ғояни очиб бериш масъулияти борлиги учун ҳам роликлар яратишда сценарий муаммоларига эътибор қаратиш керак.

2. ЎзТВ каналларида роликларнинг мавзу доирасини кенгайтириш.

(Чунки бугунги кунда асосан маълум саналаргагина бағишланган роликлар яратилапти).

3. Роликлар учун махсус сценарийлар ёзиш.

4. Экран асарининг драматургик концепсиясини ишлаш.

5. Бугунги кунда роликларни дастурлардаги тугган ўрнини социологик тадқиқот асосида ўрганиш (эфирга қандай, қачон, қанча, қай йўсинда бериш масалалари).

6. Роликларнинг эфирга узатиш жараёнида вақт, аудитория масалаларини ҳисобга олиш.

7. Роликлар яратишда ижодий муҳит ва ижодий жараён яратиш.

8. Ролик ижодкорлари малакасини ошириш борасида тренинг тадқиқотлар олиб бориш.

9. Роликларни телевидение дастурларида намойиш этилаётган сериал ёки бадиий фильмлар орасида бериб бориш (баъзи ҳолларда экранда узатилаётган ёт ғояларни тарғиб қилувчи "ур-сур" фильмлар орасида меҳр-мурувват, яхшилиққа ундовчи роликларни бериб боришни тавсия қилган бўлар эдик).

Бекзод ҚОБУЛОВ

(ЎЗМУ, Олий журналистика курсларининг магистранти)

ЖУРНАЛИСТИКА ВА ИЖТИМОЙ ФИКР: СОЦИОЛОГИК ТАДҚИҚОТ НАТИЖАЛАРИ

Айни пайтда мамалакатимиз аҳолисининг асосий қисми ахборотларни телевидение орқали олади. Шундай экан, кўрсатувларнинг кейинги вақтлардаги сифати ва савияси қай даражада? Томошабинларга қандай мазмундаги ғоялар тарғиб этилмоқда? Телекўрсатувлар ҳақида жамоатчилик фикри қандай? Қуйида ана шу саволларга жавоб беришга ҳаракат қиламиз.

Маълумки, жамоатчилик фикри ижтимоий онгнинг ўзига ҳос динамик намоён бўлишидир. Воқеа-ҳодисалар ривожланиб, янгиликлар рўй бергани сайин, жамоатчилик фикри ҳам янги-

янги хулосалар, мулоҳазалар асосида жамият тараққиётига таъсир кўрсата бошлайди. Жамоатчилик фикри ҳақида гапирар эканмиз, бир нарсани таъкидлаш жоиз: зиёлилар қатлами бу муҳим жараённинг энг фаол ҳалқасидир.

Республикамиз аҳолисининг асосий қисми ёшлар экан, фикримизнинг уларнинг телевидениедаги инфор­мацион дастурларга муносабати мисолида асослаб берсак.

Яқинда жамиятимизнинг илғор фикрли зиёли ёшларининг янгилликлар журналистикасига муносабати тўғрисида социологик сўровнома ўтказдик. Респондент танлашда ўзига хос услуб билан ёндошилди ва Ўзбекистон Миллий университети магистрантлари (айни шу соҳа кишилари бўлгани учун журналистика факультети магистрантлари жалб этилмади) мазкур тадқиқотларда қатнашдилар.

Зиёлиларнинг энг сараланган қатлами, илм-фанимизнинг бўлажак заҳматкашлари - магистрантларнинг инфор­мацион журналистикага муносабати, айтиш мумкинки, соҳа кишиларининг бўлғуси фаолияти учун жиддий, асосли мулоҳазаларни ўртага таш­лайди. Қолаверса, жамиятнинг юқори поғоналари остонасида турган интел­лектуал ёшларнинг бугунги фикрлари эрта-индин катта юқтимой ҳодисаларга айланади. Бу жараённи ўрганиб, кузатиб бориш, уларга ҳамоҳанг қадам ташлаш, кўрсатувлар ва аудитория ўртасидаги алоқаларни янада мустаҳкамлайди.

Респондентларга қуйидаги саволлар билан мурожаат қилинди ва бу борада бир канча хулосаларга келинди.

1. Сиз янгилликларни, асосан қайси манбалардан оласиз?

- А. ЎзТВ
- В. "Ёшлар" канали
- С. Чет эл каналлари
- Д. Интернет.

