

**ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.03/30.12.2019.Fil/Ped.27.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ
АСОСИДА БИР МАРТАЛИК ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

КАРИМОВ АМУЛЛО АШУРОВИЧ

**РЕКРЕАТИВЛИК – ЗАМОНАВИЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКАНИНГ
ГЛОБАЛ ҚОНУНИЯТИ СИФАТИДА:
МИЛЛИЙ ВА ХАЛҚАРО ТАЖРИБА**

10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)

**Филология фанлари доктори (DSc) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

ТОШКЕНТ – 2023

Фан доктори (DSc) диссертацияси автореферати мундарижаси

Оглавление автореферата диссертации доктора наук (DSc)

Contents of dissertation abstract of Doctor of Science (DSc)

Каримов Амрулло Ашурович

Рекреативлик – замонавий тележурналистиканинг глобал
қонуниятлари сифатида: миллий ва халқаро тажриба..... 3

Каримов Амрулло Ашурович

Рекреативность как глобальная тенденция современной
тележурналистики: национальный и международный опыт..... 37

Karimov Amrullo Ashurovich

Recreation as a global legitimacy of modern television journalism:
national and international experience..... 69

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ
List of published works..... 74

**ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.03/30.12.2019.Fil/Ped.27.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ
АСОСИДА БИР МАРТАЛИК ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

КАРИМОВ АМУЛЛО АШУРОВИЧ

**РЕКРЕАТИВЛИК – ЗАМОНАВИЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКАНИНГ
ГЛОБАЛ ҚОНУНИЯТИ СИФАТИДА:
МИЛЛИЙ ВА ХАЛҚАРО ТАЖРИБА**

10.00.09 – Журналистика (филология фанлари)

**Филология фанлари доктори (DSc) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

ТОШКЕНТ – 2023

Фан доктори (DSc) диссертацияси манускрипти Узбекистон Республикаси Вазирлар Маъмурияти ҳузуридаги Олий илмий кенгаши рақамли №2022А.ДҶс/В469 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Узбекистон давлат жаҳон тиллари университетида баҳариланган.
Диссертация автореферати уч тилда (Ўзбек, рус ва инглиз (русча)) Илмий кенгашнинг веб-сайтлари (www.uzwlu.uz) ва «Ziyoule» Аxbорот таланим порталида (www.ziyoule.uz) жойлаштирилган.

Илмий масlahатчи: Мумини Файзулла Абдулхамид
филология фанлари доктори, профессор

Расмий ошномчилар: Наректон Қарим Нармазович
тарих фанлари доктори, профессор

Худойкулов Мухтор
филология фанлари доктори, профессор

Мухамедова Савлат Худойбердиевна
филология фанлари доктори, профессор

Ўтказчи ташкилот: Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университети

Диссертация ҳимояси Ўзбекистон давлат Жаҳон тиллари университети ҳузуридаги Илмий даражалар берувчи DSc 03/30 12 2019 Г.В.Ред 27.01 рақамли Илмий кенгаш асосида бир марталик Илмий кенгашнинг 2023 йил «14-инвент» куни соат 13⁰⁰ даги мажлисида бўлиб ўтган (Манзил: 100138, Тошкент шаҳри, Кичик халқа йўли кўчаси, 1-9а квартал, 21а. Тел: (998 71) 230-12-91, (99871) 230-12-92, e-mail: www.uzwlu_info@mail.ru).

Диссертация билан Ўзбекистон давлат Жаҳон тиллари университети Аxbорот ресурс марказида таништириш мумкин (2 рақам билан рўйхатга олинган) (Манзил: 100138, Тошкент шаҳри, Кичик халқа йўли кўчаси, 1-9а квартал, 21а. Тел: (998 71) 230-12-91, (99871) 230-12-92, e-mail: www.uzwlu_info@gmail.ru).

Диссертация автореферати 2022 йил 30-декабрь куни тарқатилди
(2022 йил 30-декабрь) рақамли реестр баёниномаси.



Г.Х. Бакиева
Илмий даражалар берувчи бир марталик
илмий кенгаш раиси, филол.ф.д., профессор

Х.Б. Самилова
Илмий даражалар берувчи бир марталик
илмий кенгаш котиби, филол.ф.д., доцент

Х.А. Сандов
Илмий даражалар берувчи бир марталик
илмий кенгаш қошидаги Илмий семинар
раиси, филол.ф.д.

КИРИШ (фан доктори (DSc) диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Сўнги 30 йил давомида телевидение ҳам технологик, ҳам ижодий жиҳатдан глобал миқёсда беқиёс тараққиётга юз тутди. Телевизион индустрия тижоратлашуви натижасида телевизион ахборот бозори мазмуни ва таркиби тубдан ўзгарди, ундаги эҳтиёж ва талабларга тезкор жавоб берувчи иштирокчи телевизион ташкилотлар сони тобора кўпайиб бормоқда. Шу боис замонавий телевидениенинг кўнгилочар, рекреатив функцияси етакчи функция сифатида олдинги ўринларга чиқмоқда. Рекреация (лотин тилидан олинган бўлиб “recreatio” - тиклаш) – “дам олиш, кўнгил очиш, инсон ички кучларини тиклаш каби маъноларни билдиради”¹. Соҳага оид илмий адабиётларда телевизион журналистиканинг рекреатив вазифаси алоҳида йўналиш сифатида ривожланиб бормоқда, зеро “аҳолининг дам олишга, ижтимоий ҳаётга ижобий таъсир этиши одамлардаги ҳар хил стресс ҳолатларни пасайтиришга хизмат қилиши ҳақида сўз боради”².

Жаҳоннинг етакчи журналистика тадқиқот марказларида, жумладан, АҚШ, Ўзбекистон, Жанубий Корея, Россия каби давлатларда рекреатив журналистиканинг моҳияти, ифодалари, таркибий унсурлари, унинг ривожланиш динамикаси, техник ва технологик тараққиёти ва форматларига оид қатор илмий изланишлар амалга оширилмоқда. Ушбу мамлакатларда рекреатив журналистика мазмуни, унинг методологик жиҳатларини акс эттирувчи илмий-назарий масалаларга бўлган ёндашувларнинг хилма-хиллиги ҳамда ушбу масалани фанлараро миқёсда ўрганиш тенденцияси кузатилмоқда. Шу билан бирга, глобал миқёсда телевидениеда кўнгилочар дастурлар воситасида баркамол авлодни тарбиялаш, эстетик дид ва савиясини оширишга қаратилган сифатли контент яратиш масаласи долзарб аҳамият касб этмоқда. Бундан ташқари, миллий ТВда рекреатив кўрсатувлар, уларнинг ўзига хос хусусиятлари, қонуниятлари ютуқ-камчиликларини ўрганиш, бунда журналист маҳоратининг ўрнини аниқлаш, бу борадаги миллий ва хорижий тажрибани қиёсий таҳлил этиш, рекреативлик замонавий журналистиканинг глобал қонунияти сифатида ривожланишининг назарий тамойиллари, илмий мезонларини белгилаш зарурати ҳам мавзунинг долзарблиги исботидир.

Президент Шавкат Мирзиёев таъбири билан айтганда, “ҳуқуқий демократик давлат қураётган эканмиз, журналистиканинг бутун дунёда эътироф этилган, ўзгармас талаб ва мезонларига амал қилишимиз зарур. Бу мезонларнинг энг асосийси – холислик ва ҳаққонийликдир”³. Шунга кўра, рекреатив журналистиканинг табиати, тизими ва йўналишлари, ривожланиш тенденциялари, мавзули-муаммоли йўналишлардаги жиҳатларни, унинг жанрий тадрижини, тил ва услуб жараёнларидаги қонуниятларни илмий–

¹Новейший социологический словарь. Минск. Книжный дом, 2010. – С.849.

²Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. Изд-во МГУ, 4-е изд. – М.: 2002. – С.52.

³Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига <https://uza.uz>, 26.06.2020.

назарий жиҳатдан тадқиқ этиш журналистика назариясининг кенг қамровли долзарб масаласи сифатида ўрганилиши тақозо этилади.

Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида”ги, “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги, “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги, “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги қонунлари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Mahalla” маърифий телерадиоканалини ташкил этиш ва рақамли телекўрсатувларни янада кенгайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2014 йил 17 декабрдаги ПҚ-2273-сонли қарори, “O‘zbekiston tarixi” телеканалини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида” 2019 йил 11 июлдаги ПҚ-4390-сонли қарори, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сон Фармони, 2017 йил 20 апрелдаги “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2909-сон, 2019 йил 2 февралдаги “Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5653-сон Фармони ҳамда мазкур фаолиятга тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда ушбу диссертация тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги. Ушбу диссертация республика илм-фан ва технологияларини ривожлантиришнинг “Ахборотлашган жамият ва демократик давлатни ижтимоий, ҳуқуқий, иқтисодий, маданий, маънавий-маърифий ривожлантиришда инновацион ғоялар тизимини шакллантириш ва уларни амалга ошириш йўллари” устувор йўналиши доирасида бажарилган.

Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий-тадқиқотлар таҳлили⁴. Телевизион журналистика контекстида, телевидениенинг вазифалари, хусусан рекреатив журналистика ривожини, тенденциялари ва муаммолари бўйича назарий ва амалий йўналишларда ўрганишга йўналтирилган илмий изланишлар жаҳоннинг етакчи илмий марказлари ва олий таълим муассасалари, жумладан, SOAS University of London (Буюк Британия), University of Huddersfield (Буюк Британия), University of California (АҚШ), Michigan State University (АҚШ), Arizona State University (АҚШ), Università Roma Tre (Италия), L'Università di Torino (Италия), Universitatea Babeş-Bolyai (Руминия), The University of Oradea (Руминия), University of Northumbria (Буюк Британия), University of Bristol (Буюк Британия), Huazhong University of Science and Technology (Хитой), Fudan University

⁴Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий тадқиқотлар шарҳи. www.soas.ac.uk, www.universityofcalifornia.edu, <https://admissions.msu.edu>, www.uniroma3.it, <https://www.unito.it>, www.ubbcluj.ro/en, www.uoradea.ro, <https://www.unprme.org/newcastle-business-school-northumbria>, www.bristol.ac.uk, www.english.hust.edu.cn, www.fudan.edu.cn/en, <http://bigc.admissions.cn>, www.english.neu.edu.cn, <https://homeadmin.usc.edu>, www.spbu.ru, www.tksu.ru, www.dsmi.uz, www.uzswlu.uz ва бошқа манбалар асосида амалга оширилди.

(Хитой), Beijing Institute of Graphic Communication (Хитой), Northeastern University (Хитой), University of Southern California (АҚШ), Санкт-Петербург давлат университети (Россия), Калуж давлат университети (Россия), Ўзбекистон давлат санъат ва маданият институти (Ўзбекистон), Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети (Ўзбекистон)да олиб борилмоқда.

Мавзунинг ўрганилганлик даражаси. Рекреатив журналистика шакллари ва муайян муаммолари бўйича хорижда ва мамлакатимизда қатор илмий ишлар мавжуд. Рекреативликнинг айрим функциялари, форматлари, жанрий ифодалари ва маҳорат каби жиҳатлари Г.В.Кузнецов, В.Л.Цвик, А.Я.Юровский, Н.В.Вакурова, В.В.Ворошилов, Е.В.Поберезникова, Я.П.Засурский, М.А.Бережная, В.Третьяков⁵ каби рус олимлари асарларида тадқиқ қилинган. Хориж тадқиқотчиларидан Э.Тоффлер, Д.Рашкофф, А.Швейцер, Л. Кингнинг илмий мақола, тадқиқот ва рисолаларида рекреативликнинг тарқалиш тенденциялари, ахборот жараёнларидаги рекреатив жиҳатлар, рекреатив телекўрсатувлар самарадорлигига персонификациялашувнинг таъсири, муаллифлик кўнгилочар кўрсатувларда қаҳрамон ва бошловчи муносабатлари, шунингдек, рекреатив журналистика амалиётига оид назарий-танқидий қарашлар баён этилган.

Телевизион ўйин ва кўнгилочар маданий шакллар ОАВнинг рекреатив таркибий унсури ва бўш вақтни тўлдириш усули сифатида Ю.Г. Волкова, Э.И. Дукова, Г.Е. Зборовский, Ю.А. Леваду, Б.Д. Парыгина, Э.В. Соколова, А.Я. Флиера, Н.А. Хренова ва бошқаларнинг асарларида тадқиқ этилган⁶. Г.А. Аванесова, Л.А. Акимова, Б.С. Моисеева, А.С. Орлова, Ю.А. Стрельцова ва бошқаларнинг ишлари нафақат ОАВ, балки кенг маънода, яъни медиа воситасида туризм, саломатлик, жисмоний тарбия ва спорт, маданият жабҳаларида рекреацион жараён ва ҳодисаларни ўрганишга бағишланган⁷.

Т. Адорно, Ж. Бодрийяр, П. Бурдьё, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэлл, Н. Луман, Г.- М. Маклюэн, А. Менегетти, Р. Мертон, К. Теплиц, Э. Тоффлер, Ф. Уэбстер, М. Хоркхаймер, П. Шампань ва бошқаларнинг асарларида

⁵Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. 2-е изд. – М.: МГУ, 2004.; Кузнецов Г.В., Цвик В.Л.Юровский А.Я. Телевизионная журналистика, Изд-во МГУ, 4-е изд. М.: 2002.; Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: 1998.; Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения. – М.: Аспект Пресс, 2004. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д.Борисов. – М.: Ультра. Культура, 2003.; Засурский Я.П. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий, Изд-во МГУ, 2000., Бережной М.А. “Телевизионный журналист. Основы творческой деятельности”– М.: Аспект Пресс, 2017.; Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно (перевод с английского) 4-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2009., Третьяков В. Как стать знаменитым на телевидении, – М.: Научно-издательский центр “Ладомир”, 2016.

⁶Волков Ю.Г. Личность и гуманизм. – Челябинск, 1995; Бремя развлечений: Опиум в Европе XVIII-XX вв. - СПб., 2006; Массовая культура на рубеже веков. – М., СПб., 2005; Зборовский Г.Е. Досуг: действительность и иллюзии. – Свердловск, 1970; Левада Ю.А. В мире аудиовизуальной коммуникации нужен новый тип газеты // Сборник: Пресса в обществе (1959-2000). - М., 2000; Парыгин Б.Д. Научно-техническая революция и личность. - М., 1978; Соколов Э.В. Духовное становление человека. – Л., 1972; Соколов Э.В. О культурной ценности досуга. – Л., 1968; Флиер А.Я. Культурология для культурологов. – М., 2000; Хренов Н.А. «Человек играющий» в русской культуре. – СПб., 2005.

⁷Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность – М., 2006; Акимова Л.А. Социология досуга. – М., 2003; Моисеева В.С. Рекреационные технологии. – СПб., 2007; Орлов А.С. Социология рекреации. – М., 1995; Стрельцов Ю.А. Культурология досуга. - М., 2002.

массмедиа воситасида манипуляцияни амалга ошириш восита ва технологияларини тадқиқ этиш давомида рекреация жараёнларида ҳам манипулятив технологияларни қўллаш таъсирлари ўрганилган⁸.

Россия ва МДХ мамлакатлари тадқиқотчилари Е.В. Ахмадулин, Н.Н. Богомолова, Б.А. Грушин, С.Г. Корконосенко, Г.В. Кузнецов, Г.С. Мельник, М.М. Назаров, Г. Пёршке, Е.П. Прохоров, А.Н. Тепляшина, В.Т. Третьяков, Л.Н. Федотова, И.Д. Фомичева, Г.И. Хмара, В.Л. Цвик, А.А. Шерель, Ю.А. Шерковин асарларида оммавий коммуникация жараёнларида рекреациянинг ўрни, функциялари, таъсири, у билан боғлиқ бўлган турдош ҳодисалар социологик, психологик, физиологик, педагогик ва бошқа ёндашувлар ҳамда тегишли терминологияни ишлаб чиқиш кесимида ўрганилган⁹.

С.Н. Акинфиев, М.Е. Аникина, А.С. Вартанов, Е.Л. Вартанова, Д.Б. Дондурей, С.С. Ильченко, А.В. Колесниченко, Б.Н. Лозовский, В.К. Мамонтов, С.А. Муратов, И.А. Новикова, К.Э. Разлогов, А.Е. Роднянский, С.С. Смирнов томонидан массмедиаининг рекреатив имкониятлари мазмун, жанр, тарбиявий-ахлоқий аспектда таҳлил қилинган¹⁰.

Юқоридагиларга таянган ҳолда, рекреатив журналистика соҳасидаги мавжуд илмий-назарий бўшлиқни тўлдириш зарурати кун тартибидаги долзарб вазифа ҳисобланади.

Диссертация мавзусининг диссертация бажарилаётган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация тадқиқоти Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетининг “Халқаро журналистика назарияси ва амалиётининг долзарб масалалари”

⁸Бодрийяр Ж. Общество потребления. – М., 2006; Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М., 2002; Маклюэн Г.М. Понимание медиа. – М., 2003; Луман, Н. Реальность массмедиа. - М., 2005; Менегетти А. Система и личность. [Электронный ресурс]. Режим доступа:; Мертон Р.К. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль. – М., 1994; Теплиц К.Т. Все для всех. — М., 1996; Тоффлер Э. Шок будущего. – М., 2002; Уэбстер Ф. Теории информационного общества. - М., 2004; Хоркхаймер М., Адорно, Т.Диалектика просвещения. - М., СПб., 1997; Шампань П. Двойная зависимость//Socio-Logos" 96. – М., 1996.

⁹Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики. – М., Ростов н/Д, 2006; Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. – М., 2008; Корконосенко С.Г. Основы журналистики. – М., 2001; Массовая информация в советском промышленном городе. – М., 1980; Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2004; Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. – М., 2003; Основные понятия теории журналистики. – М., 1993; Прохоров Е.П. Введение в журналистику. – М., 1979; Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2002; Радиожурналистика / Под ред. А.А. Шереля. – М., 2002; Телевизионная журналистика. – М., 2002; Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом. – М., 2004; Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. – СПб., 2004; Фомичева И.Д. Социология СМИ. – М., 2007; Хмара Г.И. Печать в системе массовых коммуникаций // Проблемы социологии печати. Вып.1. – Новосибирск, 1969; Шерковин Ю.А. К вопросу о природе и функциях массовой коммуникации в современных условиях. — Тарту, 1967.