Натижа:

12%	60%	12%	16%
-----	-----	-----	-----

Хулоса: умумий олганда, яъни барча ахборий кўрсатувларни кўшиб хулоса чиқарганда, "Ёшлар" канали томошабинлар ишончини қозониб келмоқда. Чунки мазкур каналда ёшлар эътиборини торта оладиган кўрсатувлар кўп ва уларнинг мазмун - моҳияти ахборий дастурларга мойил. Бизни ўйга солган нарса шуки, жами 26% ёшлар бошқа манбалардан фойдаланмоқда. Тўғри, ахборот олиш эркинлиги бўлиши керак. Лекин барибир бу тўғрида жиддий ўйлаб кўриш лозим, акс ҳолда рақамлар янада кўпайиши турган гап. Бугун 16% ёшлар ахборотни интернет орқали олиши, бу замонавий тизимнинг мўъжизакор қудрати боисми ёки қоникмаслик туфайлими? Рақамлар ўжар бўлади. Холис туриб айтадиган бўлсак, бу ерда гап қоникмаслик ҳиссида. Дейлик, тилга олинган бошқа манбалар ҳам соф ўзбекча бўлганида, республикамизнинг икки етакчи ахборот дастури ўз аудиториясини ҳозиргидек ушлаб тура олармиди? Ёшлар учун сенсацион ходисалар қизиқарли, улар эса интернетда қалашиб ётибди, деб ўйлаш ҳам мумкин. Йўқ, бу адолатли хулоса бўлмайди. Гап шундаки, кўплар чет эл каналлари ва интернет тармоқларидан мамлакатимиз ҳақидаги танқидий материалларни қидиради. Очигини айтганда, бизнинг ОАВда танқидий чиқишлар жуда кам. Ҳолбуки, телевидение ижтимоий аҳамияти каттароқ бўлган ходисалар ва шахсларнинг доимий кузатувчиси бўлмоғи даркор. Инсон табиати мураккаб. Фақат мақтовлар ва аксинча танқидий чиқишларнинг болалаб кетиши ёқмайди. Уларнинг иккаласини ҳам уйғунлаштириб, экранларга олиб чиқиш керакка ўхшайди. Афсуски, бизнинг дастурларда танқидий лавҳалар, ахборотлар тақчиллиги сезилади.

1. Сизга ахборий дастурлардан қайси бири манзур бўлади?

- А. "Давр"
- В. "Ахборот"
- С. "Пойтахт"
- Д. "Янгиликлар"

Натижа:

24%	50%	14%	12%
-----	-----	-----	-----

Хулоса: республикамизда икки етакчи ахборий дастур - "Давр" ва "Ахборот" бўлиб, иккала дастурнинг ҳам ўз услуби бор. Бироқ йиллар давомида шаклланиб бўлган, одамлар ишончига сазовор бўлиб келаётган "Ахборот" хануз бу борада етакчи. Айтиш жоизки, "Ахборот"да янгиликлар журналистикасининг ўзига хос мактаби бор. "Давр" дастури савияси, тезкорлиги билан эътибор қозонган бўлса, "Ахборот"чилар тажриба борасида, барибир устун. Хусусан, жиддий материаллар бериб борилади. 2005 йилги Андижон воқеалари ҳақидаги даслабки таҳлилий материаллар ҳам эфирга айнан шу дастур орқали узатилган эди. Шундай ёзилмаган қоида бор: "Ахборот"да берилган ходиса ҳақида бемалол нимадир тайёрлаш мумкин. Борди-ю, "Ахборот" айтиши мавзуга онд чиқиш қилмаса, бошқа дастурлар ҳам сергак тортиб қолади. "Пойтахт" ахборот дастури учун бу кўрсаткич маълум маънода ижобий ҳол. Лекин ижодкор учун изланиш, томошабинлар аудиториясини кенгайтириш доимий ўй бўлиб қолиши керак. У янгими ёки тажрибали журналистлардан иборат жамоами, фарқи йўқ. ҳар қандай ҳолатда ҳам ўсиш, ўсиш... "Янгиликлар" эса ҳозирча ўзининг доимий аудиториясига эга бўлгани йўқ. Ёқимсиз томони шундаки, дастур фақат лавҳалардан иборат. Қолаверса, турли чет эл каналларининг ўзбекча вариантига айланиб қолган. Тўғри, бундай ҳолат маълум маънода бошқа дастурларда ҳам учрайди. Аммо уларда шу билан бирга ҳар қалай, таҳлилий материаллар ҳам бериб борилади. "Янгиликлар"да бу ҳолни кўрмаймиз.

1. Ахборотларни қандай услубда қабул қилишни хоҳлардингиз?

- А. Воқеалар баёний тартибда бериб борилган.
- В. Бадиийлашган шаклда.
- С. Тезкорлик билан, тил ва шаклнинг аҳамияти йўқ.
- Д. Ўйлаб кўрмаганман.

Натижа:

20%	55%	15%	10%
-----	-----	-----	-----

Хулоса: бизни энг аввало, ахборотни қандай услубда қабул қилишни ўйлаб кўрмаган 10% магистрантлар ташвишга солади. Натижаларни умумлаштириш асносида бу хусусида кўп ўйладик. Бироз мантиқлироқ жавоб шу бўлдики, бизда ахборот тили шаклланмаган. Шу боис, ёшлар лисоний услубларни фарқлаш даражасида эмас. Қолаверса, солиштириш имконияти ҳам йўқ. Ахир услублар икки томчи сувдек ўхшаш бўлгач, томошабин қандай қилиб жумлалардаги ғализлик-у, нўноқликларнинг фарқига борсин.