¹⁰Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения // Автореф. дисс. канд. филол. н. – М., 2008; СМИ в меняющейся России. – М., 2010; Вартанов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества. – М., 2003; Ильченко, С.С. Артефакты «массовой культуры» как базисная единица современного телевидения // Вестник СПбГУ. Серия 9. 2009. Вып.2. 4.1; Колесниченко А.В. Зарубежные исследования аудитории прессы. – М., 2009; Лозовский Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации. – Екатеринбург, 2008; Муратов С.А. ТВ - эволюция нетерпимости. - М, 2000; Новикова А.А. Идеология как развлечение: телевизионный этап проекта «Имя России» // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – М., 2009; Разлогов К.Э. Коммерция и творчество: враги или союзники? – М., 1992; Телевидение: режиссура реальности. – М., 2007.

мавзусида олиб борилаётган истиқболли илмий тадқиқот режаси доирасида бажарилган. Диссертация асосида Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети медиа ва коммуникация факультети талабалари учун “Аудиовизуал журналистика (тележурналистика)” фани доирасида маърузалар ўқилиб, амалий машғулотлар олиб борилади. Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети Журналистика факультетида, Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникация университетида, Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университетида, Қорақалпоқ давлат университетида, Ал-Фаробий номидаги Қозоғистон миллий университети, Хожа Аҳмад Яссавий номидаги халқаро қозоқ-турк университетида ўтказилган конференция, семинар, давра суҳбатларида мавзуга доир маърузалар қилинган.

Тадқиқотнинг мақсади телевидениеда рекреатив кўрсатувларнинг замонавий журналистиканинг глобал қонунияти сифатида ўрни ва аҳамиятини назарий асослашдан иборат.

Тадқиқот ишининг вазифалари:

“рекреатив” атамаси таърифини шакллантириш, унинг асосий хусусиятларини аниқлаш, жамиятда телевидение ёрдамида дам олиш усулларини ва амалиётининг шаклланиши ҳамда ривожланишини таҳлил қилиш;

ТВнинг рекреатив функциясининг асосий жиҳатларини аниқлаш ва бундай қарашларни тизимлаштириш, бошқа медиа функциялари тизимида тутган ўрни ва ўзаро таъсирини тадқиқ этиш;

журналистларнинг рекреатив функцияни амалга оширишдаги мақсад ва мотивларини белгилаш;

рекреатив функцияни амалга оширишда стратегияни белгилашнинг бош омилларини таҳлил қилиш, шунга асосланган ҳолда, медиа стратегияларни типларга ажратиб кўрсатиш;

ўрганилган функцияни амалга ошириш ва медиаматнда фойдаланиладиган рекреатив элементларнинг жанр-тематик усулларини аниқлаштириш кабилар.

Тадқиқот объекти телевидениенинг рекреатив функциясини амалга оширишга қаратилган фаолияти бўлиб, мамлакатимиздаги давлат ва нодавлат телеканалларда эфирга узатилган, рекреатив вазифани ўзида ифода этган кўрсатувлар ўрганилган. Қиёс учун АҚШ, Россия, Жанубий Корея телеканалларидан мисоллар келтирилади.

Тадқиқот предметини телевидениенинг рекреатив функцияси бажарилаётган кўрсатувларнинг асосий хусусиятлари, мазмун-мундарижаси, проблематикаси, шакл-шамойиллари, функцияни амалга ошириш спецификаси, шунингдек, ТВнинг рекреатив имкониятларидан шахс ва жамият манфаатларига мувофиқ фойдаланиш стратегиялари ташкил этади.

Тадқиқот усуллари. Диссертация ишининг назарий қисми методологиясининг асосини қиёсий-тарихий ва аналитик усуллар, изчиллик

принципларидан фойдаланиш, таркибий ва функционал таҳлил, назарий ва эмпирик умумлаштириш усуллари ташкил этади.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

глобаллашув даврида аудиториянинг ахборот олиш, узатиш ва “ҳазм қилиш”, рекреатив кўрсатувларнинг телевизион фаолиятда тутган ўрни, уларнинг ихтисослашув, тижорийлашув, хусусийлашув, медиаконвергенция контекстида шаклланиш ва ривожланиш тенденциялари ҳамда янги телевизион форматлар мамлакатда мустақиллик йилларида ташкил топган миллий телеканаллар тажрибасини хорижий тажрибага қиёслаш орқали аниқланган;

хос дастурлар сони кўпайишининг товарлар ва хизматлар рекламаси, тижорийлашув жараёни билан ўзаро таъсири масалалари ҳамда рекреатив кўрсатувларнинг афзалликларини асослаш орқали, ахборот бозори хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда рекреатив кўрсатувларнинг каналлар медиабизнесини юритишда зарурати исботланган;

телекўрсатувларда аудитория билан журналист ўртасидаги ўзаро мулоқот шакллари, улар ўртасидаги диалогнинг тенг ҳуқуқли коммуникация субъекти сифатида намоён бўлиши усуллари, жонли мулоқот имкониятлари, миллий менталитетга таъсири “инфотеймент”, “политеймент”, “инфошоу”, “телешоу”, “реалити шоу” услуби ва жанридаги рекреатив кўрсатувлар контенти орқали очиб берилган;

рекреативликнинг физиологик ва психологик асослари ҳамда имкониятларини аниқлаш орқали кўрсатувлар сифатини яхшилаш, аудиторияни кўпроқ жалб этиш; муайян мавзу, муаммолар бўйича жамоатчилик фикрини шакллантиришга қаратилган телевизион дастурий сиёсат, миллий ўзига хосликни тарғиб этиш, эфир контентини бойитиш, журналистик маҳоратни ошириш заруратига оид амалий тавсиялар ишлаб чиқилган;

рекреатив телекўрсатувларга эҳтиёж ортишининг илмий асослари ва ўзбек телевидениесида “алоҳида гуруҳлар маданияти”, “спорт журналистикаси”, “филожурналистика”, “сервис матбуоти”, “аёллар” ва “эркаклар” журналистикаси каби йўналишлардаги рекреатив кўрсатувлар типологияси аудиториянинг ёши, жинси, ижтимоий мавқеи, қизиқиши, ахборий эҳтиёжларига кўра аниқланган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

Ўзбекистон Журналистлари уюшмасининг ижтимоий тармоқлардаги саҳифалари контенти, хусусан, видеороликлар тайёрлашда, уюшма томонидан ОАВ раҳбарлари учун ўтказилган семинар-тренингларда фойдаланилган;

Ўзбекистон миллий телерадиокомпанияси “O`zbekiston” ва “O`zbekiston tarixi” телеканаллари ижодкорлари айрим кўрсатувлар (“Ойдин ҳаёт LIVE”, “Ассалому Ўзбекистон!”, “Тақдимот”, “Ҳамма учун” каби) сценарийларини шакллантиришда қўлланилган;

“Медиа-маркетинг ва менежмент” (4-жилд), “Аудиовизуал журналистика” (6-жилд) мавзуларида илмий-оммабоп нашрлар яратилган;

АҚШнинг Ўзбекистондаги элчихонаси гранти асосида Ўзбекистон Давлат жаҳон тиллари университети медиа ва коммуникация факультети қошида медиа марказ ташкил этилган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги рекреацион концепциянинг тизимли таҳлилини таъминлайди ва тадқиқотда белгиланган мақсадлардан фойдаланиш учун зарур бўлган рекреация феноменининг муҳим хусусиятларини ажратиб кўрсатиш имконини беради. Телевидениенинг рекреатив функциясини ўрганиш орқали мазкур йўналишдаги илмий тушунча ва назарий ёндашувларни тизимлаштириш амалга оширилади, жумладан унинг муҳим хусусиятлари, кўп компонентли табиати ва медиа функциялари тизимининг бошқа таркибий қисмлари билан ўзаро таъсирининг моҳиятини очиб беради.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Ишнинг назарий аҳамияти шундан иборатки, тадқиқот якунида рекреатив функциянинг мазмуни ва элементлари, унинг медиа функциялари тизимининг бошқа таркибий қисмлари билан ўзаро таъсири аниқлаштирилди. Рекреатив фаолият назариясининг ривожланиши ва унинг медиа функциялари тизимида тутган ўрни тележурналистиканинг умумий назариясини ривожлантиришга ҳисса қўшади.

Рекреатив функцияни ўрганиш, унинг типик шакллари ва уларни амалга ошириш стратегияларини таҳлил қилиш профессионал журналист кадрлар тайёрлашда ва амалий журналистик фаолият учун фойдали бўлиши мумкин. Диссертация материаллари ва хулосаларидан журналист кадрлар тайёрлаш ва қайта тайёрлаш ўқув жараёнида, танлов фанлар ва махсус курсларни ўқитишда, амалий машғулот, семинар, маҳорат дарслари ва тематик мунозараларда фойдаланиш мумкин. Рекреатив функцияни амалга ошириш бўйича кўриб чиқилган стратегиялар амалиётчи-журналистларга журналистикада рекреативликдан фойдаланишнинг ижодий имкониятларини англашга, рекреацион фаолиятга конструктив ёндашувларни шакллантиришда журналистларнинг иштироки ва ролини тушуниш ҳамда баҳолашга, шунингдек, ОАВнинг ахборот сиёсатини тартибга солишга имкон беради.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Рекреативликнинг замонавий тележурналистиканинг глобал қонунияти тадқиқи бўйича олинган натижалар асосида:

глобаллашув даврида аудиториянинг ахборот олиш, узатиш ва “ҳазм қилиш”, рекреатив кўрсатувларнинг телевизион фаолиятда тутган ўрни, уларнинг ихтисослашув, тижорийлашув, хусусийлашув, медиаконвергенция контекстида шаклланиш ва ривожланиш тенденциялари ҳамда янги телевизион форматлар мамлакатда мустақиллик йилларида ташкил топган миллий телеканаллар тажрибасини хорижий тажрибасига оид хулосалардан Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги буюртмасига асосан, 2019 йилда

IV – Медиамаркетинг ва менежмент, VI – Аудиовизуал журналистика жилдлари яратилди. “Илм, маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили”да амалга оширишга оид давлат дастури тўғрисида”ги ПФ-5953-сон фармони билан тасдиқланган 2020 йил Давлат дастури вазифаларини амалга оширишда фойдаланилган (Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлигининг 2022 йил 17 мартдаги 18-1118-сон маълумотномаси). Натижада ахборот соҳасидаги миллий манфаатларни белгиловчи ягона давлат ахборот сиёсатини ишлаб чиқиш механизмларини шакллантириш, аҳолининг медиа саводхонлигини ошириш ҳамда журналистика соҳасида кадрларни тайёрлаш ҳамда уларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятларини англаши, республиканинг глобал ахборот маконига сифатли интеграцияси бўйича чора-тадбирларни жорий этиш имконини берган.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрациясининг 2021 йил 4 мартдаги топшириғига асосан ахборот хизматлари раҳбарлари учун ўтказилган махсус ўқув семинарни ўтказишда диссертация натижалари илмий манба бўлиб хизмат қилган; хос дастурлар сони кўпайишининг товарлар ва хизматлар рекламаси, тижорийлашув жараёни билан ўзаро таъсири масалалари ҳамда рекреатив кўрсатувларнинг афзалликларини асослаш орқали, ахборот бозори хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда рекреатив кўрсатувларнинг каналлар медиабизнесини юритиш заруратига оид натижалардан “O`zbekiston” ва “O`zbekiston tarixi” телеканаллари ижодкорлари айрим кўрсатувлари (“Ойдин ҳаёт LIVE”, “Ассалому Ўзбекистон!”, “Такдимот”, “Ҳамма учун” каби) сценарийларини шакллантиришда қўлланилган (Ўзбекистон миллий телерадиокомпанияси “O`zbekiston” телерадиоканали давлат муассасасининг 2022 йил 17 мартдаги 01-06/617-сон маълумотномаси). Натижада, телеканалда миллий маданият ва миллий ўзликни сақлаган ҳолда рекреативликнинг ўзига хос жиҳатларини ўзида жамлаган туркум дастурлар тайёрланган; уларнинг жанрий ранг-баранглиги, томошабинбоплигини яхшилашга эришилган;

телекўрсатувларда аудитория билан журналист ўртасидаги ўзаро мулоқот шакллари, улар ўртасидаги диалогнинг тенг ҳуқуқли коммуникация субъекти сифатида намоён бўлиши усуллари, жонли мулоқот имкониятлари, миллий менталитетга таъсири “инфотеймент”, “политеймент”, “инфошоу”, “телешоу”, “реалити шоу” услуги ва жанридаги рекреатив кўрсатувлар контентига оид хулосалардан “Yoshlar” телерадиоканали дастурларини тайёрлашда, рекреатив мазмундаги кўрсатувларда кенг қўллаш, шу мазмундаги кўрсатувлар контентини бойитиш ва кўрсатувлар сифатини оширишда фойдаланилган (“Yoshlar” телерадиоканали акциядорлик жамиятининг 2022 йил 17 мартдаги 14-01/91-сон маълумотномаси). Натижада телеканалда ёшлар аудиториясига мўлжалланган қизиқарли ва креатив дастурлар тайёрлаш, контентни бойитиш, хорижий телеканалларда қўлланилаётган телевизион форматлар ва жанрларни қўллашга, молиявий мустақилликка эришилган;

рекреативликнинг физиологик ва психологик асослари ҳамда имкониятларини аниқлаш орқали кўрсатувлар сифатини яхшилаш, аудиторияни кўпроқ жалб этиш; муайян мавзу, муаммолар бўйича жамоатчилик фикрини шакллантиришга қаратилган телевизион дастурий сиёсат, миллий ўзига хосликни тарғиб этиш, эфир контентини бойитиш, журналистик маҳоратни ошириш заруратига оид амалий тавсиялардан Ўзбекистон Журналистлари уюшмасининг ижтимоий тармоқлардаги саҳифалари контенти, хусусан, видеороликлар тайёрлашда, уюшма томонидан ОАВ раҳбарлари учун ўтказилган семинар-тренингларда фойдаланилган (Ўзбекистон Журналистлар ижодий уюшмасининг 2022 йил 18 мартдаги 01-18/159-сон маълумотномаси). Натижада журналист ва блогерлар учун маҳаллий ва хорижий ахборотларни бериб бориш, аудиториянинг билим даражасини оширувчи назарий-методологик ахборотларга урғу бериш, креатив ёндашув асосида контентни бойитиш ва самарадорликка эришиш имконини берган;

рекреатив телекўрсатувларга эҳтиёж ортишининг илмий асослари ва ўзбек телевидениесида “алоҳида гуруҳлар маданияти”, “спорт журналистикаси”, “филолжурналистика”, “сервис матбуоти”, “аёллар” ва “эркаклар” журналистикаси каби йўналишлардаги рекреатив кўрсатувлар типологияси аудиториянинг ёши, жинси, ижтимоий мавқеи, қизиқиши, ахборий эҳтиёжларига оид хулосалардан “Маҳалла” телерадиоканали фаолиятини кенгайтиришда, шу билан бирга, шу мазмундаги кўрсатувлар контентини янада бойитиш ва кўрсатувлар сифатини оширишда унумли фойдаланилган (“Mahalla телерадиоканали давлат муассасасининг 2022 уй 17 мартдаги 01-15-181-сон маълумотномаси). Натижада рекреатив мазмундаги кўрсатувлар контенти янада бойиган, кўрсатувлар сифати ошди ва канал мамлакат телеканаллари рейтингда юқорилаган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Тадқиқотнинг асосий тамойиллари ва натижалари 40 дан ортиқ илмий-амалий анжуман ва семинарларда, жумладан, 7 та халқаро ва 33 та республика илмий-амалий анжуманлари ва семинарларида маъруза кўринишида баён этилган ҳамда апробациядан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги. Диссертация мавзуси бўйича жами 52 та илмий иш чоп этилган, шулардан 1 та монография, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертацияларининг асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия қилинган илмий нашрларда 11 та мақола, жумладан 9 та республика ва 2 таси хорижий журналларда нашр қилинган. Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги буюртмасига VI – Аудиовизуал журналистика жилди яратилди.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш, бешта боб, хулоса ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловадан иборат бўлиб, асосий матн 220 бетни ташкил қилади.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Киришда тадқиқот мавзусининг долзарблиги ва зарурати асослаб берилган, унинг республика фан ва технологиялар ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилган, муаммонинг ўрганилганлик даражаси ёритилган, тадқиқотнинг мақсад ва вазифалари, объекти ва предмети белгиланган. Ишнинг илмий янгилиги, олинган натижаларнинг ишончлилиги, илмий-амалий аҳамияти асослаб берилган, тадқиқот натижаларининг амлиётга жорий этилганлиги, нашр этилган ишлар, диссертациянинг тузилиши ҳамда ҳажми бўйича маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг **“Рекреатив журналистиканинг илмий-амалий асосларининг эволюцияси”** деб номланган биринчи бобида рекреатив журналистиканинг тизим ва йўналиш сифатидаги хусусиятлари, рекреатив журналистика типологияси (ёки унинг тип ва йўналишлари), жаҳон ва Ўзбекистон журналистикасида кузатилаётган дам олиш дастурлари тараққиёти ўзига хос шаклларда намоён бўлиши ўрганилган.

Замонавий телевидениеда рекреатив журналистиканинг мавқеи ошиб, глобал қонуният касб этмоқда. Биринчи бобнинг биринчи бўлимида **“Рекреатив журналистика табиати ва тизими”** ўрганилган. Тенденция тусини олган дастлабки ҳолат рекреатив журналистиканинг тип ва йўналишларга бўлинишидир. Ҳозирда миллий ва халқаро тажрибада ток-шоу, реалити-шоу, шоу, телеўйин, мусиқий кўрсатувлар (музыкальная журналистика), киножурналистика, ҳажвий журналистика, спорт журналистикаси, иктисодий-реклама каналлари, қизиқишлар (мода, дизайн ва бошқа)га оид чиқишлар юзага келяпти.

Рекреатив журналистика билан боғлиқ бўлган яна бир жиҳат, таҳририятлар фаолиятида ҳам ўзгаришлар кузатилиб, оммавий ахборот воситаларидаги чиқишлар тубдан янгиланмоқда. Мисол учун, рекреативликнинг энг оммабоп йўналишлари саналган шоу, спорт, мусиқа, киножурналистикага ихтисослашган таҳририятлар деярли ҳар бир каналда мавжуд. Бундай таҳририятлар турли номларда - **“Кинокўрсатувлар”** студияси, **“Мусиқий кўрсатувлар таҳририяти”**, **“Мусиқа”** студияси, **“Спорт”** студияси каби кўринишда юритиляпти.

Дам олиш кўрсатувларининг тип ва йўналишларга бўлиниши, медиалар тизимида ўзгаришлар яшаш асносида, ихтисослашган рекреатив телеканаллар пайдо бўлишига олиб келди. Мисол учун, **“НТВ плюс”** телекомпанияси Россияда катта куч ва рақамли технологияларга эга бўлган тузилма ҳисобланади. Компания тизимида фаолият олиб борувчи каналлар орқали томошабинлар ўзлари истаган ва ўзлари қизиққан соҳа бўйича янгиликларни олиш имконига эгалар. Томошабин нимани истаса, телекомпания ана шу мавзуда ўз каналини унга тақдим этади: спорт, кино, табиат, юлдузлар ҳаёти, мусиқа ва бошқа мавзуларда.

Бобнинг **“Рекреатив журналистиканинг типологик йўналишлари”** деб номланган иккинчи бўлимида рекреатив журналистиканинг тип ва йўналишлари ўрганилган. Замонавий ахборот-коммуникация

технологияларининг жадал ривож телевидениенинг ижодий имкониятларини кенгайтди, ифода воситалари таъсирчанлигини оширди. Телевизион дастурларнинг тематик-ғоявий йўналишида, кўрсатувларнинг мазмун ва мундарижасида янги даврга хос ўзгаришлар содир бўлди. Янги жанрлар юзага чиқди. Жаҳон журналистикасидаги ўзгаришлар, жумладан интерактив кўрсатувларнинг ривожланиши, жонли эфирнинг юзага келиши ўзбек журналистикасида ҳам кузатила бошлади. Табиийки, тараққиётнинг бундай шиддати ОАВ, хусусан, кучли таъсир ва кенг аудиторияга эга бўлган ТВ зиммасига масъулиятли вазифаларни қўймоқда.

Бугунги давр телевидениедан, тележурналистикадан, журналистлардан мутлақо янгича ишлашни тақозо этмоқда. Кенг маънодаги дам олиш кўрсатувлари шундай зарурият ва эҳтиёж асосида оммалаша бошлади. Телевидениенинг рекреатив вазифаси ана шу тўлқинда, қайд этилган эҳтиёжлар силсиласида вужудга келди, шаклланди ва ривожланди. Натижада экран қаршисидаги томошабин тафаккурида ҳам фавқуллода, кутилмаган ўзгаришлар содир бўлди. Унинг ахборот олиш истаги билан бирга, дам олишга бўлган эҳтиёжи ҳам ошди. Телевизион журналистика назариясида қайд этилган вазифалар орасида рекреативлик алоҳида ўринни эгаллайди. Соҳага оид илмий адабиётларда телевизион журналистиканинг рекреатив вазифаси алоҳида саналади, аҳолининг дам олишга, ижтимоий ҳаётга ижобий таъсир этиши одамлардаги ҳар хил стресс ҳолатларни пасайтиришга хизмат қилиши ҳақида сўз боради.¹¹

Аудитория дам олиш, кўнгили очиш учун театрга тушиши, кинога бориши, хиёбонда сайр этиши, кафе ёки ресторанда оилавий таом тановул қилиши ҳам мумкин. Аммо, ушбу соҳадаги қонуният шундан иборатки, аҳоли ўзи учун энг қулай усул ва воситани танлайди. Шунини айтиш ўринлики, кейинги пайтда медиалар аудитория учун шундай муҳим дам олиш воситасига айланди. Уларнинг талаб ва эҳтиёжлари амалиётда рекреатив теледастурларнинг кўпайишига олиб келди. Шундай қилиб, ОАВ дам олишнинг, ҳар хил стрессларни йўқотишнинг энг арзон, қулай воситаси сифатида даъвогарлик қила бошлади. Дунё миқёсида рекреатив журналистика жадал суръатда ривожлана бошлади. Дастлаб матбуотда рекреатив журналистиканинг йўналиш ва типологияси юзага келган бўлса, бу жараён замонавий телевидениеге кўчди. Ҳозирда телевидениенинг қуйидаги тип ва йўналишлари ҳам юзага келди:

- ток-шоулар;
- реалити-шоулар;
- шоулар;
- телеўйинлар;
- мусикий кўрсатувлар (музыкальная журналистика);
- киножурналистика;
- ҳажвий журналистика;

¹¹Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. Изд-во МГУ, 4-е изд. – М.: 2002. – С.52.

- спорт журналистикаси;
 - иқтисодий-реклама каналлари;
 - қизиқишлар (мода, дизайн) ва бошқа. Телевидениега формат тушунчасининг кириб келиши ҳам юқоридаги барча жиҳатлар – мазмун, шакл ва контент билан бевосита боғлиқ. Шунга кўра, чет элда турли форматдаги телеканаллар пайдо бўлди:

1-жадвал

Хориждаги янги форматдаги телеканаллар

Формат	Телеканаллар	Юқори рейтингли дастурлар жанрлари
Кўнгилочар телевидение	Биринчи канал, Россия, СТС, Домашний, ТНТ	Сериаллар, бадиий фильмлар, кўнгилочар кўрсатувлар
Маърифий телевидение	Animal Planets, Discovery, National Geographic	Ҳужжатли фильмлар
Таҳлилий ва янгиликлар телевидениеси	РБК, НТВ, Euronews	Информацион-таҳлилий дастурлар, янгиликлар
Болалар телевидениеси	Cartoon Network, Jetix, Nickelodion	Мультфильмлар
Муסיқий телевидение	Муз-ТВ, Муסיқаз	Клиплар, мультфильмлар
Спорт телевидениеси	Спорт, Боец	Спорт дастурлари, спорт янгиликлари

2-жадвал

Ўзбекистондаги янги форматдаги телеканаллар

Формат	Телеканаллар	Юқори рейтингли дастурлар жанрлари
Кўнгилочар телевидение	Zo`r TV”, Milliy, Sevimli, MY5, “Кинотеатр”	Сериаллар, бадиий фильмлар, кўнгилочар кўрсатувлар
Маърифий телевидение	“Дунё бўйлаб”, “Маҳалла”, “Маданият ва маърифат”	Ҳужжатли фильмлар ва маърифий кўрсатувлар
Таҳлилий ва янгиликлар телевидениеси	O`zbekiston 24, Uzreport TV	Информацион-таҳлилий дастурлар, янгиликлар
Болалар телевидениеси	Болажон	Ихтисослашган кўрсатувлар ва мультфильмлар
Муסיқий телевидение	Наво	Клиплар, муסיқий кўрсатув ва шоулар
Спорт телевидениеси	Спорт, Футбол ТВ	Спорт дастурлари, спорт янгиликлари

Юқорида келтирилган типдаги кўнгилочар телекўрсатувлар аудиториянинг дам олишга бўлган эҳтиёжини қондиришида намоён бўлмоқда. Шунга кўра, рекреатив журналистикада муҳим аҳамият касб этаётган *биринчи омил*, унинг тип ва йўналишларга бўлиниши, рекреатив журналистика типологиясининг юзага келишидир. Мазкур ҳолат, кейинги *иккинчи омил* таҳририятлар фаолиятида туб ўзгаришлар кузатилаётгани, ОАВ тизими тубдан янгиланаётгани билан боғлиқ. Замон талабларидан келиб чиқиб, янгича номда таҳририят ва студиялар юзага келди. 20-30 йил илгари ток-шоулар билан боғлиқ бўлган студиялар йўқ эди. Таҳририят негизида алоҳида мусиқа, спорт, кино ёки бирор кўнгилочар-рекреатив форматдаги каналларнинг пайдо бўлишини эътибор қаратиш лозим бўлган навбатдаги *учинчи омил* дейиш мумкин. Ниҳоят, рекреативлик замонавий журналистиканинг глобал қонуниятига айланиб борар экан, унинг алоҳида фан, соҳа сифатида ўрганилаётгани ва бўлажак кадрларга ўргатилаётгани *тўртинчи (энг муҳим) омил* саналади.

Диссертациянинг **“Тележурналистикадаги янгиланиш тенденциялари ва рекреатив кўрсатувлар”** деб номланган иккинчи бобида рекреативликнинг ОАВ орқали тарқалиш тенденциялари, Ўзбекистонда телевизион журналистиканинг асосий йўналишлари, замонавий тележурналистикада рекреативликнинг тутган ўрни ва аҳамияти таҳлил қилинган.

Бобнинг “ОАВда рекреативлик: глобал қонуният ва тенденциялар” деб номланган биринчи бўлимида рекреативликнинг ОАВ орқали тарқалиш тенденциялари ўрганилган. Журналистика назариясининг асосий қонуниятлари ва тизимидан келиб чиқилса, маълум бўладики, ҳозирги кунга қадар мутахассислар томонидан телевидениенинг анъанавий функциялари сифатида ахборот тарқатиш, маданий-маънавий, интегратив, ижтимоий-педагогик, ташкилотчилик, таълимий, рекреатив ва бошқалар кўрсатиб келинган.¹²

Медиа функциялари орасида рекреативлик алоҳида саналган бўлса-да, яқин вақтларгача ҳам “рекреация” тушунчаси амалда кенг тарқалмаган эди. Атама физиологик, тиббий, ижтимоий-иқтисодий, архитектура, қурилиш ва бошқа дам олишни ташкил этишнинг муаммолари билан шуғулланувчи, сайёҳлик, соғлом турмуш тарзи ва саломатликка бағишланган, дам олиш, кўнгил очиш, релаксация, шунингдек, инсоннинг ҳаётий физиологик кучларини тиклаш ва янгиланишига доир адабиётларда тор доирадаги мутахассислар томонидангина ишлатилган. Илмий адабиётларда “рекреация” атамаси XIX асрнинг 90-йиллари охирида АҚШда стандарт иш кунлари жорий этилиб, ёзги таътил пайдо бўлган бир даврда қўлланила бошлаган. Хорижий, жумладан рус илмий адабиётларида рекреация ижтимоий ҳодиса сифатида XX асрнинг 60-йилларида илмий тадқиқотлар мавзусига айланди.

¹²Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. 4-е изд. М.: Изд-во МГУ, 2004 – С.36-52.

Рекреалогия ўз ичига турли илмий йўналиш ва фанлар – социология, иктисодиёт, ижтимоий психология, маданиятшунослик, жисмоний маданият назарияси, курортшунослик, туризм, география ва бошқа қизиқишларни қамраб олади. Тегишли фанлардан билимларни жалб қилиш рекреация феноменининг яхлит назариясини яратишни қийинлаштиради, баъзида унинг моҳиятини ўзбошимчалик билан талқин қилиш, тушунча ва атамаларни синоним тарзида ишлатиш ва ягона категория аппарати йўқлигига олиб келади. Хориж олимлари мазкур мавзудаги илмий тадқиқотларда ўзаро ҳамфикр эмас. Ҳозирга қадар фанда рекреация тушунчасига ягона, кенг камровли, тизимли ва яхлит таъриф берилмаган.

Дастлаб “рекреация” сўзининг семантик таркибига аниқлик киритамиз. У лотин тилидаги “recreation” - “янгилаш”, “тиклаш” феълларидан келиб чиққан. Поляк тилидан таржима қилинганда, “rekreacja” – дам олиш маъносини англатади. В. Даль изоҳли луғатида мазкур атама “ўқиш ёки хизматдан дам олиш, таътилар, байрамлар” деб таърифланади¹³. Айнан шу маънода “рекреация” сўзи ишлатилиб келинган

Инглиз тилида RECREATION сўзи бир нечта маънога эга: 1) сарфланган кучни тиклаш, тетиклаштириш жараёни; 2) кўнгил очиш, дам олиш, ҳордиқ чиқариш маъносида; 3) ўқувчилар, талабаларга дарслар орасида бериладиган танаффус; 4) дам олиш маскани, дам олиш учун майдонча. Лотин ва инглиз тилларида “recreation” сўзи икки қисмдан иборат, шунинг учун ҳар бир қисмининг маъноси алоҳида кўриб чиқилиши керак: RE “яна, яна бир марта,, орқага, тескари” деган маънони англатади; CREATION - 1) яратиш, ҳосил қилиш, бунёд этиш; 2) коинот; 3) асар (фан, санъат соҳасида). Инглиз тилидаги CREATIVE сўзи “ижодкорлик” деган маънони англатади. Гуманизм психологиясининг асосчиси А.Г. Маслоу “ижодкорлик” шахснинг психологик саломатлигининг синоними, бизнинг генетик меросимизнинг бир қисми деб ҳисоблаган. Аммо, олим яна бир жиҳатни ҳам таъкидлайдики, инсондаги иждоқорлик қирралари кўп ҳолларда ишлатилмай қолиб кетади, ундан тўлиқ ва мақсадли фойдаланилмайди ёки у умуман инкор қилинади.¹⁴

Ҳатто “рекреация” сўзининг келиб чиқиши ва маъносига бўлган ҳавола унинг семантикасида конструктив, иждодий, юксалтирувчи гуманистик маъно борлигини англатади ва бу тадқиқотимиз доирасида жуда ҳам муҳимдир. Тадқиқот натижасида аниқланадиган лексик таркибга суяниш “рекреация” атамасининг концептуал чегараларини аниқлашга имкон беради.

Юқорида айтиб ўтилганидек, илмий адабиётларда “рекреация” атамаси кўп таърифларга эга. И. Зорин ва В. Квартальновнинг фикрига кўра, рекреация – жисмоний, интеллектуал ва эмоционал кучларнинг кенг кўламдаги ифодаси; жисмоний ва ақлий кучларни тиклаш учун ишлатиладиган ҳар қандай ўйин, кўнгилочар усул, дилёзар омил ва бошқалар назарда тутилади¹⁵. Ж. Келлининг сўзларига кўра, рекреация ҳамиша рухий

¹³<http://gufo.me>, Толковый словарь Даля, 06.05.2020, 02.07.

¹⁴ Маслоу А.Г. Дальние пределы человеческой психики / А.Г. Маслоу. СПб.: Евразия, 1999. – С.91.

¹⁵ Зорин И. В., Квартальное В. А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – С.137.

ва жисмоний кучларнинг тикланиши билан боғлиқ, яъни бирор-бир фаолиятни бошлашдан аввал албатта дам олиш зарур¹⁶.

Гарчи баъзи тадқиқотчилар рекреацияни иш пайтида сарфланган кучларни тиклаш жараёни деб қарашга мойил бўлсалар-да, биз бундай ёндашувни масалага нисбатан тор доирада қараш деган фикрдамиз. Инсонда нафақат ўзининг сарфланган меҳнат кучини тиклаши, балки муайян ишнинг, юкнинг кейинги қисмини бажариш, меҳнат унумдорлиги ҳамда самарадорлигини ошириш учун, янада юқори марра ва мақсадлар учун курашиш, шахсий салоҳият ва сифатларни ривожлантириш, ўзини ҳар томонлама эркин, бемалол ва қулай ҳис қилиш, ён-атрофдагилар, муҳит ва дунё билан уйғун ҳолатда бўлиш учун ҳам рекреацияга эҳтиёж сезилади. Бекаму-кўст яшаш учун инсон сарфланган меҳнат кучларини ўз вақтида тиклаб юриши керак. “Рекреация” атамасининг семантик таркиби дастлаб муайян ижтимоий мақбул мақсадлар – ижодий мазмун, моҳият ва маънони, ижодкорлик ва шахсий ривожланиш элементларини ҳам англашиши бежиз эмас. Мутахассисларнинг фикрига кўра, “рекреация” шахсни ўзига хос хусусиятларга бойитилган фаолиятга жалб қилишни ўз ичига олади”¹⁷. Тўғри ташкил этилган рекреацион фаолият деярли ҳар доим ақл, ижодий ихтиро, зукколик, зийраклик, топқирликни талаб қилади, чунки том маънодаги рекреация одатдаги шарт-шароитдан, маълум психологик фарқ, устуворликни талаб қилади.

Диссертациянинг иккинчи боб иккинчи бўлими “Замонавий тележурналистикада рекреативликнинг тутган ўрни ва аҳамияти” деб номланади. Рекреация нормал ҳаётнинг зарурий шarti бўлиб, кучли босим ва стрессларни йўқотиш, сарфланган кучларни қайта тиклаш ва инсон шахсиятининг ҳар томонлама ривожланиши учун хизмат қилади. Рекреациянинг бугунги кундаги муҳим роли ва аҳамияти ошиб бораётганининг асосий сабабларидан бири – ҳаётнинг тобора мураккаб ва стрессли шароитлар билан юзма-юз келаётганидир, чунки бу дам олишга бўлган эҳтиёжни кескин орттириб юборди. Шунинг учун ҳам дунёдаги етакчи ва илғор замонавий ОАВ рекреацияга энг самарали ва талаб юқори бўлган усул сифатида қарамоқда.

Биринчидан, юқори технологиялар турли хил эҳтиёжларни, шу жумладан рекреацион заруратларни қондира оладиган маънавий ишлаб чиқаришни оммалашшига имкон берди. Медиалар аслида, оммавий маданият маҳсулотларини ташувчи ва трансляция қилувчи восита бўлиб, оммавий аудиториянинг рекреацион эҳтиёжларини қондириш ва томошабин манфаатдор бўлган контентга қизиқиш билдирмоқда.