Ахборотларни бадийлашган шаклда қабул қилишни ёқтирадиган ёшларни ҳам тушунса бўлади. Ахир улар бошқа ахборот манбаларида (хусусий радио каналлар, кўнгилочар газеталар) она тилимизда истаганча "сайраётган" булбули - гўёлардан безор бўлиб қолишган. Мирзоҳид Рахимов, Абдимўмин Ўтбосаров, Насиба Қамбарова каби ҳар бир сўзни маромида, талаффузни бузмасдан гапира оладиган суҳандонлар айнан етакчи ахборот дастури орқали томошабинлар меҳрини қозонган. Айтиш керак-ки, суҳандонлар мактаби бор. Гап фақат ана шу мактаблар тажрибасини оммалаштиришда ва ахборот тилига жиддий эътибор бериш вақти келди.

1. Телеканалларимиздаги информацион дастурлар ахборотга бўлган эҳтиёжингизни қай даражада қондиради?

А. Эфир ҳажми оз, бошқа манбаларга тез-тез мувожаат этиб тураман.

В. Ахборотлар кўп, аммо, негадир республикамиз ҳаётига оид янгиликлар кам.

С. Янгиликлар ўз вақтида, қониқарли даражада бериб борилади.

Д. Яхшиям, интернет бор.

Натижа:

20%	5%	45%	30%
-----	----	-----	-----

Хулоса: магистрантларнинг 45% қисми ўзбек телеканалларидаги янгиликлар ахборотга бўлган эҳтиёжларини қондиришни айтишади. Ижодкор меҳнатини қадрлаб, мана

шундай юксак баҳо берилиши ижодкорларга катта ишонч ва маъсулият юклайди, албатта. Аммо бу рақамлар кам.

1. Телеканаллардаги ахборий дастурларда қайси мавзуларга кам эътибор берилаяпти?

- А. Ижтимоий-маданий.
- В. Спорт.
- С. Кишлоқ хўжалиги.
- Д. Илм-фан.

Натижа:

20%	4%	12%	64%
-----	----	-----	-----

Хулоса: респодентлар фикрича (64%), илм-фан соҳасидаги янгиликлар телевидение орқали бошқа соҳаларга қараганда, кам бериб борилади. Эҳтимол респодентларнинг асосий қисми бўлгуси олимлар, тадқиқотчилар эканлиги туфайли ҳам мана шундай хулосага келишгандир. Аммо очигини айтадиган бўлсак, илм-фанимизнинг эришадиган ютуқларини телеэкранларга олиб чиқилиши бироз сустрокдек. Энди тадқиқот натижаларини умумлаштирамиз:

Телевидениедаги турли дастурларнинг мазмуни, савияси ва моҳиятидан келиб чиқиб айтадиган бўлсак, ҳар бир дастурнинг муайян аудиторияси бор, лекин таъкидлаб ўтганимиздек, аудиториянинг асосий қисмини барибир, ёшлар ташкил этади. Шу ўринда бизни битта нарса ташвишга солади: аксарият кўрсатувлар кўнгилочар мавзуларда бўлиб, эфир ҳажмининг асосий қисмини концерт, кино, сериаллар ташкил қилади. Сериал бўлганда ҳам одамлар онгига аста-секин таъсир этувчи "демократия васвасаси"ни тарғиб этувчи чет эл сериаллари. Мана шундай ҳолатларни инобатга олиб, "Медиаметрия ва рейтинг" бўлимларининг телерадио каналларда янгича услуб билан иш бошлаши - айни муддао бўлди. Бу - телевидениеда яқин истиқболда рўй бериши кутиладиган катта ўзгаришлар нишонаси, бошланишидир. Томошабинлар мағзи тўқ дастурларга илҳақ.

ЭФИР ВАҚТИГА ЭЪТИБОР

Фарзанд тарбияси бир ёки икки кишининг вазифаси бўлибгина қолмасдан, бу жараён кенг камровли кишилар ҳамда улар турмуш тарзининг ажралмас қисмига айланган оммавий ахборот воситалари зиммасига ҳам масъулиятли вазифа юклайди. Шунданми, шарқ халқларининг буюк донишмандлари фарзанд тарбияси ниҳоятда нозик масала эканлигини таъкидлаш асносида уларни биринчи навбатда зиёли инсонлар қилиб тарбиялаш масаласига алоҳида эътибор қаратганлар. Жумладан, "бир йил илгарилаб фикрласангиз - бугдой экинг, ўн йил илгарилаб фикрласангиз - кўчат экинг, юз йил илгарилаб фикрласангиз - фарзандингизга илм ўргатинг", деган сўзлар замирида ҳам биз юкорида тилга олган мавзунинг асл моҳияти яширинган. Шу ўринда қизиқарли бир далилни келтириб ўтсак.