Иккинчидан, мутахассисларнинг фикрига кўра, рекреацион функцияларни амалга ошириш реклама бозорининг ҳаракатлантирувчи кучи

¹⁶ Kelly J.R. Leisure and sport a sociological approach // Hand-book of social sciences of sport. Champagn Striples publ.comp. 1981.- P.37.

¹⁷ Культурно-досуговая деятельность. Учебник. Под ред. А.Д.Жаркова и В.М.Чижикова. – М.:МГУК, 1998. – С. 434.

бўлиб, ҳозирги бозор иқтисодиёти шароитида уларнинг тижорий мақсадга мувофиқлигини асослайди.

Учинчидан, медиа воситалари орқали дам олиш истагининг ўсиб бораётганлигини ўрганиш медианинг қулайлиги, давр билан ҳамнафаслиги ва дам олишнинг бошқа реал усуллари (маданий тадбирлар: кино, театр, кўргазма ва бошқаларда иштирок этиш, спорт билан шуғулланиш, саёҳатга чиқиш ва ҳ.к.) нархининг юқорилиги сабабли ҳам кўриб чиқилиши мумкин. Бу замонавий ОАВнинг миллионлаб одамлар учун дам олиш шакли ва мазмунини белгилаши билан изоҳланади.

Рекреацияга турли аспектлардан ёндашиш мумкин. Мисол учун, географик аспектда “рекреология” – меҳнат жараёнида сарфланган инсон куч-қувватини қайта тиклашга қаратилган фан ҳисобланади. Рекреацион йўналиш 60-йилларнинг охири – 70-йилларнинг бошида география фанларининг сайёҳлик ва дам олишни ўз ичига олган тармоғи сифатида пайдо бўлди. Рекреация кўп маънони англатувчи сўз бўлиб, ўрганилаётган соҳа, контекстга боғлиқ. Биринчидан, инсон кучларини кенг маънода ишлаб чиқариш (жисмоний, ақлий ва эмоционал), иккинчидан ақлий ва жисмоний қувватни қайта тиклайдиган турли ўйинлар, дам олиш тадбирлари орқали рекреацион фаолият намоён бўлади¹⁸.

Географик (туризм) аспектда рекреация бир нечта шаклда намоён бўлади: даволаниш, соғломлаштириш, спорт билан шуғулланиш (спортивная рекреология), билим олиш¹⁹. Масалага психологик нуқтаи назардан ёндашилса, **даволаниш** рекреациянинг бош омили бўлиб, индивид шифо масканларида ўз саломатлигини тиклаш орқали руҳий далда олади, соғлом ҳаётга қайтади ва бу билан ўз бахтиёрлигини ҳис этади. Шахснинг ўз саломатлигини мўътадил ушлаб туришга ҳисса қўшувчи кейинги омил **соғломлаштириш** ҳисобланади. 70-80 фоиз сайёҳ ҳордиқ чиқаришнинг энг оммабоп тури сифатида денгиз бўйларида дам олиш, чўмилиш, қуёшда ванна қабул қилиш, сайр ва бошқаларни танлашади. Бу бизда соғлом турмуш тарзи кўринишида намоён бўлади. Рекреациянинг кейинги кўриниши **спорт билан шуғулланиш**. Бу ўз ичига узоқ сафарга чиқиш, балиқ ови, овчиликнинг бошқа турлари, археологик туризм, чўққиларни забт этиш, сув остига саёҳат кабиларни камраб олади. Ва ниҳоят, рекреациянинг сўнгги кўриниши ривожланиш прогнозлари ҳамда дунёқарашни кенгайтириш билан боғлиқ бўлган янги ахборотларни олиш, саёҳат объектлари ҳақидаги маълумотлардан хабардор бўлиш – **билим олиш** ҳисобланади. Рекреацияни амалда татбиқ этиш шакллари шахс ва жамият, вақт, маданият тури каби бошқа омил ва шароитлар даражасига қараб жуда ўзгарувчан бўлади.

Диссертациянинг иккинчи боб учинчи бўлими “Ўзбекистонда рекреатив журналистиканинг асосий йўналишлари” деб номланган бўлиб, телевизион журналистика функциялари орасида уч – янгиликлар, маънавий-маърифий ва кўнгилочар йўналиш алоҳида касб эта бошлагани кўриб чиқилган. Аммо, бу

¹⁸ЕлисееваА.А. История развития рекреации как составляющей социального туризма и ее влияние на физическое воспитание человека, <http://studopedia.org/7-4529.html>, 25.04.2016.

¹⁹Виды рекреации,http://studopedia.ru/3_22999_vidi-rekreatsii.html, 25.04.2016.

Ғарб ва Шарқда турлича нисбатда намоён бўлади. Ғарб журналистикасида материалларнинг тахминан тенг ярмини кўнгилочар йўналиш эгаллаган (50%), янгиликлар – 30%, маънавий-маърифий – 20% улушни ташкил этган. Шарқда эса, хусусан Ўзбекистонда ҳам ижодий ишларнинг 40 фоизини кўнгилочар йўналиш қамраб олгани, бошқалари эса тенг улушларда намоён бўлиши таҳлил этилган.

Ишнинг учинчи боби **“Рекреатив кўрсатувлар проблематикаси кенгайишининг тенденциялари”** деб номланган. Мазкур бобнинг биринчи бўлимида “Маданият ва маърифат мавзуидаги кўрсатувларда рекреативлик” ўрганилган.

Мамлакатимиз мустақиллигининг дастлабки йилларидан бошлаб, ўзликни англаш, миллий урф-одат, анъана ва қадриятларга бўлган эътибор ошди. Бу эътироф босма ва электрон ОАВда ҳам ўз аксини топди. Ўтган йиллар давомида маданий-маънавий вазифани ўзида ифодалаган лойиҳаларга теледастурлардан кенг ўрин ажратилди. Таълим-тарбия масалаларига бағишланган, ёш авлодни миллий истиқлол ғояларига садоқат руҳида тарбиялашга ёрдам берадиган дастурлар сони ортди. Аудиовизуал журналистиканинг ёш авлод тарбиясига, миллий ва умуминсоний ахлоқнинг шаклланишига таъсир кучи инобатга олиниб, шу йўналишдаги “Оталар сўзи – ақлнинг кўзи”, “Бир ўлка-ки”, “Одамлардан бири”, “Яхшилик”, “Минг бир ривоят”, “Денгиздан томчи”, “Меҳр кўзда” сингари лойиҳалар намоёишига эътибор кучайтирилди. Булар қаторида янги номдаги кўрсатувлар пайдо бўлди. Мустақилликка қадар миллий тарбия ва маънавият мавзусига бағишланган чиқишлар жуда оз эди. Аммо, улар орасида “Оталар сўзи – ақлнинг кўзи” лойиҳаси тезда омма эътиборини қозонди.

Мустақилликнинг дастлабки йилларида маданият ва маърифат мавзуидаги бағишланган чиқишлар бирмунча кўпайган бўлса-да, асосий эътибор, инсон маънавиятини бойитишга хизмат қилувчи унсурларга эмас, инсон маънавияти таҳлилига, илмий нуқтаи назардан “маънавият” сўзининг маъносига, кенг ҳажмдаги муҳокамаларга берилиб кетилди. Томошабин эса бундан маълум маънода безди. Бу мавзудаги кўрсатувлар нафақат телеэкранда кўпайди, балки матбуотда ҳам, радиода ҳам узлуксиз ёритилди. Бундай вазиятда томошабин талаб ва эҳтиёжига асосан кўрсатув тайёрланиши лозим, яъни журналистлар креативлиги алоҳида аҳамият касб этиши табиий бўлди. Бу ижодкорликнинг натижаси сифатида жаҳон телевидениеларида интеллектуал ўйинлар оммалашди.

Телевидениенинг тарбиявий функцияси – ўзбекона ахлоқ тамойиллари, шарқона тарбия ва миллий менталитет асосида концептуал мақсад қўйилган асарларда ўз аксини топади. Бошловчи либоси, студия дизайни ҳамда декорацияси, чиқиш муқаддимаси ва хотимаси, шарқона баҳс ва тортишувлар Ғарб телеканалларининг рекреатив функциясини бажараётган, бетайин мавзулар асосига қурилган тоши енгил кўрсатувлари сингари шартакилик, андишасизлик ва шу каби инсон қалби ҳамда онгига “шиддат” билан кириб борадиган, натижада асаббузарликларга олиб келадиган

кўринишда тақдим этилиши ҳеч қандай меъёрларга мос келмаслиги жамоатчилик томонидан телевизион чиқишларда эътироф қилинмоқда ва ҳ.к.

Бундан қуйидаги жиддий хулоса чиқариш мумкин – телевидениенинг “рекреатив вазифаси” деганда, миллий каналларда эфирга чиққан кўрсатувлар кўпроқ “рекреатив-тарбиявий” хусусиятни ифода этаётир. Буни кўпгина кўрсатувларда кузатиш мумкин, масалан, “Маҳалла” каналида эфирга узатилаётган “Одамийлик” ток-шоусида.

Шундай лойиҳалардан яна бири “Бир асар тарихи” кўрсатуви бўлиб, шум боланинг эски шаҳарнинг тор кўчаларидан югуриб келишида инсон руҳиятига тез таъсир этувчи **интеллектуал монтаж** туридан фойдаланилган. Яъни, кўрсатув динамикасига асосланиб экрандаги тасвирларни оқ-қора планлар билан ажратиб кўрсатиш, видеотека ёки архивда сақланаётган ҳар хил техник нуқсонли кадрлардан атайлаб фойдаланиш, кадрларни экранда секинлаштириб бериш, унчалик ёрқин бўлмаган кадр ёки рангларни янада бўрттириб кўрсатилиши томошабинни фикрлашга ундайди ва шу орқали унинг туйғулари ва интеллектга таъсир этилади. Телевизион **қиёсий монтаж** деб аталувчи бошқа бир турда деталлар ёрдамида икки давр ўзаро таққосланади. Фрагментлари бир-бирига ўхшаш, айни пайтда турли жойларда содир бўлган воқеаларни параллел тарзда қўйиш **параллел монтаж** ишлатилади. Қайд этиш керакки, қаҳрамонлар ва кўринишларнинг ўзаро алоқадорлиги, ўзаро таққослаш ва ўзаро бир-бирига зид қўйишда мазкур монтаж тури қўлланилади. Воқеа-ҳодисани таҳлил қилиш учун оқибатдан сабабнинг фарқини, натижадан олдинги даврни кўрсатиш маданият, маърифат, маънавият мавзусидаги чиқишларда ҳам ўзининг ижобий самараларини беради.

Маданий-маърифий чиқишларда рекреативликнинг намоён бўлиши бир нечта омилга боғлиқ. Истиклолнинг дастлабки йилларида бу йўналишдаги чиқишларда бир хил қолип ва услублардан фойдаланиш урфга кирди. Шунинг учун ҳам баъзи ёшларда маънавият, таълим-тарбия мавзусидаги кўрсатувларга нисбатан пессимистик қараш юзага келди. Бу мавзулардаги телеасарларда ноанъанавийлик муҳим аҳамият касб этади. Одатдаги чиқишлар аудиторияни бездиради. Босма ОАВ табиати билан улғайган, электрон ОАВ табиати жумладан, ТВ амалиёти ва илми бўйича ҳеч қандай билим, кўникмага эга бўлмаган, жаҳон тажрибасидан беҳабар ижодкорлар кўрсатув тайёрлашга киришиши кузатилди. Экран маъруза ўқиладиган жой эмас, тасвир ва матн уйғунлигини яхлит намоён этадиган ОАВ тури ва шунинг учун ҳам кейинги муҳим омил – тасвир кучи ҳамда телевизион монтажга эътибор қаратишдир. Ток-шоу, дебат, телекўприк сингари интерактив лойиҳаларда тасвирий жозибадорликни, мазмунан ноанъанавийликни юқори нуқтага кўтариш, маданий-маърифий, маънавиятга оид чиқишлар тарғиботини ижтимоий тармоқлар орқали йўлга қўйиш ўзининг ижобий самарасини беради.

Учинчи бобнинг кейинги бўлими “Политейнмент” ёки “сиёсий театр” – телевизион журналистика таркибида” деб номланади. Ижтимоий-сиёсий трансляция замонавий медиа тизимининг муҳим мавзуси бўлиб қолмоқда.

Ҳатто Россия ва МДХ мамлакатлари телеканалларининг асосий вақти, Ғарбнинг тижорат телеканалларидан фарқли ўлароқ, ижтимоий-сиёсий лойиҳалар ҳисобга олингани ҳолда дастурлаштирилади. Янгиликлар ва сиёсий дастурлар рейтинги телетомошабин талабларини тасдиқлайди. Мисол учун, замонавий телевизион эфир фавқулодда ўта сиёсийлашгани ҳақида россиялик олима Ю.И.Долгова шундай дейди: “2018 йилнинг баҳорида сиёсий мавзу “Биринчи канал” эфирида прайм-таймдан олдин ва прайм-тайм вақтининг 48 фоиз, “Россия 1” каналида 60 фоизини банд этган.

Масаланинг яна бир жиҳатига эътибор қаратиш жоиз: ижтимоий-сиёсий сегментни тижоратлаштириш масаласи ва унинг оқибатлари. Ғарбда сиёсий мавзуларни, ҳолислик принципларидан чекинмаган ҳолда, сенсацион шаклда тақдим этиш ва шу орқали воқеа-ҳодисаларни қизиқарли услубда жамоатчиликка етказиш оммалашмоқда. Ушбу тенденция Ғарбона танқиднинг мантиқий давоми бўлиб, тижорат ижтимоий-сиёсий сегментга муайян маънода салбий таъсир қилади. Собиқ иттифоқ даврида мазкур аспектда муаммолар кўп бўлиб, ижтимоий-сиёсий трансляция жиддий тематик шаклда узатилган. Бу жараён мустақилликдан сўнг Ўзбекистонда ҳам салкам 25 йил давом этди. 2016 йилдан бошлаб медиага муносабат ўзгаргач, ижтимоий-сиёсий мавзудаги материаллар бирмунча кўпайди. Аммо, ижтимоий-сиёсий мавзунинг тузилиши ва ишлашига оид бўлган илмий тадқиқотлар деярли йўқ. Ушбу йўналиш жуда катта амалий ва назарий аҳамиятга эга бўлиб, ҳар қандай мамлакатда сиёсий соҳада янги коммуникацион ечимларни ишлаб чиқиш ва мамлакатни демократлаштиришга имкон беради.

Ўтган асрнинг 80-йилларида сиёсатчилар ток-шоулар орқали одамлар билан алоқада бўлиш мумкинлигини алоҳида таъкидладилар. Бу жуда муҳим хулоса ва тавсия эди, чунки оммани жалб этишнинг анча арзон ва қулай усули бўлиб чиқди. Натижада дунё ахборот майдонида тубдан ўзгариш ва янгиланиш юз берди. Мазкур маданий телеинқилобнинг мазмуни нимадан иборат эди?

Принципиал аҳамиятга эга бўлган янгилик шундан иборат бўлдики, ток-шоу сиёсий коммуникациялар таркибида энг муҳим жой вазифасини ўтай бошлади. Кўрсатув орқали тарғибот-ташвиқот олиб бориш, реклама қилиш имкониятлари яққол кўзга ташланди. Сайлов жараёнларида ток-шоулардан фойдаланиш йўлга қўйилди. Бу юзма-юз учрашувлар маҳаллий ва миллий ток-шоуларда ўз аксини топди. Шу тариха экранларда пайдо бўлган янги жанр томошабинларни тез жалб эта бошлади. Бу жанрдаги кўрсатувларда бошловчилар алоҳида аҳамият касб этгани боис, улар Америкада “энг таниқли ва нисбатан кўп ҳақ оладиган касб эгалари”²⁰га айланишди.

ОАВ томошабинларнинг фикри, дунёқараши ва нуқтаи назарига таъсир қилишдан ташқари, ньюсмейкерлар медиаларнинг замонавий тамойиллари ва медиа-демократия шароитларига амал қилиш зарурлигини ҳам таъкидлашмоқда. Улар “Муваффақиятли сиёсатчи аслида амалдор эмас,

²⁰Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика, М.: Аспект Пресс, 2002.

балки кўнгилочар соҳани яхши тушунадиган юлдуз бўлиши керак”²¹ – деган фикрда.

Сиёсатни кўнгилочар кўринишда бозорга олиб чиқиш ва сотиш зарурати сиёсий маълумотларни тақдим этишнинг янги форматини – “политейнмент”ни келтириб чиқарди. Сиёсий кўнгил очиш саноати билан боғлиқ бўлган ушбу ходисани тадқиқотчилар сиёсий шоу орқали давлат сиёсатини оммавий қўллаб-қувватлаш учун ишлаб чиқилган стратегик шакл ёки сиёсий коммуникациянинг бир тури сифатида тушунадилар²². Доналд Трамп ҳам бу стратегиядан муваффақиятли фойдаланган²³.

Кўнгилочар форматлар ва политейнментнинг масс-медиага олиб кирилиши сиёсий мавзуларни инсоннинг ҳиссиётларига йўналтиради. Олимларнинг фикрича, эмоционал омилларни қўллаш онг остига таъсир ўтказди, янги фикр, истак ва хоҳишларни юзага чиқазди. Шунинг учун ҳам, ривожланган Ғарб жамияти политейнментдан кенг фойдаланади.

Бугунги кунда Ўзбекистон шароитида ижтимоий-сиёсий кўрсатувлар олдинги даврга караганда мутлақо бошқача шароитда ишламоқда. Мулкчиликнинг турли шакллари назарда тутган медиатизим янгича ишлашни талаб қилмоқда. Ҳозирда давлат ва нодавлат телеканаллар мавжудлиги ҳисобга олинса, рақобат муҳити кўзга ташланадиган даражада юзага келмоқда.