Тадқиқотчиларнинг аниқлашича, инсон бутун умри давомида ўзгартирган маълумотларнинг қарийб 90 фоизи 6 ёшдан 12 ёшгача бўлган даврга тўғри келар экан. Демак, шу йиллар инсоннинг шахс сифатида камол топишида муҳим аҳамият касб этади.

Болаларнинг 90 фоизи 6 ёшдан 12 ёшгача бўлган даврда билим олишга, турли ахборотларни эгаллашга шун қадар чанқок бўладики, улар учун оилада, боғча ёки мактабда кўрган нарсасини ўзига хос янгилик, янги маълумот вазифасини ўтайди. Хўш, бундай пайтда болага ота-она, муаллим, дўстлари катори яна кимлар ёки нималар ёрдам бера олади?

"Ўзбек халқ ўйинлари" китобининг муаллифи, фалсафа фанлари доктори, профессор Усмон Қорабоев шундай ёзади: "Миллий ўйинлар ҳаётга тайёрланиш мактаби бўлиб, болаларнинг рухий, жисмоний ҳамда ақлий ривожланишига хизмат қилади. Онг ва тафаккурни ўстириб, хотира, диққат, иродани мустаҳкамлайди, ҳиссий жиҳатдан камол топтиради. Ёш инсонни келажак ҳаётда дуч келинадиган турли ҳолатларга маънавий таёрлайди".

Дарҳақиқат, болаларда инсоний туйғулар, фазилатлар, атрофдагиларга муносабат масаласи унинг гўдаклигидаёқ ўйинчоқлар воситасида сингдирилса, кейинчалик бу муносабат турли ўйинчоқлар орқали шаклланади. Қолаверса, миллийлик боланинг онгига курук сўзлар билан эмас, болаликнинг ёрқин тимсоли орқали сингдирилади. Бундан кўринадики, болаларни миллий ўйинлар воситасида тарбиялаш муҳимдир. Албатта, бунда телевидениенинг роли ҳам эътиборга моликдир. ТВ - нафақат катта ёшдаги, балки кичик ёшдаги томошабин учун ҳам тўла маънода ахборот узатиш вазифасини ўтайди. Шу ўринда ТВда болалар учун ташкил этилган кўрсатувлар хусусидаги мулоҳазаларимиз билан ўртоқлашсак.

Ўзбекистон телевидениесида болалар учун мўлжалланган теледастурларни таҳсил этсак, улар орасида "Олтин тож" ва "Ўйла, изла, топ!" кўрсатувлари юқори рейтингга эгаллиги билан алоҳида ўрин тутади. Бу ҳолат ушбу кўрсатувларда болаларнинг бевосита иштирок этиши билан изоҳланади. Аввалдан тайёргарлик кўрилса, бола жисмоний ва ақлий машқларни суратга олиш майдончасида бевосита ижро этади ва эришилган кичик ютуқ ҳам болада ўзига ишонч туйғусини уйғотади.

"Ўйла, изла, топ!" кўрсатуви ўсмир ёшдаги болаларга мўлжалланган бўлиб, унда иштирок этиш мобайнида боланинг мактаб дастуридан ташқари, қўшимча адабиётлардан олган билими, топқирлиги, зеҳни, тафаккури синовдан ўтади. Иштирокчилар кутилмаган топшириқлар ва саволларга дуч келар экан, уларга жавоб беришда аниқлик билан бирга тезкорликни ҳам унутмасликлари талаб этилади. Хоҳ ақлий, хоҳ жисмоний бўлсин, мусобақа тарзида ташкил этилган бу каби ўйинлар нафақат болаларда, ҳатто катта ёшлиларда ҳам бирдек қизиқиш уйғотиб келган.

Шунингдек, "Билагон маслаҳати", "Болалар сайёраси", "Дунё болалари", "ТВ учрашув", "Бола тилидан", "Бўш ўтирма", "Сехрли ҳарфлар оролчаси" каби кўрсатувларнинг бош мақсади ҳам болаларнинг ақлий салоҳиятини ўстиришга қаратилган. Аммо фарзандларимизнинг жисмонан ва руҳан шаклланишига таъсир кўрсатувчи, миллий ўйинларни тарғиб қилувчи махсус кўрсатувлар ТВ дастурлари қаторидан ўрин олмаган. Ваҳоланки,

бундай мазмундаги кўрсатувларнинг бола руҳиятига таъсир даражаси бошқаларига караганда кўпроқ аҳамиятга эгадир. Шуниси ҳам борки, болалар учун мўлжалланган кўрсатувларнинг эфир вақти ҳам талаб даражасида эмас. Фикримизни куйидаги далилларни келтириш асносида исботламоқчимиз. Мисол учун "Болалар сайёраси - 25 дақиқа, "Эртақлар - яхшиликка етақлар" - 20 дақиқа, "Даврнинг боласи", "Ибратли саргузаштлар", "Шум болалар" каби кўрсатувларнинг ҳар бири 10 дақиқа, "Бола тилидан" кўрсатуви эса 30 дақиқа давом этади. Бу кўрсатувлар дам олиш кунига қадар бўладиган дастурга киритилган. Якшанба кунги кўрсатувлардан "Болалар сайёраси" - 5 дақиқани, "Ўйла, изла, топ!" - 25 дақиқани, "Болаларга бахшида умр" - 5 дақиқани, "Олтин тож" - 30 дақиқани ташкил этади.

ТВ дастурлар бир кунлик эфир вақтининг атиги 20-30 дақиқасини болалар учун ажратаётганлигимиз уларга бўлган эътиборнинг амалий натижалари наст даражада эканлигини кўрсатиб турибди. Болалар учун мўлжалланган кинофильм ва мультфилмларнинг эфир вақти бундан мустасно. Шунингдек, уларнинг 80 фоизи хорижда ишлаб чиқарилган бўлиб, болаларнинг умумий савиясига таъсир қилса-да, миллий ўйин ва анъаналаримизни тарғиб қилиш хусусиятига эга эмас.

Биз юкорида миллийлик, миллий хусусиятлар тўғрисида кўп гапирдик. Аслида бундай туйғу, бундай фазилат инсон қалбиди ўз-ўзидан пайдо бўлиб қолмайди, у шакллантирилади. Бунида энг асосийси, уларни тўғри томонга йўналтиришдир. Телевидение орқали намойиш этилаётган кўрсатувларнинг бу борадаги салмоғи эса доим муҳим аҳамият касб этиб келган.

Фарзандларимизни маънавиятли инсонлар қилиб тарбиялаш масаласига бевосита ТВдаги дастурларнинг ҳам дахлдор эканлигини ҳисобга оладиган бўлсак, баъзи камчилик ва нуқсонлар баробарида, қилиниши лозим бўлган ишлар ҳам кўзга ташланади. Назаримизда, фарзанд тарбияси, унинг келажаги билан дахлдор барча ишларда ҳаммаслақ бўлиш мақсадга мувофиқдир. Зеро, энг кўп эътибор беришимиз керак бўлган инсонлар, булар фарзандларимиздир.

Мадина ҲАМДАМОВА
(ЎЗМУ магистранти)

РАДИОДА РЕКЛАМАНИНГ ЎРНИ
(*"Ёшлар" радиоканали эшиттиришлари мисолида*)

Ўзбекистонда бозор иқтисодиёти ривожланаётган бир шароитда жамиятнинг муҳим ва кизикарли ахборотга эҳтиёжи кундан-кунга ошиб бораёпти. Жумладан, ахборотнинг тезкор воситаси ҳисобланган радиоэшиттиришларни кўпчилик тинглаб боради. Айни вақтларда радиоканалларнинг ўзаро рақобати шароитида одамлар бу радиоэшиттиришларни тингламас ва эшиттиришларда рекламалар жойлаштирилмаса, уларнинг рақобатга бардош бериши қийин кечади. Тингловчиларни эшиттиришларга жалб қилиш учун эса аҳоли турли қатламларининг қизиқишларини ўрганиш лозим. Информация бозори, унинг ҳолати ва муаммоларини таҳлил қилиб берадиган соҳа - маркетинг хизмати бўлиб, у тингловчи талаб ва эҳтиёжларини атрофлича ўрганиб, радиоканалларнинг келажак истиқболини белгилаб ҳам беради.

Бозор иқтисодиёти шароитида информация бозорида аҳоли талаб ва эҳтиёжини ўрганган ҳолда шунга амин бўлиш лозим-ки, ОАВ жумладан, радиоканалларнинг иқтисодий аҳволини яхшиламасдан, яъни даромад манбаига эга бўлмасдан, кўзланган мақсад-муддаога эришиб бўлмайди.

Ўзини-ўзи маблағ билан таъминлаб, иқтисодий аҳволни яхшилаш учун радиода муҳим бир имконият борки, у ҳам бўлса, радиода рекламаларни жойлаштиришдир.

Ҳақиқатда бугунги кунда радиоэшиттиришларни рекламасиз тасаввур қилиб бўлмайди. Давлат тасарруфидаги радиоканаллар ёки мустақил радиостанциялар бўлмасин, уларнинг дастурларидан рекламаларнинг жой олиши табиий ҳолга айланиб қолди. Чунки бунга талаб ва эҳтиёж бор. "Рекламанинг асосий мақсади ҳам товарни ўтказиш, танлаш имконини кенгайтириш, иқтисоднинг ўртача ҳаракат қилишини таъминлаш, истеъмолчиларга товарни етказиб бериш, саноат, кишлқок хўжалиги, маданий молларни, маҳсулотларни тезда сотишдан иборат"¹.