Давлат телеканалларида ижтимоий-сиёсий мавзуларни тақдим этишда, бир неча ўн йил сақланиб қолган сиёсий телевизион журналистиканинг белгилари – яширин цензура ва сукунат феномени сезилади. Ушбу характерли жиҳатлар телевидениенинг давлатга қарамлиги, ҳукумат қўллаб-қувватлаши ва иқтисодий мустақилликнинг йўқлиги билан изоҳланади. Давлат каналларида сиёсий журналистика жиддий форматдан чиқиб кетолмаяпти. “Sevimli”, “MY5” телеканаллари эса сиёсий кўрсатувларда политейнментдан унумли фойдалангани ҳолда, янги форматда кўриниш бермоқда.

Учинчи бобнинг учинчи бўлими “Инфотейнмент” – телевизион ахборот бозоридаги рақобатбардошлик омили” деб номланган. Унда жаҳон ва миллий телеканалларда рекреатив чиқишларнинг кўпайиши, уларнинг шаклланиши, тараққиёт тенденциялари ва асосий муаммолар илмий-назарий аспектда ўрганилган.

Янги давр журналистикаси ҳақида сўз борар экан, унинг қиёфаси сўзни жозибали қилиб етказиш, томошабин ва ўқувчи онги-шуурига максимал таъсир ўтказиш мақсадида сўнги русумдаги медиатехнологиялардан фойдаланиш урфга айланмоқда. Яна бир эътиборли жиҳати борки, бугунги аудиториянинг куруқ ахборотга талаби ҳам, эҳтиёжи ҳам қолмади. Энди унинг психологияси янгича ахборотларга эҳтиёж сезяпти. Жаҳон журналистикаси назарияси ва амалиётида рекреация, релаксация, гедонизм,

²¹Больш Н. Албука медиа / Н. Больш. – М.: Издательство «Европа», 2011. – С.57.

²²Володина М.Н. О роли СМИ в процессе политической коммуникации (на материале немецких массмедиа) / М.Н. Володина // Политическая лингвистика. – 2010. – 4(34). – С. 9–12.

²³Всеми средствами хорош – Огонек № 34 (5387) от 31.08.2015 (kommersant.ru)

инфотейнмент, инфошоу каби атамалар пайдо бўлаётгани – мазкур заруратларнинг натижасидир.

Кўнгилочар журналистика акс этган бошқа бир атама гедонизм ҳисобланади. Ўзбекистон Миллий энциклопедиясида “Гедонизм (юн. hedone – роҳат, ҳузур, лаззатланиш) — ҳузур-ҳаловатга, лаззатланишга интилиш инсоннинг олий мақсади деб ҳисобловчи ахлоқий таълимот” – деган таъриф берилади²⁴.

Гедонизм – аудиторияни кўнглини олиб, кўнгилхушлик қилиб, шу билан бирга унга янгилик, ахборот, маълумот бериш дегани. Ёки берилаётган ахборот, маълумот шундай мазмун ва шаклда бўлсинки, у аудиториянинг кўнглига тегмасин, энсасини қотирмасин, фойда келтирсин, аудитория ундан мамнун бўлсин, роҳатлансин. Шунда ахборотнинг самараси юқори бўлади. Бу тамойилнинг ҳозир янги варианты пайдо бўлди. У илмий тилда – инфотейнмент деб аталади. “Infotainment” атамаси – инглизчадаги (information (ахборот), “entertainment” эса (томоша ёки хушхабар эшитиб кўнгил ёзиш, ҳордиқ чиқариш) – деганидир.

1980-йилларнинг ўрталарида АҚШ телеканалларининг аудиторияси торайиб, рейтинги тушиб кета бошлади. Бу эса телехизматларнинг иқтисодий, молиявий шароитига салбий таъсир қилди. Ана шунда мутахассислар олдига эфирга ахборот бериш мазмун-моҳияти, шакл-шамойилини ўзгартириш вазифаси кўйилди. Натижада куйидагилар амалга оширилди:

- ахборотни шов-шувлигига қараб дастурлаш принципи жорий этилди;
- расмий хабарлар ҳажман қисқартирилди;
- дастурларни кўпчилик диққатини ўзига тез торта оладиган, ижтимоий ва маданий мавзудаги хабарлар ҳисобига бойитиш масалалари кун тартибига кўйилди.

Ҳозирда Ўзбекистон телеканаллари, хусусан “МУ5” телеканали жаҳон телевизион журналистикасида қўлланилаётган энг сўнгги ахборот етказиш услубларини амалда кенг қўлламоқда. Рекреативлик янгиликни кенг аудиторияга етказишда таъсирчанликни таъминловчи, томошабинбопликни оширувчи муҳим омил бўлиб хизмат қилмоқда.

Диссертациянинг тўртинчи боби **“Телевидениеда рекреатив медиамаҳсулотлар: мазмун ва таҳлил”** деб номланган. Унда информацион телешоулар хусусиятлари, телевидениеда реалити-шоулар юксалиши, телевизион ток-шоунинг жанр сифатида трансформацияси ўрганилган.

Бобнинг биринчи “Информацион телешоулар хусусиятлари” деб номланган дастлабки бўлимида информацион шоу – янгиликлар ва кўнгилочар телешоу элементларини ўзида бирлаштирган телевизион дастурлар тури сифатида тадқиқ этилган. Жанр Ғарб (АҚШ ва Европа) телевидениесининг 24 соат эфирга чиқадиган марказий телеканалларида кенг

²⁴http://n.ziyouz.com/books/uzbekiston_milliy_ensiklopediyasi/O'zbekiston%20Milliy%20Ensiklopediyasi%20-%20G%20harfi.pdf

тарқалган. Россия телевидениесиде ҳам оммалашиб бормоқда. Информацион шоу – инфотейнментга типик намуна бўла олади²⁵.

“Информацион шоу”, яъни ахборотни томоша шаклида, кўнгилочар форматда оммага тақдим этишнинг ўзи деб ҳам тушунмаслик жоиз. Мақсад оммани ахборотга қизиқтириш ҳамда томошабинбоп ва қизиқарли тарзда бера олиш демакдир.

Информацион шоулар бутунлай бошқа формат, янгича композиция ва техник имкониятларни талаб қилади. Инфошоу студия имкониятларидан эркин фойдаланиш, диктор сўзи ва бошловчи монологи каби анъанавий элементларга нисбатан эркин ёндашувни тақлиф этади. Уларда анъанавий янгиликлардан фарқли ўлароқ, студияда ёруғликдан самарали фойдаланиш, томошабин ва телеижодкорлар фаоллиги кузатилади. Информацион шоулар хронометражи анъанавий янгиликлар дастурларидан фарқланиши мумкин. Бу жиҳатдан ишда ўрганилган сюжетларда “информацион шоу”га хос бўлган оҳанграбо бор. Сюжет эфирга узатилгунга қадар бошловчилар комбинацияси одамда илиқ таассурот уйғотади, экрандаги ёрдамчи унсурлар, жумладан фотолавлар эса сюжетни охиригача қизиқиб кўришга ундайди.

Ахборот етказишнинг ноанъанавий шакллари хусусида гапирганда, Россияда телевидение консерватив аҳамиятга эга бўлиб, лекин классик янгиликлар дастурлари фониде марказий телеканалларда информацион шоу жанридаги дастурлар ривожланмоқда. Мисол тариқасиде НТВнинг “Центральное телевидение” (“Марказий телевидение”), “Анатомия дня” (“Кун анатомияси”)²⁶, “Итоги дня” (“Кун якунлари”), РЕН-ТВнинг “Свободное время” (“Бўш вақт”) кабиларни айтиб ўтиш мумкин. Дастур иждоқорлари инфошоунинг асосий фарқини 3 омилде кўриш мумкинлигини қайд этадилар:

1. Форматдаги фарқлар;
2. Воқеаларни ёритишда кўп узвли жанрлар элементларидан фойдаланиш;
3. Ахборот тақдим этишдаги ноанъанавий ёндашув.

Одатда инфошоулар аҳолиде эҳтиёж юқори бўлган мавзуларда тайёрланади. Бугун омма нимани истаяпти? Қандай ахборотларга талаб юқори? Бу саволлар инфошоунинг томошабинбоплигини таъминлайди. Бугун Ўзбекистон телеканалларида инфошоулар даври бошланди. Бу ҳозирча нодавлат телеканалларда (“Замон” ахборот дастури (“Севимли”), “Марказий студия” (“МУ5”) кузатилмоқда. Давлат телеканалларининг информацион дастурларида инфошоулар деярли кузатилмаяпти.

Бобнинг иккинчи бўлими “Телевидениеде реалити-шоулар юксалиши” деб номланган. “Реалити-шоу” термини сайёрамиз аҳолиси лексиконига 1999 йил сентябрда, Голландиядаги кичик телеканалда пайдо бўлган “Большой брат” шоуси жорийлангач кириб келди – деб ёзади россиялик

²⁵<http://cyclowiki.org/wiki/>

²⁶“АНАТОМИЯ ДНЯ” новое информационное шоу | НТВ Америка. ntva.tv. Проверено 25 апреля 2016.

тадқиқотчи Дмитрий Вишняков²⁷. Мақола “Что такое реалити-шоу - развлечение или...?” (Реалити-шоу нима – кўнгил очишми ёки...) деб номланади. Унда замонавий телеканалларда кенг оммалашган шоулар таҳлил қилиниб, уларга фақатгина кўнгилочар дастур сифатида қараш қай даражада тўғри бўлади, деган савол ўртага ташланади. Шоулар типларга ажратиб чиқилганда реалити-шоуларда рекреативлик, кўнгилочар элементлар устувор аҳамият касб этса-да, жамият ҳаётидаги жиддий масалалар ҳам намоён бўлади.

Реалити-шоулар асосан кўнгилочар дастурлар бўлиб, реал ҳаётни акс эттиргани боис, жамоатчиликка қизиқиш уйғотиб келган. Инглиз тилидан “reality” сўзи таржима қилинганда, “реаллик”, ҳақиқий деган маъноларни англатади²⁸. Реалити-шоуни кузатаётган томошабин ўзини ўша муҳитга тушиб қолгандек ҳис этади. Ҳар бир реалити-шоунинг ўз сценарийси мавжуд. Режиссура устида алоҳида бош қотирилади. Кўрсатув устида жуда катта тасвирга олиш гуруҳи ишлайди. Рус телевидениесида энг машҳур воқелик, шов-шувли ва тугамайдиган шоу “Дом-2” ҳисобланади.

Бундай дастурларнинг асосий тамойиллари сифатида ҳақиқат ва реалликка асосланишни кўрсатиш керак. Ана шу қонуниятга амал қилинмаса, телеэкран қаршисидаги томошабин мавзуга унчалик қизиқмайди. Уларда ўртага ташланадиган мавзулар ўзига хослиги, оригиналлиги, бетакрорлиги билан аудиторияни жалб қилиши керак. Қаҳрамонлар нимани ўйлашса, шу ҳақда гапиришлари кўрсатувнинг янада жонли чиқишига ёрдам беради. Аммо, маълум даражада, миллий аудитория дунёқарашининг бузилиши ва менталитетга дарз кетиши ҳам кузатилади.

Nielsen Media Research²⁹ компанияси маълумотларига кўра, жаҳон телевидениелари дастурларининг 69 фоизини реалити-шоулар ташкил этади. Улар бир нечта тоифага бўлинади. Биринчиси, ҳужжатли услуб (documentary style) деб номланади. Бунда тасвирчи ва муаллиф жараённинг фаол иштирокчиси сифатида эмас, балки пассив кузатувчи мақомида иш олиб боради. Бу услуб хорижда “fly on the wall” (инглиз тилидан сўзма-сўз таржима қилинганда “девордаги пашша”) ёки реал кино (cinema verite) деб аталади.

Реалити-шоуларнинг яна бир тури – махсус яшаш шароитлари яратилиши – special living environment деб номланади. Қоидага кўра, дастур иштирокчилари бир-бирларини умуман танимайдилар. Улар нотаниш кишлоқ, шаҳар ёки бошқа бир объектга маълум бир муҳитда жойлаштирилади. Бу жараёнларни ташкил этиш, шароит яратиш, кузатиш буларнинг барчаси ташкилотчиларнинг тасаввурига боғлиқ. Ушбу ғайриоддий шароитларда уларнинг ҳаракатлари кузатилади. Мисол учун, “Sevimli” телеканали ижодкорлари томонидан тайёрланган “Ижарага энага” кўрсатувида ҳам шаҳарлик, турмушга чиқмаган қиз бир хонадонга бориб, болаларга энагалик қилади. Жоиз бўлса, айрим фавқулодда ҳодисалар

²⁷<https://shkolazhizni.ru/culture/articles/1542/>, 02.04.2019.

²⁸<https://что-ето-такое.ru/reality-show>, 02.04.2019.

²⁹Audience measurement // Nielsen Media Research. URL: <http://nielsen.com/us/en/reports.html>, 15.03.2020.

уюштирилади ва қаҳрамоннинг вазиятдан қандай чиқиб кетиши тасвирга олинади.

Реалити-шоуларнинг бошқа бир тури – юлдузлар ҳаёти (celebrity reality) бўлиб, томошабинлар машҳурларнинг кундалик ҳаётларини кузатишади. “Milliy” телеканалининг “Нишонда” кўрсатувини бунга мисол сифатида кўрсатиш мумкин. Мазкур лойиҳа дастлаб ижтимоий тармоқда машҳур бўлгач, “Milliy” канали шартнома асосида лойиҳага эфирдан жой берди. Кўрсатувда санъаткорнинг яшаш шароити, оилавий аҳволи, дарди, қувончи, сирлари, дўстларга муносабати, аччиқ гап ва танқидларга жавоб изланади. Бу турдаги шоуларга хос бўлган яна бир хусусият – одатдаги иш муҳити, “профессional фаолият” (professional activities) ёритилиши ёки бирор асарни яратилиши жараёни ҳақида сўз юритилишидир.

Шоуларнинг яна бир машҳур тури “яширин камера” (hidden camera) деб номланади. Одатда бу турда тасодифий ҳолатлар, кулгили вазиятлар ва баъзан нафсониятга тегувчи ҳолатлар олиб чиқилади. Асосийси, яширин камеранинг мавжудлигини ҳеч ким сезмайди. Чунки, иштирокчиларнинг ҳолатга муносабати томошабинлар учун жуда муҳим: кимдир самимий кулади, кимдир ғазабланади ва кимдир ажабланади. “Zo`r TV”нинг “Хафа бўлиш йўқ” лойиҳаси бунга яққол мисол бўлади.

“Телевидение фойдали турмуш тарзини шакллантиришга ёрдам беради. Ютуқларга эришишнинг энг мақбул йўллари, гўзаллик, мода, машҳурлар ҳақидаги кўрсатувлардан завқ олган томошабин ўз эҳтиёжларини қондириш учун савдо дўконларига жўнайди”.³⁰ Бу йўсиндаги чиқишлар миллий каналларда борган сари кўпаймоқда. Янги турдаги модалар, таом тайёрлаш ва шахсий имижни ўзгартиришга бағишланган “Тўйгача”, “Хос ва мос”, “Бир зумда” каби кўрсатувлар томошабинлар орасида тез машҳур бўлди.

Бундай чиқишларнинг муваффақиятларига:

- кўрсатувлар имижига ўзгаришлар олиб кирилиши;
- заставкаларнинг мунтазам янгилаб борилиши;
- мусиқий безакларга эътиборнинг кучлилиги;
- режиссурага кенг аҳамият қаратилиши;
- муаллифларнинг эркин фаолият олиб боришига шарт-шароит яратилиши;
- ва, энг муҳими, томошабиннинг кўнгилга қараш, унга ёқадиган рекреатив технологиялар ҳамда кўнгилочар элементлардан фойдаланиш тамойилига эътибор берилди.

Бобнинг сўнгги бўлимида “Телевизион ток-шоунинг жанр сифатида трансформацияси” тадқиқ этилган. Бугунги кунга келиб мамлакатимиздаги давлат ва нодавлат телеканаллар орқали эфирга узатилаётган ток-шоулар ҳам халқ билан мулоқотнинг энг самарали усули сифатида намоён бўлмоқда. Марказий телеканаллар, вилоятлардаги маҳаллий телевидениелар, нодавлат студиялар бу жанрдаги кўрсатувларга кенг эътибор қаратмоқда ва аҳоли

³⁰ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. Пер с англ. М.В.Арапова, Н.В.Мальхиной. Под ред. Е.Л.Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С.208-209.

рекреатив характердаги мазкур медиамаҳсулотлар орқали муаммоларга ечим, саволларга жавоб топмокда.

Россиялик олимлар ток-шоуларни 4 турга бўлиб ўрганган³¹. Йўлдошли алоқа техникалари ёрдамида икки ёки ундан ортиқ географик ҳудудда турган ҳолда ўзаро боғланиш – телекўприкларни, интервью, баҳс, репортаж жанрлари узвларини ўзида ифодалаган, номзодларнинг сайловолди тарғибот ишларида фойдаланиладиган теледебатларни, диалог ёки полилог (кўп одамлар) шаклидаги, баъзида кино ёки фотоҳужжатлар, қисқа лавҳалардан фойдаланиладиган суҳбатларни, кўпчилик иштирокидаги икки кишидан кам бўлмаган асосий қатнашчиларнинг нуқтаи назари, ижтимоий аҳамиятга эга муаммолар таҳлиliga бағишланган баҳс(дискуссия)ларни ток-шоуларнинг турлари сифатида келтирган.

Мутахассислар шоуларни бир-биридан фарқли томонларини инобатга олган ҳолда бирор-бир жиддий мавзу таҳлиliga бағишланган кўрсатувларни ток-шоу, мусиқа, санъатга алоқадор, дам олиш вазифаси юқори турувчи кўрсатувларни телешоу деб номлашмокда. Одатда шоулар фақат телевидениеда эмас, турли давлат ва жамоат ташкилотлари томонидан йирик дастурлар кўринишида ҳам ташкил этилади. Аммо, мазкур жанрлар мазмун-моҳиятига кўра турли туркумларга мансуб бўлиб, “ток-шоу” таҳлилий, “телешоу” бадий-публицистик жанрларга киритилган. Телешоуда дам олиш хусусияти, яъни рекреативлик бирмунча юқори.