¹ Засурский Я.Н. Искусство свободы. -М., 2004. С.302.

Шундай экан, радиода рекламаларнинг қай тарзда берилиши, унинг ҳуқуқий-ахлоқий асослари каби муаммоларни атрофлича ўрганиш - бугунги куннинг долзарб муаммоларидан бири бўлиб турибди. Мазкур мақоламизда "Ёшлар" радиоканалида рекламаларнинг ўрни ҳақида тўхталиб ўтамиз.

"Ёшлар" радиоканали бир кеча-кундузда 22 соат эшиттириш олиб боради. "Ёшлар" ўз эшиттиришларини нафақат республикамиз ҳудуди, шунингдек, бутун дунёга таркатади. Чунки радиоканал мана бир неча йилдир-ки, ҳалқаро Интернет тармоғига уланган. Мазкур радиоканалнинг дастури орқали асосан ёшларнинг дидига мос эшиттиришлар олиб борилади. Уларнинг мавзулари турлича ва қизиқарлидир.

"Ёшлар" радиоканалида рекламанинг ҳам ўз ўрни бор. Радиоканалнинг ижодий ходимлари томонидан эшиттиришлар орқали доимий бериб бориш учун 47 та реклама блоклари тайёрланган. Рекламалар асосан тигиз пайтлари - яъни соат 7:00 дан 11:00 гача, 12:00 дан 15:00 гача ва 18:00 дан 22:00 гача берилади. Рекламаларнинг берилиш тартиби радиоканал дирекцияси томонидан яхши йўлга қўйилган. Эфир орқали рекламалар 5 сониядан тўртиб, 5 дақиқагача берилади. Радиоэшиттиришлар орқали бир соатда ўртача 3 та реклама берилади ва уларнинг ҳажми 10 дақиқага бормади. Демак, рекламалар Ўзбекистон Республикасининг "Реклама тўғрисида"ги қонунига амал қилган ҳолда берилаяпти.

"Ёшлар" радиоканали эшиттиришлари орқали берилаётган рекламаларнинг мазмуни билан танишганда, уларнинг анча ихчам, мазмунли, жарангдор, эшитишли ва дид билан тайёрланаётганига ишонч ҳосил қилиш мумкин. Бу биринчидан, тингловчининг эътиборини тортади, қолаверса, вақт ҳам тежаллади.

Рекламаларда, айниқса радио рекламаларида матннинг қисқа, аниқлик, сермазмунлик, содда ва тушунарлилик, яна бир муҳим жиҳат - жарангдорлик муҳим ўрин тутади. Бу омишларга "Ёшлар" радиоканали жамоаси катта эътибор берапти. Эшиттиришлар орқали берилаётган рекламалардан мисоллар келтирамиз:

МУСИҚА

- Тоғнинг шифобахш гиёҳларидан тайёрланган "РАЪНО ЧОЙИ" Сизга ҳаётини қувват ва умрбоқийлик ҳада этади. Республика дўконлари ва дорихоналаридан сўранг!

"РАЪНО ЧОЙ!"

Махсулот сертификатланган.

* * *

- Сиз талабамисиз?

- Ҳа.

- Ҳаётда бахтлимисиз?

- Ҳа.

- Табассумингиз чиройли экан - "МЕТРО ГИЛ ДЕНТА"дан фойдалансангиз керак?

- Ҳа, Сиз қандай қилиб топдингиз?

- "МЕТРОГИЛ ДЕНТА" соғлом милклар, гўзал табассум!

- Махсулот сертификатланган.

* * *

Сизнинг тишларингиз - бу сизнинг олмосларингиз.

Милкларнинг яллиғланиши агар парвариш қилинмаса, тишларнинг тушиб қолишига сабаб бўлиши мумкин. Энди сизнинг олмосларингиз ишончли гардишда.

"Метрогил-Дента" бу соғлом милкдир".

Мисоллардан кўриниб турганидек, "Ёшлар" радиоканали орқали берилётган рекламаларнинг мавзуси турлича. Бир эшиттиришда дори-дармонлар реклама қилинса, бошқа бир эшиттиришда дам олиш масканларига таклиф этиладиган рекламалар берилади. Эшиттириш таркибидаги бошқа бир реклама тингловчиларни кино-концерт залларига чорлайди:

- "17 март соат 18 да, 18 март соат 14 ва 18 ларда Ўзбекистон Давлат циркида "Ассалом, Наврўз" деб номланган катта байрам концерти бўлади. Концертда Ғуломжон Ёқубов, Оғабек Собиров, Гулсанам Мамазоятова, Равшан Комилов, Собиржон Мўминов, Шухрат Қаюмов, Анвар Собиров, Шахнозобону, Ҳосила Раҳимова, Дилшод Раҳмонов, Оғабек Муҳаммадзоҳид ва сўз устаси Мирзабек Холмедов иштирок этадилар.

- Жонли ижро ва фонограммадан фойдаланилади.

- Телефонлар: 144-35-91, 144-35-94".

Эфир орқали берилётган баъзи рекламалар эса ёшларни пухта билим олиш учун тайёрлов курсларига таклиф этади:

МУСИҚА

ОВОЗ: - 90 фоиз Абитуриентлар талаба бўлиш бахтига муяссар бўлмоқда! Сиз ҳам улар қаторида бўлишингиз мумкин. Агар...

ОВОЗ: - Агар сиз Ўзбекистон Миллий университетининг Тайёрлов факультетида таҳсил олсангиз! Малакали мутахассислар сизларни республика барча олий ўқув юртларининг тест синовларига барча фанлар бўйича пухта тайёрлайди.

ОВОЗ: - Шошилинг, ўқиш 2-октябрдан бошланади.

ОВОЗ: - Маълумот учун телефон: 396-02-20.

ОВОЗ: - Манзил: Тошкент шаҳри, Миллий университетнинг Физика факультети биноси, 2-қават, 224-хона".

МУСИҚА

Муаллиф - Г.Иброҳимова.

Мухаррир - Ш.Шомахмудова

Режиссёр - А.Орипов.

Бу рекламалар радио орқали берилганидан кейин, мухлислардан доимо телефон кўнгироклари бўлиб туради. Улар реклама қилинган дори-дармонларнинг қайси дорихоналарда бўлиши ёки тавсия этилган товарни қаердан олишни аниқлаштириб олишади. Шунингдек, бошқа корхона, ташкилотлар ҳам ўз маҳсулотларини реклама қилиш учун радиога буюртма беришади. "Ёшлар" радиоканалининг жамоатчилик билан бу каби ўзаро алоқалари ва ҳамкорликлари қутулган натижаларни берапти.

Яна бир жиҳат, юқорида мисол учун келтириб ўтилган рекламалар эшиттиришлар орасида берилганда, одатда уларга мос мусиқалар танланади. Рекламаларни жарангдор овоз соҳиблари - дикторлар чиройли қилиб ўқиб беришади. Рекламаларнинг шу тарзда тайёрланиши тингловчиларни ўзига жалб этиши табиий.

"Ёшлар" радиоканали ижодий жамоаси мазмунли ва даромад келтирадиган янги рекламалар устида иш олиб борапти.

ХУЛОСА

Телевидение ва радиоэшиттиришни оммани республикамиз ва хорихда содир бўлаётган муҳим янгилик ва хабарлардан огоҳ этиш, мамлакатимизда босқичма-босқич амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий, сиёсий ва маънавий ислохотларнинг моҳиятини тушунтириб бериш борасидаги салмоқли ишларини таърифлашга ҳеч бир ҳожат бўлмаса керак.

Айни вақтларда Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг тўртта телерадиоканали орқали берилаётган кўрсатув ва эшиттиришларнинг тадқиқотчи ва амалиётчилар томонидан фаолиятини мунтазам равишда кузатиб, уларни таҳлил қилиб бориш муҳим аҳамият касб этади.

Айтиб ўтганларимизни назарда тутган ҳолда, ўтказилган илмий-амалий конференцияда бу борадаги муаммолар атрофлича кўрсатиб ўтилди. Тадбир замонавий техника ва технологиялар ёрдамида амалга оширилди.

Конференциядан қутулган мақсадга эришилди десак, хато бўлмайди. Ундан қатнашчилар жуда кўп янги маълумотлар олдилар. Маърузалардан шулар маълум бўлди-ки, ОАВ, шунингдек, телекўрсатув ва радиоэшиттиришнинг тезкорлиги ва мазмунини оширишга янада кўпроқ эътибор қаратиш керак экан.

Бугунги кунда телевидение, радио, кино - булар ўзининг тезкор ва аудиовизуал хусусиятлари билан энг катта аудиторияга эга. Тингловчи ва томошабин тезкор ахборот етказиш ва уларга мустақиллигимизнинг моҳиятини чуқур тушунтириш, айниқса ёшларнинг онги ва қалбига миллий истиқлол ғоясини сингдириш борасида олиб борилаётган ишларни янада самарали бўлишига эришиш лозим.

Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университетининг ректори, профессор Ғ.И.Мухамедов конференцияни очар экан, жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишда телевидение, радио ва кинонинг роли ҳақида жуда сермазмун чиқиш қилди.