Инфошоу, реалити-шоу, шоу, ток-шоу – буларнинг барчаси рекреатив функцияни бажарар экан, омманинг уларга қизиқиши жуда юқори. Шу боис рекреатив ва реклама-маълумот бериш функцияларининг ўзаро боғлиқлигини шундан билиб олиш мумкинки, нархлар ва хизматлар тўғрисида маълумот бериш орқали реклама нафақат танлашга ёрдам беради, балки истеъмол маданиятини шакллантиради, турли рекреация шаклларининг оммавийлашувига таъсир қилади ва шунинг учун ҳам оммавий муносабатларни назорат қилади. ОАВ қизиқиш билдирган мижозлар учун маҳсулот ёки хизматни самарали тарғиб қилиш воситасидир. Шунингдек, улар инсоннинг ҳақиқий эҳтиёжларига мос келмайдиган товарлар ва хизматларни тақдим этиш, ҳаддан ташқари ва ёлғон эҳтиёжларни шакллантириш ёки бузувчи рекреация шаклларини оммалаштириш орқали ҳам зарар етказиши мумкин. Истеъмол меъёрларининг турмуш тарзи табиати билан ўзаро боғлиқлиги реклама ва рекреатив функцияларни амалга оширишнинг маданий ва мафкуравий контекстида ўзаро боғлиқлигини кўрсатади.

Ишнинг сўнги боби **“Рекреатив кўрсатувларнинг тили ва услубидаги жараёнлар таҳлили”** деб номланган. Унда рекреатив медиаматнларда тил воситаларини қўллаш, рекреатив кўрсатувлар услубидаги янгиланишлар, рекреатив лойиҳаларда самарадорликни таъминловчи омиллар ўрганилган.

³¹Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: 1997. – С.24 -36.

Бобнинг биринчи бўлими “Рекреатив медиаматнларда тил воситаларини қўллаш” деб номланади. Телевизион журналистикада бошловчи (муаллиф) тили ва услуги масаласи алоҳида ўрин тутди. Рекреатив кўрсатувлар аудиториянинг яхши кўриб томоша қиладиган дастурлари қаторида турар экан, интерактив мулоқотлар, ўзаро баҳс ҳамда тортишувлар, фикр-мулоҳазалар билдириш жараёнида ҳар бир шахснинг индивидуал мулоқот маданиятида ўзгаришлар кириб боради. Шу тариқа: “Радио ва телевидение тили бутун мамлакат фуқаролари тилининг ривожланишига таъсир кўрсатади. Радиоэфирда ёки телевидениеда янграган янги сўз ва иборалар тез кунда ҳаммага тарқалиб, модага айланиб кетади. Бу эса телерадиожурналистлар тилига алоҳида масъулият юклайди. Улар тил маданиятини асраши, жонли, ширали, адабий тилда гапириши зарур”.³² Аммо, бу масала аксарият нодавлат телеканалларда ҳалигача ўз ечимини топмаяпти.

Давлат тили ва унинг мавқеи ҳақида гап кетаётган ҳозирги пайтда кўрсатувларга ажнабий номлар қўйиш урфга айланмоқда. Телеканаллардаги дастурлар номлари таҳлил қилинар экан, гарчи номи миллий бўлса-да, “Milliy” телеканалда 10 номда, “Zo`r TV” да 13 номда, “Yoshlar” телеканалда 8 номда хорижий тиллардаги сўзлардан кўрсатувларни номлашда фойдаланилган. Бундай амалиёт вирусли касалликка ўхшайди. “MY5”, “Navo” телеканалда биттадан шу каби лойиҳалар учради. “Sevimli” телеканалда ажнабий номлар учрамаганини ижобий баҳолаш зарур. Ўз она тилимизда ишлатиладиган сўзлар билан кўрсатув рейтингини ушлаб турса ҳам бўлади. Бунга “Зирапча”, “Ширчой”, “Нишонда”, “Ҳудуд”, “Меҳр кўзда”, “Оталар сўзи – ақлнинг кўзи”, “Мени кечир”, “Марказий студия”, “Хайрли кун” сингари лойиҳалар номлари бемалол мисол бўла олади.

Миллий телеканаллар масъулларининг ўзбек тилига бўлган бундай муносабатини ҳеч нима билан оқлаб бўлмайди. Хориждан кириб келган, аудитория онгига сингдирилаётган, мулоқотда ҳам кенг қўлланилиши бошланган ажнабий сўзлардан имкон қадар воз кечиш лозим. Агар ўз вақтида чора кўрилмаса, тил бузилади, дид бузилади, дунёқараш ўзгаради, Ғарбга ҳавас уйғонади, ғарбликларга тақлид кучаяди, “оммавий маданият”га йўл очилади. Биз ҳеч иккиланмай буларга ўзимиз йўл очиб беряпмиз. Эътибор берилса, хорижий сўзлардан кўрсатувга ном бериш анъана тусини олди. Ижодкорларда омма эшитмаган янги сўзлар билан тижорий муваффақиятга эришиш бош мақсад қилиб олинган.

Бобнинг иккинчи бўлимида “Рекреатив кўрсатувлар услубидаги янгиланишлар” ўрганилган. Истиклолнинг илк йилларида атиги бир нечта телеканал фаолият кўрсатган бўлса, бугун уларнинг сони 70 дан зиёд. Кўрсатувлар қамрови, йўналиши, савияси ҳам сезиларли юксалмоқда: турли мавзуларда кўрсатув ва ток-шоулар, кўнгилочар дастурлар халқимиз эътиборига ҳавола этилаётир. Ўзбекистонда телевидение соҳаси тараққиёти силсилисида нодавлат телеканалларнинг ҳам ривожланаётганини ва айни

³²Фихтелиус Э. Журналистиканинг 10 қондаси. – Т.: Шарқ, 2002. – Б.121.

пайтда уларда креативлик(ижодкорлик)ка кенг эътибор қаратилаётгани, янги ғоя ва лойиҳаларнинг жорийланаётгани аҳолини теледастурларга кизиқтиради. Мисол учун, МУ5 телеканалининг “Марказий студия” лойиҳаси миллий телеканалларда учрамаган алоҳида медиамаҳсулот сифатида оммани жалб этмоқда. Хусусий телеканалларда эркинлик ва тасвирга чуқур эътибор қаратилаётгани улар муваффақиятини таъминлайди.

Нодавлат телетармоқларда кўрсатувлар сифатини ошириш учун оммани фақат дам олишига кўмаклашадиган эмас, фикрлашга ундайдиган, уларни кизиқтира оладиган, фанга, илмга бошлай оладиган, стимул бера оладиган, мулоқотга чорлай оладиган янги лойиҳалар зарур. Бошловчи томошабинга шахсий намуна бўлиши – кийиниш маданияти, нутқ маданияти сингари жиҳатларга эътибор зарур. Ва энг асосийси кўрсатувлар сифатини ошириш учун профессионализм керак.

Жамият ҳаётидаги ўзгаришлар аҳоли психологиясига жиддий таъсир кўрсатмоқда, чунончи кишиларда дам олиш, ҳордиқ чиқариш ва кўнгил очиш руҳидаги кўрсатувларга мойиллик кучаймоқда. Ушбу талаблар асосида ёки жавоб ўлароқ, телевидениеда рекреатив кўрсатувлар туркуми вужудга келди, оёққа турди, шаклланди ва бу жараён давом этаётир. Каналлараро рақобат шароитида реклама ва пул топиш, медиабизнесда ғалаба қозониш учун рекреатив ёки кўнгилочар элементлардан фойдаланилар экан, улар “оммавий маданият”нинг илдиз отиб кетишига, аҳоли маънавиятининг тушишига сабаб бўлмаслиги, балки, ахборотни етказишда, томошабин томонидан осон ва энгил қабул қилинишида ёрдамчи, фойдали технология сифатида намоён бўлмоғи мақсадга мувофиқдир.

Бобнинг сўнги бўлими “Рекреатив лойиҳаларда самарадорликни таъминловчи омиллар”га бағишланган. Ҳар бир ижодий асар ўзининг оригинал қаҳрамони, қизиқарли воқеаси, қутилмаган журналистик топилмалари билан томошабинни эфир, экран олдида маҳкам ушлаб турмоғи керак. Инсон шахси нега инсон учун ҳамиша қизиқиш уйғотиб келган? Сабаби битта, инсон ҳар доим ҳаракатда, меҳнатда, курашда, ихтиро қилишда, яъни – яратувчилик, бунёдкорлик, креативлик билан банд. Рекреатив лойиҳаларда дастлабки самарадорлик омили қаҳрамон билан боғлиқ.

Замонавий телевидение ижодкордан юксак билим, кенг дунёқараш ва маҳорат талаб қилади. Бу – телевидениенинг рекреатив вазифалари билан ҳам узвий боғлиқ. Телесценарийда акс этган ҳар бир жумла, экранда кўринаётган тасвир, ҳаттоки, кадр ортидан янграётган муסיқа ҳам кўрсатувнинг оммавийлиги ва томошабинбоплигини таъминлашга улуш қўшади. Ушбу сўзлардан Ўзбекистон телевидениесининг рекреатив функцияси халқнинг тафаккури ва маънавияти билан боғлиқлиги яққол намоён бўлмоқда. “ТВ мутахассисининг билими, истеъдоди, электрон телевидениедан эстетик мақсадларда фойдалана олиши, ижодида давр талабларини ҳисобга олиши, миллий истиқлол ғоясининг туб моҳиятини

англаб, унинг телевизион тавсифини бера олиши, умуман, ҳозирги телевизион ижод бу соҳа ривож топа бориши учун хизмат қилади”.³³

Ахборот асрида замонавий журналистикада кечаётган жараёнлар таҳлили шуни кўрсатмоқдаки, ахборот-коммуникация технологияларининг соҳага кириб келиши, рақамли журналистиканинг жорийланиши, Интернетнинг ОАВ сифатида пайдо бўлиши ва бошқа воситаларга таъсир кўрсатиши ахборотлар оқимини кўпайтирди ва ОАВ тизимида тубдан ўзгаришлар содир бўлмоқда. Аҳолининг талаб ва эҳтиёжлари, психологиясида кузатилаётган ўзгаришлар инobatга олиниб, ахборот етказишнинг тезкор, таъсирчан ва самарали усул ҳамда шаклларида фойдаланиш тизимга янгиликлар олиб кирмоқда. Бу ўзгаришлар жанрлар орқали намоён бўлади.

Жанр журналистик асарларнинг барқарор шакли ҳисобланиб, у уч устунга предмет, вазифа ҳамда услубга асосланади. Ҳар бир жанр муайян ҳаётий материалнинг тури асосида ишлайди³⁴. “Предмет” жанрнинг муҳим асоси ҳисобланиб, журналист асар ёзишда улардан бирини танлайди. Уч устуннинг иккинчиси “вазифа” бўлиб, у журналистнинг асар ёзишдан кўзлаган мақсадига қараб белгиланади. Мисол учун, мақола ёзишдан мақсад “нима учун” деган саволга жавоб топиш, жамоатчилик фикрини мазкур жанр орқали шакллантириш ҳамда муайян муаммоларни ҳал қилишга қаратилган. Бу бошқа жанрларда ҳам худди шундай тақсимланади. Хабарда “нима содир бўлаётгани”га, репортажда воқеа “қандай содир бўлгани”га урғу берилса, интервьюда эса олд ўринга фикр, шахсий қараш олиб чиқилади. Жанрнинг сўнгги хусусияти ахборот билан ишлаш услубидир. Агар аналитик жанрлар хусусида гап борганда – кузатиш, ҳужжатлар билан ишлаш, сўров методларидан фойдаланиш мумкин.

Соҳа мутахассисларидан бири О. Бардиян: “Юқори сифатли амалий журналистика бир вақтнинг ўзида барча вазифаларни – мафкуравий аҳамият касб этиши, барча соҳалардаги билимларни тарқатиш орқали шахсни тарбиялаши ва ривожлантириши, онгни озиклантириши ва ҳар қандай ахборотни “мазаси” билан қолдириб, уни позитив тарзда оммавий етказиш керак” – дейди. Шунини ёдда тутиш жоизки, намоёниш этиладиган асарлар қизиқарли бўлса, ҳис-туйғу ва сезгиларга таъсир қила олса, эътиборни жалб этиб, диққатни тортадиган, шунингдек, оммани ривожлантиришга ёрдам бера олса шундагина журналистика ўз вазифаларини тўлиқ бажаради.

ХУЛОСА

Тадқиқотимиз хулосасини уч қисмга бўлиб, тақдим этишни лозим кўрдик.

Биринчи. Телевизион шоуни икки маънода тушуниш мақсадга мувофиқ. Тадқиқотда кўрсатганимиздек, кенг маънода телевидениенинг ўзи

³³ Акбаров Ҳ. Кино-, теледраматургия: назария ва амалиёт. Т.: Pmziyo, 2006. – Б.21.

³⁴https://ru.wikibooks.org/wiki/Классификация_жанров_журналистики, 25.11.2016.

шоудир, у қайси мамлакатда, қандай типда, йўналишда, мавзуда, планда ёки жанрда бўлишидан қатъи назар. Ҳар бир кўрсатув айнан ҳаётнинг ўзи эмас, балки борлиқнинг имитацияси, сьемкадир. Сьемка бўлганидан кейин бу ерда ҳақиқий ҳаёт саробга айланади, чунки унга принципиал равишда субъективлик аралашади. Бу субъективлик сценарий муаллифи, режиссёр, овоз режиссёри, оператор ва бошқаларнинг фаолиятида ҳамда кўрсатув учун мавзу қидиришда, уни ишлашда, муаллифларнинг ёндашувида, топилган фактлар ва уларнинг талқинида, услуб ва тилни танлашда намоён бўлади. Демак, ТВ – бу ҳаётнинг ўзи эмас, балки, унинг аксидир (тасвир маъносида).

Шуни таъкидлаш зарурки, телевидение соҳасида ўзбек ва рус олимлари илмий ижод қилган. Улар ичида, сўзсиз, Тошкентда таваллуд топган, Совет иттифоқида телевидение назарияси бўйича биринчи фан доктори (1973) ва самарали ижодкор А.Я.Юровский етакчи ўрин эгаллайди. Аммо бу соҳада ўнлаб фан доктори, фан номзоди ва изланувчи борлигига қарамадан, айтиш мумкинки, тадқиқотимизда тилга олинган Виталий Третьяковнинг “Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал” маърузалар курсигача бу медианинг назарияси анъанавий равишда талқин қилинаётган эди. Телевидение амалиёти кенг қамровли бўлиб, йилдан йилга янги тасвир, ғоя ва ёндашувларга бойиб бораётганига қарамай, унинг назарияси анъанавийлигича қолди. Совет иттифоқи парчаланганидан кейин, телевидение амалиётида кескин янгиланиш кузатилган бўлса-да, унинг назарияси орқада қолиб, ҳатто қашшоқлашиб қолгани айни ҳақиқат. Натижада, В.Третьяковнинг китоби замонага мос тадқиқотлардан бири бўлди. Биз ўз изланишимизни айнан бугунги талабларга мос равишда олиб боришга ҳаракат қилдик.

Иккинчи. Мавзуни ўрганиш натижасида қуйидаги илмий-назарий хулосаларга келинди:

1. Тадқиқот олдида қўйилган мақсадга мувофиқ ижтимоий ҳодиса сифатида рекреациянинг муҳим хусусиятлари, шакллари ўрганилди ва аниқланди, жамият ҳаётида рекреация шакллари ва механизмларининг шаклланиши ҳамда ривожланиши кўриб чиқилди. Мавзуга дахлдор бўлган олдинги тадқиқотлар гедонизм, кўнгилочар журналистика, релаксация, маълум бир эмоционал-психологик ҳолат тадқиқи, стрессни енгиллаштириш, ақлий мувозанатга эришиш каби йўналишларда олиб борилган. Уларни битта умумий ном – медиада рекреативлик ёки ОАВнинг рекреатив вазифаси деб қўлланилиши керак – деган фикрга келинди.

2. Рекреация инсоннинг интеллектуал, эмоционал, жисмоний ҳаётини тартибга солади, эмоционал тушкунликни енгади, руҳий мувозанат, позитив кайфият ва нормал ақлий хотиржамликни сақлаб туради, фаол ҳаёт учун мақбул бўлган ҳиссий ва руҳий ҳолатни шакллантиради. Рекреатив функция инсоннинг тикланиш ва кейинги ривожланишида, ижодий фаолиятда иштирок этишини ўз ичига олиши, лаззат, тасаввур ва ижодий қобилиятларнинг ривожланишига ва инсоннинг юксалишига ҳисса қўшмоқда ва унинг аҳамиятини билиш бугунги кун журналистлари ва уларнинг истиқболи учун жуда зарур.

3. Фикримизча, рекреативликни ОАВ функциялари тизимида энг муҳими деб ҳисоблаш тўғрироқ бўларди. Ўрганилган функция, рекреативликнинг ўзига хос хусусияти, психо-эмоционал соҳага таъсири туфайли ОАВнинг бошқа функцияларини фаол ва муваффақиятли амалга ошишида кўмаклашмоқда.

4. Натижада, бугунги кунда халқаро ва миллий журналистикада рекреатив функция етакчи ўринга чиқиб бормоқда. Шунга ҳам эътибор бериш зарурки, Шарқ анъаналарига тўғри келмайдиган, гоҳи-гоҳида рекреатив функция деб ТВда тақдим этилаётган айрим шахвоний ҳиссиётлар медиаларнинг бошқа функцияларининг аҳамиятини тушириши, бу эса ўз навбатида жамиятда жиддий дисфункцияга олиб келиши мумкин. Бу жараён айниқса Ғарбда, АҚШ, Европа мамлакатларида кучайиб бормоқда.