Ўзбекистон Республикаси Журналистлари ижодий уюшмасининг раиси Ш.Ғуломов ҳам ўз маърузасида миллий журналистикамиз, шунингдек, телерадиожурналистиканинг истиқболлари ҳақида атрофлича тўхталиб ўтган бўлса,

К.Эрназаров республикамызда ахборот хавфсизлигининг муҳим жиҳатларини таснифлаб берди. Ф.Рўзиев ва Ш.Ибрагимов телевиденида иктисодий кўрсатувларнинг ўзига хос томонларини атрофлича кўрсатиб беришди. Чунки ҳозирги бозор иктисодиёти шароитида иктисодиётнинг муҳим қирралари кўзга ташланапти-ки, бу жараёнларга фақат соҳа ходимлари атрофлича, ҳолис баҳо бера олишади.

Бугунги кинопублицистика нисбатан ўз мавқеига эга бўлиб бораётгани ва катта аудиторияни жалб қилаётганини ҳаётнинг ўзи ҳар лаҳзада исботлаб турибди. Бу ҳақда Ҳ.Ақбаров ва М.Мирсоатова мазмунли чиқишлар қилдилар. Ўзбекистон телевидениесининг мустақиллик давридаги фаолияти, унинг ютуқ ва камчиликлари А.Каримов ва О.Тошбоевнинг чиқишларида ўз аксини топди.

Ю.Ҳамдамов ва ёш тадқиқотчи Б.Қобулов телекўрсатувларнинг таъсирчанлиги ҳақидаги муҳим омилларни социологик тадқиқотлар асосида исботлаб берди. О.Тожибоевнинг чиқиши фольклор санъатининг оммавий ахборот воситаларидаги талқини ва ўрганилиши муаммоларига бағишланган бўлса, Б.Алихонов бугуннинг талаби бўлган журналистик ихтисослашувнинг муҳим жиҳатларига алоҳида тўхталиб ўтди. Л.Махмудова, Г.Багдасарованинг конференциядаги чиқишларидан катнашчилар Ўзбекистонда интерфаол телевидение ва журналистикада касбий одоб ва ахборий маданият каби масалалар ҳақида янги, мукамал маълумотлар олдилар.

Ёш тадқиқотчилар Ф.Абдусагатова, Д.Осмонова, А.Каримов, А.Матёкубов, Ф.Миробидов, Н.Ҳақимова, М.Ҳамдамованинг чиқишлари телевизион шарҳнинг ўзига хос жиҳатлари, токшоуда муаммолар таҳлили ва талқини, ижтимоий роликларнинг теледастурларда тутган ўрни, эфир вақтининг аҳамияти, хорижий медиамагнатлар ва уларнинг телехизмати, радиореklamаларнинг дастурлардаги ўрнига бағишландики, бу чиқишлар конференция қатнашчиларида яхши таассурот қолдирди.

Юқорида айтиб ўтганимиздек, конференция давомида кўп саволлар ўртага ташланди ва улар кизгин баҳс-мунозараларга сабаб бўлди. Масалан, телевидение билан радионинг аудитория

билан алоқаси, кўрсатув ва эшиттиришларнинг рейтингини билан боғлиқ масалалар қабили.

Конференция давомидаги бир неча масалалар ҳақида тўхталиб ўтишга тўғри келади. Масалан, маърузалар вақтидаги савол-жавобларнинг бўлиши. Баъзи саволлар маърузачиларга ўйлаб, фикрланмай, шунчайки номига берилди. Баъзи саволларга жавоблар эса узундан-узун давом этиб, қатнашчиларни зериктириб қўйди. Одатда бу каби нуфузли аудиторияда савол, шунингдек, жавоблар ҳам қисқа, аниқ, лўнда бўлиши керак.

Яна бир жиҳат - баъзи чқишларда қисман эскирган манбалардан фойдаланиш ҳоллари бўлганлиги ҳам сезилиб қолди. Баъзи ёшларда (улар илк марта қатнашаётган эди) нотиклик маҳоратини ўрганиш зарурлиги ҳам билиниб қолди.

Иш бор жойда, камчилик ҳам бўлади, албатта. Кейинги бўладиган конференция, семинарларда бу камчиликлар барҳам топади, деб умид қиламиз.

Умуман олганда, мазкур конференция жуда қизиқарли ва мазмунли ўтди. Бу ҳақдаги яхши таассуротлар қатнашчиларнинг хотирасида узун вақтлар сақланиб қолади, деган умиддамиз.

**АУДИОВИЗУАЛ ЖУРНАЛИСТИКАНИНГ ДОЛЗАРБ
МУАММОЛАРИ**
(Илмий мақолалар тўплами)

Босишга 20.06.2008 йилда рухсат этилди:
Қоғоз бичими 60X84 1/16. Шартли 6 босма табок. Буюртма 153.
Рухсатнома № 003. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси.
Ҳажми 6 б.т Нусхаси - 200 та
Мирзо Улугбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети
босмахонасида чоп этилди.