5. Телевидениенинг рекреатив вазифасини бажараётган, телевизион журналистика жанрларининг чорраҳасида юзага келган янги кўринишдаги жанрларни ўзида ифода этган асосий теледастурлар сифатида: а) информацион шоулар; б) реал воқеаларга асосланган реалити-шоулар в) интеллектуал ўйин (game show)лар; г) мусиқий ва ҳажвий тематикани қамраган шоулар; г) ижтимоий-сиёсий, маданий-маърифий, иқтисодий тематикани қамраган ток-шоуларни кўрсатиш мумкин.

6. Телевидениенинг таъсир доираси кенг эканлиги экранга чиқаётган телевизион маҳсулотнинг оммалашув имкониятларини оширади. Жаҳон телеканаллари силсиласида, Ўзбекистон телевидениеси рекреатив доирасининг кенгайгани кўрсатувларнинг аудитория талаб ва истаклари асосида тайёрланиши заруратини келтириб чиқарди. Бу жараённинг ўзига хос хусусиятлари, қонуниятлари таҳлили журналистиканинг бир қатор назарий ва амалий муаммоларини ҳал этиш имконини беради.

7. Рекреатив кўрсатувлар оммалашувининг дастлабки ҳудуди АҚШ ва Ғарбий Европа мамлакатлари бўлса-да, кейинги йилларда уларнинг ривожланиши дунё бўйича авж олди. Муайян муддат ўтгач, бундай дастурлар Россияга, кейинроқ мусулмон шарқи мамлакатларига етиб келди. Замонавий босқичда Ўзбекистон телевидениеси каналларида рекреатив характердаги юзлаб кўрсатувлар тайёрланиб, эфирга узатилмоқда.

8. Миллий телеканалларда халқаро тажрибани ўрганиш ва миллий хусусиятларни эътиборга олиш натижасида маданий-маърифий характердаги, ижтимоий-сиёсий мавзудаги, информацион жанрдаги кўрсатувларда рекреация элементларининг жорийланиши кузатилмоқда. Аудитория, меҳмонлар ва асосий иштирокчилар билан мулоқотга киришиш, савол-жавоб қилиш маданияти профессионал нуқтаи назардан шаклланиб бормоқда. Телевизион асарларнинг қизиқарли ва томошабинбоп бўлишини таъминлаш ва мулоқот жараёнида кутилмаган (парадоксли) ҳолатларни юзага келтириш учун омма билан ишлаш, уларни қизиқтира олиш тажрибасида ўсиш кузатилмоқда.

9. Хорижда қўлланилаётган янги ва замонавий йўналишларнинг айрим унсурлари миллий тажрибага кириб келмоқда. Интертейнмент, политеймент,

инфотейнмент каби атамаларнинг жорийланиши натижаси ўларок, бу йўналишларни илмий ўрганиш заруриятга айланмоқда.

Шу билан бирга рекреатив кўрсатувларнинг ўзига хос хусусиятларини таҳлилга тортиш натижасида қуйидаги нуқсонлар аниқланди:

- миллий телевидениеда техник имкониятлар юқори бўлса-да, бошловчи, журналист, режиссёр ва бошқалар улардан тўлақонли фойдаланмаяпти. Бу тўғридан-тўғри чиқишларда, интерактив лойиҳаларнинг фоизи жуда озлигида, йиллар давомида бир хил дизайндан фойдаланишда, телеэстетика, имиж масалаларига эътиборнинг сустигида кўринади. Студияларнинг безатилиши ҳам талаб даражасида эмас;

- ижтимоий-сиёсий, иқтисодий, муаммоли лойиҳалар жуда оз, мавжуд кўрсатувлар аудиториянинг талаб ва истакларини тўлиқ қамраб ололмагани, жиддий мавзудаги чиқишларда рекреатив узвларнинг жорийланмагани, мавзуларнинг томошабинлар учун муҳим аҳамият касб этмагани учун бу йўсиндаги дастурларнинг оммавийлиги паст. Айниқса, давлат каналлари ҳалигача эски анъана ва қолиплардан керакли даражада воз кечолмаяпти;

- телелойиҳаларда аксар ҳолларда пала-партишлик сезилади, мавзу муҳокамасида изчиллик етишмайди. Буни тўғрилаш йўлларида бири – маълум бир мавзуга ихтисослашиш, рекреатив тип ва йўналишларни ўзлаштириш ҳисобланади;

- журналист ва бошловчиларда таҳлил этиш маҳорати талаб даражасида эмас. Мавзуни чуқур ўрганмаслик натижасида айрим масалалар тўлиқ очилмай қолаётир. Давлат каналлари ижодкорларида ички цензура ҳалигача сақланиб қолмоқда. Хусусий каналларда бу борада ўсиш кузатилса-да, Интернет ОАВ ва ижтимоий тармоқлар инқилобга эришиб, икки восита ўртасида жиддий рақобат кўзга ташланяпти;

- журналистик фаолият йўналишларида иш олиб бораётган ижодкорларда имиж алоҳида ўринга эга. Ҳар бир журналистнинг ўз услуби бўлиши лозим. Бу – кийиниш, нотиклик, савол қўйиш, жавоб бериш, топқирлик, импровизация, мулоқот маданияти, тил ва услубда намоён бўлади. Бошловчи рекреациянинг аудиторияга таъсир этувчи элементларини яхши билиши, ТВга хос қутилмаган янги унсурлар, усуллар топиши, изланишда давом этиши, тажрибасини ошириб бориши зарур. Дастур қанчалик машҳур бўлмасин, унинг шаклу-шамойилига мунтазам янгиликлар олиб кирилмас экан, томошабин эътиборини қозонолмайди. Бу ҳозирда бошловчилар фаолиятидаги кемтик нуқталардан бири сифатида юз кўрсатмоқда;

- рекреатив кўрсатувларнинг тили, услуби, шакли борасида қатор камчиликлар мавжуд: шева сўзларининг қўлланилиши, адабий тил қоидаларига риоя этмаслик, гап тузилишидаги қўпол хатоликлар ўзбек тилини яхши билмаслик оқибатида юзага келмоқда. Ажнабий сўзлар иштирокида “Zo`r TV”, “Milliy”, “Yoshlar”, “My5” каби телеканалларда 40 дан ортиқ номда кўрсатув эфирга узатилмоқда. Бу эса экран қаршисида ўтирган томошабинларга акс таъсир ўтказади, уларда “оммавий маданият”га

кизиқишни оширади, уларнинг дидини ўтмаслаштиради, қолаверса, айрим вақтлари ҳатто ғашини келтиради.

Учинчи. Тадқиқотнинг мавзуси бўйича қуйидаги таклифларни киритиш мумкин:

1. Телевизион дастурлар контенти, эфирда берилаётган лойиҳаларнинг ижобий ва салбий жиҳатлари, фаол журналистлар ва бошловчилар рейтинги ўрганилиб, муаммо ва камчиликлар таҳлил қилиниб борилиши учун журналистика илмий мактаблари базасида “Медиамаҳсулотлар контентини ўрганиш ва таҳлил қилиш илмий мониторинг маркази”ни тузиш тавсия этилмоқда.

2. Телебошловчиларни танлаш борасида муайян талаблар ишлаб чиқилиши ва шу асосда бошловчиликка қабул қилиш керак. Улар учун тил, услуб ва этиканинг бузилиши ҳамда риоя қилишга доир бўлган илмий ишлар йиғилиб, кичик ҳажмдаги ва тез-тез чиқариладиган қўлланмалар тарзида чоп этилиши ҳамда ёш мутахассисларга фойдаланиш учун тақдим этилиши мақсадга мувофиқдир. Журналистика факультетлари, журналистлар малакасини ошириш маркази, миллий телеканалларда иш олиб бораётган журналистлар учун “Рекреатив журналистика” махсус ўқув курслари ташкил қилиш таклифи берилмоқда.

3. Ривожланган давлатлар тажрибаларини ўрганишда мазкур тажриба миллий урф-одатлар, анъаналар, қадриятлар, умуман олганда менталитетга мувофиқлиги масаласига эътибор қаратиш зарур. Бу эса “оммавий маданият”га берилиб кетишнинг олдини олади.

4. Мамлакатдаги журналистика ва ахборот хизматлари соҳасида кадрлар тайёрлашга ихтисослашган ОТМлар ўқув режаларига рекреатив журналистикага бағишланган танлов фанлар ва алоҳида модулларни киритиш таклиф қилинади.

5. Рекреативлик телевизион журналистиканинг глобал қонуниятига айланаётгани, йилдан-йилга ахборот босимининг ошаётгани, дам олиш эҳтиёжининг кўтарилаётганини инобатга олган ҳолда, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси, Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги, Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги, Ўзбекистон Журналистлари уюшмаси ва бошқа ҳамкор ташкилотлар иштирокида “Рекреатив журналистика стратегиялари” мавзуида жаҳон ОТМлари бошқа халқаро ташкилотлар иштирокида анъанавай илмий-амалий конференция ташкил этиш давр муаммоларини аниқлаш ва истиқболдаги вазифаларни белгилашга ёрдам берарди.

**РАЗОВЫЙ НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc.03/30.12.2019.Fil/Ped.27.01
ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ УЗБЕКСКОМ
ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ**

**УЗБЕКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ МИРОВЫХ
ЯЗЫКОВ**

КАРИМОВ АМУЛЛО АШУРОВИЧ

**РЕКРЕАТИВНОСТЬ КАК ГЛОБАЛЬНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ
СОВРЕМЕННОЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ: НАЦИОНАЛЬНЫЙ И
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ**

10.00.09 – Журналистика (филологические науки)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора филологических (DSc) наук

ТАШКЕНТ – 2023

Тема диссертации доктора филологии (PhD) зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан № В2022.4136.01469.

Диссертация выполнена в Узбекском государственном университете мировых языков

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский языки) размещен на веб-странице Научного совета (www.uzawlu.uz) и на информационно-образовательном портале «ZiyoNet» по адресу (www.ziyoonet.uz)

Научный консультант:

Муминов Файтулло Абдуллаевич
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Норматов Карим Норматович
доктор исторических наук, профессор

Худайкулов Мухтор
доктор филологических наук, профессор

Мухамедова Саodat Худайбердиевна
доктор филологических наук, профессор

Научная организация:

Каракашакский государственный университет
им. Бердюза

Имя диссертации: 14. январь 2022 года в 13⁰⁰ часов на заседании редакционного Научного совета DS.01.30.12.2019 и Fed.27.01 по присуждению ученых степеней при Узбекском государственном университете мировых языков (Адрес: 100138, город Ташкент, Учтепинский район, улицы Кичик халка Вули, вил. Г-9а, дом 21А. Тел. (+99871) 230-12-91; факс (+99871) 230-12-92; e-mail: uzawlu@uzawlu.uz)

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Узбекского государственного университета мировых языков (зарегистрировано № 2) (Адрес: 100138, город Ташкент, Учтепинский район, улицы Кичик халка Вули, вил. Г-9а, дом 21А. Тел. (+99871) 230-12-91; факс (+99871) 230-12-92)

Автореферат диссертации рассмотрен 30-декабрь 2022 года
(Регистр протокола заседания № 2 от 30-декабрь 2022 года)



Г.Х. Намична
Председатель редакционного научного совета по присуждению ученых степеней, доктор филологических наук, профессор

Х.Б. Самитова
Ученый секретарь редакционного Научного совета по присуждению ученых степеней, доктор филологических наук, доцент

Х.А. Саидов
Председатель Научного совета при редакционном Научном совете по присуждению ученых степеней, доктор филологических наук

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора наук (DSc))

Актуальность и востребованность темы диссертации. За последние тридцать лет телевидение в глобальном масштабе совершило большой прогресс как в технологическом, так и в творческом планах. В результате коммерциализации телеиндустрии коренным образом изменились содержание и состав рынка телевизионной информации, увеличивается число участвующих телеорганизаций, отвечающих его нуждам и запросам. Поэтому развлекательная, рекреационная функция современного телевидения выходит на первый план как ведущая. «Рекреация (от латинского «recreatio» — восстановить) — означает «отдых, развлечение, восстановление внутренних сил человека»¹. В научной литературе по данному направлению рекреационная функция тележурналистики развивается как отдельное направление, поскольку «речь идет о том, что положительное воздействие на рекреацию и общественную жизнь населения служит снижению уровня стресса у людей»².

В ведущих центрах изучения журналистики, в том числе в США, Узбекистане, Южной Корее и России, проводится ряд научных исследований, посвященных вопросам сущности, способов выражения, структурных элементов развлекательной журналистики, динамики ее развития, творческого и технического прогресса и форматов. В этих странах наблюдается многообразие подходов к научно-теоретическим вопросам, отражающим содержание рекреационной журналистики, ее методологическим аспектам, тенденция к изучению данной проблемы в междисциплинарном масштабе. Особую актуальность приобретает вопрос создания качественного контента, направленного на воспитание всесторонне развитого поколения, повышение его эстетического вкуса и эрудиции посредством развлекательных программ на глобальном уровне. Кроме того, актуальность темы обусловлена необходимостью изучения рекреативных программ национального телевидения, их особенностей, преимуществ и недостатков, закономерностей и определения роли профессионального мастерства журналиста; проведения сравнительного анализа отечественного и зарубежного опыта в этой сфере; определения теоретических основ и научных критериев развития рекреации как глобальной нормы современной журналистики.

Как сказал Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев, «Сегодня, строя правовое демократическое государство, мы должны следовать признанным во всем мире, незыблемым требованиям и критериям журналистики. **Главнейшие из этих принципов — объективность и достоверность**»³. Соответственно необходимо исследовать с научно-технической точки зрения природу, систему и направления развлекательной

¹Новейший социологический словарь. Минск. Книжный дом, 2010. – С.849.

²Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. Изд-во МГУ, 4-е изд. – М.: 2002. – С.52.

³Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига <https://uza.uz>, 26.06.2020.

журналистики, ее основные тенденции развития, проблемы в тематическом и проблемном направлениях, жанровое своеобразие, закономерности языковых и стилевых процессов - как комплексную актуальную проблему теории журналистики.

Настоящее исследование в определенной степени служит реализации задач, поставленных в Законах Республики Узбекистан «О гарантиях и свободе доступа к информации», «О принципах и гарантиях свободы информации», «О защите журналистской деятельности», «О средствах массовой информации», в Постановлениях Президента Республики Узбекистан «О создании просветительского телерадиоканала «Mahalla» и мерах по дальнейшему расширению цифрового телевидения» от 17 декабря 2014 года №ПП-2273, «О мерах по созданию телеканала «O‘zbekiston tarixi» от 11 июля 2019 года №ПП-4390, Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года №УП-4947 «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан», «О мерах по дальнейшему развитию системы высшего образования» от 20 апреля 2017 года № ПП-2909, «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационной сферы и массовых коммуникаций» от 2 февраля 2019 года № УП-5653 и в других нормативно- правовых документах.

Соответствие исследования приоритетам развития науки и технологий республики. Диссертация выполнена в рамках приоритетного направления республиканского научно-технического развития «Формирование системы инновационных идей в социально-правовом, экономическом, культурном, духовно-образовательном развитии информационного общества и демократического государства и пути их осуществления».

Обзор зарубежных научных исследований по теме диссертации⁴. Научные исследования, сориентированные на изучение задач телевидения в контексте теории тележурналистики, в частности, развития, тенденций и проблем рекреационной журналистики по научному и практическому направлениям проводятся в ведущих мировых научных центрах и высших учебных заведениях, в том числе, в SOAS University of London (Великобритания); University of Huddersfield (Великобритания); University of California (США); Michigan State University (США); Arizona State University (США); Università Roma Tre (Италия); L'Università di Torino (Италия); Universitatea Babeş-Bolyai (Румыния); The University of Oradea (Румыния); University of Northumbria (Великобритания); University of Bristol (Великобритания); Huazhong University of Science and Technology (Китай); Fudan University (Китай); Beijing Institute of Graphic Communication (Китай); Northeastern University (Китай); University of Southern California (США);

⁴Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий тадқиқотлар шарҳи. www.soas.ac.uk, www.universityofcalifornia.edu, <https://admissions.msu.edu>, www.uniroma3.it, <https://www.unito.it>, www.ubbcluj.ro/en, www.uoradea.ro, <https://www.unprme.org/newcastle-business-school-northumbria>, www.bristol.ac.uk, www.english.hust.edu.cn, www.fudan.edu.cn/en, <http://bigc.admissions.cn>, www.english.neu.edu.cn, <https://homeadmin.usc.edu>, www.spbu.ru, www.tksu.ru, www.dsmi.uz, www.uzswlu.uz ва бошқа манбалар асосида амалга оширилди.

Санкт-Петербургском государственном университете (Россия), Калужском государственном университете (Россия), Государственном институте искусства и культуры Узбекистана (Узбекистан); Узбекском государственном университете мировых языков (Узбекистан) и др.

Степень изученности проблемы. По формам и конкретным проблемам рекреационной журналистики проведен ряд научных работ за рубежом и в нашей стране. Некоторые функции, форматы, жанровые выражения и аспекты рекреации исследованы в работах таких российских ученых, как Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский, Н.В. Вакурова, В.В. Ворошилов, Е.В. Поберезникова, Я.Н. Засурский, М.А. Бережная, В.Т. Третьяков⁵. В научных статьях, исследованиях и брошюрах таких зарубежных исследователей, как Э. Тоффлер, Д. Рашкофф, А. Швейцер, Л. Кинг рассматриваются тенденции распространения рекреации, рекреационные аспекты информационных процессов, влияние персонификации на эффективность развлекательных телепередач, взаимоотношения героя и ведущего в авторских развлекательных шоу, а также описаны теоретические и методологические взгляды на практику развлекательной журналистики.

Телевизионные игры и развлекательные культурные формы как рекреационная составляющая СМИ и способ времяпровождения исследуются в работах Ю.Г. Волковой, Е.И. Дуковой, Г.Е. Зборовского, Ю.А. Леваду, Б.Д. Парыгиной, Е.В. Соколовой, А.Я. Флиера, Н.А. Хреновой⁶ и др. Работы Г.А. Аванесовой, Л.А. Акимовой, Б.Ч. Моисеевой, А.С. Орловой, Ю.А. Стрельцовой и других, посвященных изучению рекреационных процессов и событий в сферах туризма, здоровья, физической культуры и спорта, а также культуры в медиа⁷.

В работах Т. Адорно, Ж. Бодрияра, П. Бурде, П. Лазарсфельда, Г. Ласвелла, Н. Лумана, Г.М. Маклюэна, А. Менегетти, Р. Мертона, К. Теплица, Э. Тоффлера, Ф. Вебстера, М. Хоркхаймера, П. Шампана и

⁵Каранг: Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. 2-е изд. – М.: МГУ, 2004; Кузнецов Г.В., Цвик В.Л. Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. 4-е изд. М.: Изд-во МГУ, 2000; Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: 1998; Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения. – М.: Аспект Пресс, 2004; Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д.Борисов. – М.: Ультра. Культура, 2003; Засурский Я.Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий. Изд-во МГУ, 2000; Бережная М.А. “Телевизионный журналист. Основы творческой деятельности” – М.: Аспект Пресс, 2017; Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно (перевод с английского). 4-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2009; Третьяков В. Как стать знаменитым на телевидении. – М.: Научно-издательский центр “Ладомир”, 2016.

⁶Волков Ю.Г. Личность и гуманизм. – Челябинск, 1995; Бремя развлечений: Опиум в Европе XVIII-XX вв. - СПб., 2006; Массовая культура на рубеже веков. – М., СПб., 2005; Зборовский Г.Е. Досуг: действительность и иллюзии. – Свердловск, 1970; Левада Ю.А. В мире аудиовизуальной коммуникации нужен новый тип газеты // Сборник: Пресса в обществе (1959-2000). - М., 2000; Парыгин Б.Д. Научно-техническая революция и личность. - М., 1978; Соколов Э.В. Духовное становление человека. - Л., 1972; Соколов Э.В. О культурной ценности досуга. – Л., 1968; Флиер А.Я. Культурология для культурологов. - М., 2000; Хренов Н.А. «Человек играющий» в русской культуре. – СПб., 2005.

⁷Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность – М., 2006; Акимова Л.А. Социология досуга. – М., 2003; Моисеева В.С. Рекреационные технологии. – СПб., 2007; Орлов А.С. Социология рекреации. – М., 1995; Стрельцов Ю.А. Культурология досуга. – М., 2002.

других рассматриваются воздействие применения манипулятивных технологий в рекреационных процессах⁸.

Исследователи из России и стран СНГ Е.В. Ахмадулин, Н.Н. Богомолова, Б.А. Грушин, С.Г. Корконосенко, Г.В. Кузнецов, Г.С. Мельник, М.М. Назаров, Г. Першке, Е.П. Прохоров, А.Н. Тепляшина, В.Т. Третьяков, Л.Н. Федотова, И.Д. Фомичева, Г.И. Хмара, В.Л. Цвик, А.А. Шерель, Ю.А. Шерковин и др. посвятили свои труды рассмотрению вопросов влияния рекреации на эффективность массовой коммуникации и связанных с ней явлений с точки зрения социологического, психологического, физиологического, педагогического и других подходов, а также разработки соответствующей терминологии⁹.

С.Н. Акинфиев, М.Е. Аникина, А.С. Вартанов, Е.Л. Вартанова, Д.Б. Дондурей, С.С. Ильченко, А.В. Колесниченко, Б.Н. Лозовский, В.К. Мамонтов, С.А. Муратов, И.А. Новикова, К.Е. Разлогов, А.Е. Роднянский, С.С. Смирнов проанализировали рекреационные возможности СМИ с точки зрения содержания, жанра, воспитательного и нравственного аспектов¹⁰.

Исходя из вышеизложенного можно сказать что необходимость восполнения существующего научно-теоретического пробела в области рекреационной журналистики свидетельствует о том, что данное исследование является актуальной задачей повестки дня.

Связь темы диссертации с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация.

Диссертационное исследование выполнено в рамках перспективного плана научных исследований Узбекского государственного университета

⁸Бодрийяр Ж. Общество потребления. – М., 2006; Бурдые П. О телевидении и журналистике. – М., 2002; Маклюэн Г.М. Понимание медиа. – М., 2003; Луман Н. Реальность массмедиа. – М., 2005; Менегетти А. Система и личность. [Электронный ресурс]. Режим доступа: Мертон Р.К. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль. – М., 1994; Теплиц К.Т. Все для всех. – М., 1996; Тоффлер Э. Шок будущего. – М., 2002; Узбестер Ф. Теории информационного общества. – М., 2004; Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. – М., СПб., 1997; Шампань П. Двойная зависимость // Socio-Logos" 96. – М., 1996.

⁹Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики. – М., Ростов н/Д, 2006; Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. – М., 2008; Корконосенко, С.Г. Основы журналистики. - М., 2001; Массовая информация в советском промышленном городе. – М., 1980; Мельник Г.С, Тепляшина, А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2004; Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. – М., 2003; Основные понятия теории журналистики. – М., 1993; Прохоров Е.П. Введение в журналистику. – М., 1979; Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. - М., 2002; Радиожурналистика / Под ред. А.А. Шереля. - М, 2002; Телевизионная журналистика. – М., 2002; Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. – СПб. 2004; Фомичева И.Д. Социология СМИ. – М., 2007; Хмара Г.И. Печать в системе массовых коммуникаций // Проблемы социологии печати. Вып.1. – Новосибирск, 1969; Шерковин Ю.А. К вопросу о природе и функциях массовой коммуникации в современных условиях. – Тарту, 1967.

¹⁰Акинфиев С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения // Автореф. дис. канд. филол. н. – М., 2008; СМИ в меняющейся России. – М., 2010; Вартанов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества. – М., 2003; Ильченко С.С. Артефакты «массовой культуры» как базисная единица современного телевидения // Вестник СПбГУ. Серия 9. 2009. Вып.2. 4.1; Колесниченко А.В. Зарубежные исследования аудитории прессы. – М., 2009; Лозовский Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации. – Екатеринбург, 2008; Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости. – М, 2000; Новикова А.А. Идеология как развлечение: телевизионный этап проекта «Имя России» // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – М., 2009; Разлогов, К.Э. Коммерция и творчество: враги или союзники? – М., 1992; Телевидение: режиссура реальности. – М., 2007.

мировых языков по теме «Актуальные вопросы теории и практики международной журналистики». На основе диссертации читаются лекции и проводятся практические занятия для студентов факультета Медиа и коммуникации Узбекского государственного университета мировых языков по дисциплине «Аудиовизуальная журналистика (тележурналистика)». На конференциях, семинарах, круглых столах, проведенных на факультете журналистики Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека, Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, Университета мировой экономики и дипломатии, Каракалпакского государственного университета, Казахстанского национального университета имени Аль-Фараби, Международного казахско-турецкого университете имени Ходжи Ахмеда Яссави были прочитаны лекции и сделаны выступления по теме работы.

Целью исследования является теоретическое обоснование роли и значения рекреативных передач на телевидении как глобальной закономерности современной журналистики.

Задачи исследования:

дать определение термина «рекреационная» журналистика, выделить ее основные признаки, проанализировать становление и развитие методов и практики рекреации с помощью телевидения;

выявить основные аспекты рекреационной функции телевидения и дать систематизацию подходов в ее изучении, исследовать роль и взаимодействие с другими функциями СМИ;

определить цели и мотивы журналистов при реализации рекреационной функции;

проанализировать основные факторы, определяющие стратегию при реализации рекреационной функции, на основании этого классифицировать медиа стратегии;

изучить реализацию функции и уточнить жанрово-тематические приемы рекреационных элементов, используемых в медиатексте.

Объектом исследования является деятельность телевидения, направленная на реализацию рекреационной функции, рекреационные программы, транслируемые на государственных и негосударственных телеканалах страны. Для сравнения приведены примеры из деятельности телеканалов США, России и Южной Кореи.

Предметом исследования являются основные характеристики, содержание, проблемы, формы и специфика программ, выполняющих рекреационную функцию, а также стратегии использования рекреационных возможностей телевидения в соответствии с интересами личности и общества.

Методология и методы исследования. Основу методологии диссертации составляют сравнительно-исторический и аналитический подходы, изучение использования принципов структурно-функционального анализа, методов теоретического и эмпирического обобщения.

Научная новизна исследования заключается в следующем.

В эпоху глобализации тенденции формирования и развития аудитории в контексте поиска, передачи и "переваривания" информации, роль рекреативных передач в телевизионной деятельности, их специализация, коммерциализация, приватизация, медиаконвергенция, а также новые телевизионные форматы были выявлены путем сравнения опыта созданных в стране за годы независимости национальных телеканалов и зарубежного опыта;

исходя из специфики информационного рынка путём обоснования вопросов взаимодействия увеличения количества специальных программ с рекламой товаров и услуг, процессом коммерциализации, а также преимуществ рекреативных передач доказана потребность в рекреативных передачах при ведении медиабизнеса;

формы взаимодействия между аудиторией и журналистом в телепередачах, методы, способствующие проявлению в качестве равноправных субъектов в диалоге, возможности живого общения, влияние на национальный менталитет раскрываются через контент рекреативных передач в стилях и жанрах "инфотеймента", "политеймента", "инфошоу", "телешоу", "реалити шоу";

путем выявления физиологических и психологических основ и возможностей рекреативности были разработаны практические рекомендации по повышению качества трансляций, большего привлечения аудитории; улучшению телевизионной программной политики, направленной на формирование общественного мнения по определенным темам, проблемам продвижения национальной идентичности; обогащения контента эфира, повышения журналистского мастерства;

Определены научные основы увеличения потребности в рекреативных передачах и типология рекреативных передач на узбекском телевидении в таких направлениях, как "культура отдельных групп", "спортивная журналистика", "филожурналистика", "пресса сервиса", "женская" и "мужская" журналистика в зависимости от возраста, пола, социального статуса, интересов, информационных потребностей аудитории.

Практические результаты исследования. Предложения, данные по итогам исследования использовались. При подготовке видеороликов для создания контента страниц Союза журналистов Узбекистана в социальных сетях, в семинарах и тренингах, проводимых союзом для руководителей СМИ;

Творческими сотрудниками телеканалов «Узбекистон» и «Узбекистон тарихи» Национальной телерадиокомпании Узбекистана при создании сценариев для некоторых передач (таких, как «Ойдин хаёт LIVE», «Ассалом, Узбекистон!», «Такдимот», «Хамма учун»);

При подготовке научно-популярных изданий по темам «Медиамаркетинг и менеджмент» (Том 4), «Аудиовизуальная журналистика» (Том 6);

На основе гранта посольства США в Узбекистане создан медиациентр при факультете медиа и коммуникации Узбекского государственного университета мировых языков.

Достоверность результатов исследования обеспечивает системный анализ рекреационной концепции и позволяет выделить важные черты рекреационного явления, необходимые для реализации целей, поставленных

в исследовании. Путем изучения рекреационной функции телевидения осуществляется систематизация научных концепций и теоретических подходов в этой области, включая такие ее важные особенности, как компонентность, сущность взаимодействия с другими составляющими системы функций медиа.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Теоретическая значимость работы заключается в том, что в исследовании выявлены суть и элементы рекреационной функции, ее взаимодействие с другими компонентами системы медиафункций. Разработка теории рекреационной деятельности и ее роли в системе функций СМИ способствует развитию общей теории тележурналистики.

Изучение рекреационной функции, ее типовых форм и анализ стратегий их реализации может быть полезным при подготовке профессиональных журналистов и для практической журналистской деятельности. Материалы и выводы диссертации могут быть использованы в учебном процессе в ходе подготовки и переподготовки журналистских кадров, преподавания факультативных дисциплин и спецкурсов, практических занятий, семинаров, мастер-классов и тематических дискуссий и др.

Рассмотренные стратегии реализации рекреационной функции позволяют журналистам-практикам понять творческие возможности использования рекреации в журналистике, оценить участие и роль журналистов в формировании конструктивных подходов к рекреационной деятельности, а также регламентировать информационную политику средств массовой информации.

Внедрение результатов исследования. На основе результатов исследования глобальной закономерности рекреативности современной тележурналистики:

согласно заказу Агентства по информации и массовым коммуникациям при администрации Президента в 2019 году были созданы IV том – Медиамаркетинг ва менежмент, VI том – Аудиовизуальная журналистика, в которых использованы выводы по материалам, где в эпоху глобализации тенденции формирования и развития аудитории в контексте поиска, передачи и "переваривания" информации, роль рекреативных передач в телевизионной деятельности, их специализация, коммерциализация, приватизация, медиаконвергенция, а также новые телевизионные форматы были выявлены путем сравнения опыта созданных в стране за годы независимости национальных телеканалов и зарубежного опыта. Использованы при выполнении задач Государственной программы 2020 года, утверждённой ПП-5953 «О государственной программе осуществления «Года науки, просвещения и развития цифровой экономики» (Справка № 18-1118 от 17 марта 2022 года Агентства информации и массовых коммуникаций при Администрации Президента Республики Узбекистан).

В результате удалось сформировать механизмы содействия разработке единой государственной информационной политики, определяющей национальные интересы в информационной сфере, повысить

медиаграмотность населения, улучшить подготовку кадров в области журналистики и добиться осознания ими своих прав и обязанностей, а также внедрить меры по качественной интеграции республики в глобальное информационное пространство. Результаты диссертации послужили научно-методологическим источником при проведении специального учебного семинара для руководителей информационных служб в соответствии с поручением Администрации Президента Республики Узбекистан от 4 марта 2021 года; обосновывая преимущества рекламы товаров и услуг, взаимодействия ряда конкретных программ с процессом коммерциализации, а также рекреативных передач, исходя из характеристик информационного рынка, творческими сотрудниками телеканалов "O`zbekiston" и "O`zbekiston tarixi" при формировании сценариев некоторых передач ("Ойдин ҳаёт LIVE", "Ассалом Узбекистан!", "Тақдимот", "Хамма учун") итоги исследования использованы при ведении медиабизнеса редакциями рекреативных передач телевизионных каналов (Справка № 01-06/617 от 17 марта 2022 года Государственного учреждения телерадиоканала "O`zbekiston" Национальной телерадиокомпании Узбекистана). В результате на телеканале была подготовлена серия программ, в которых сконцентрированы специфические аспекты рекреативности при сохранении национальной культуры и самобытности; улучшилось их жанровое разнообразие, достигнута популярность среди аудитории;

использованы выводы по формам взаимодействия аудитории и журналиста в телепередачах, методам использования диалога между ними как равноправного субъекта беседы, возможностям живого общения, влиянию на национальный менталитет, применению при подготовке телерадиоканала "Yoshlar", при широком использовании в передачах рекреативного содержания в стилях и жанрах "инфотеймента", "политеймента", "инфошоу", "телешоу", "реалити-шоу", для обогащения контента передач подобного содержания и повышения качества программ (справка № 14-01/91 Акционерного общества "Yoshlar" от 17 марта 2022 года). В результате телеканал добился разработки интересных и креативных программ, ориентированных на молодежную аудиторию, обогащения контента, применения телевизионных форматов и жанров, используемых на зарубежных телеканалах, а также финансовой независимости;

повышение качества трансляций, большее привлечение аудитории за счет выявления физиологических и психологических основ и возможностей рекреативности; практические рекомендации о необходимости продвижения национальной идентичности, обогащения вещательного контента, совершенствования журналистских навыков, политики телевизионных программ, направленной на формирование общественного мнения по конкретной теме, проблемам были использованы в публикациях Союза журналистов Узбекистана в социальных сетях, в частности, при подготовке видеороликов, проведении семинаров и тренингов, организованных Союзом для руководителей СМИ (справка № 01-18/159 Союза журналистов Узбекистана от 18 марта 2022 года). В результате стало возможным

предоставление более широкой местной и зарубежной информации журналистам и блогерам, акцентирование внимания на теоретико-методологической информации, повышающей уровень знаний аудитории, обогащение контента и достижение эффективности на основе креативного подхода;

результативно использованы выводы в условиях растущей потребности в рекреативных телепередачах, по типологии рекреативных передач по таким направлениям, как "культура отдельных групп", "спортивная журналистика", "филологическая журналистика", "пресса сервиса", "женская" и "мужская" журналистика; по возрастным, половым, социальным, информационным потребностям аудитории при расширении деятельности телерадиоканала "Махалла", при дальнейшем обогащении контента передач подобного содержания и улучшении качества передач (Справка № 01-15-181 государственного учреждения телерадиоканала "Mahalla" от 17 марта 2022 года). В результате, контент рекреативных передач обогатился, качество передач улучшилось, канал занял более высокие позиции в рейтинге телеканалов страны.

Апробация результатов исследования. Результаты исследований были представлены и апробированы более, чем на 40 научно-практических конференциях и семинарах, в том числе на 7 международных и 33 республиканских научно-практических конференциях и семинарах.

Публикация результатов исследования. Всего по теме диссертации опубликовано 52 научных работ, в том числе 1 монография, 11 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан для опубликования основных научных результатов докторских диссертаций, в том числе в 9 республиканских и 2 зарубежных журналах. Том VI - Аудиовизуальная журналистика создан по заказу Агентства информации и массовых коммуникаций при Администрации Президента Республики Узбекистан.

Структура и объем диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, пяти глав, заключения, списка использованной литературы. Основной текст диссертации составляет 220 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснованы актуальность и востребованность темы диссертации, определены цель и задачи, объект и предмет исследования. Обосновано соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий в Республике Узбекистан, сформулированы научная новизна, научная и практическая значимость работы, достоверность полученных результатов, приведены сведения о внедрении результатов исследования в практику, об апробации и опубликованных работах, охарактеризована структура диссертации.

В первой главе диссертации **«Эволюция научно-практических основ развлекательной журналистики»** исследуются особенности развлекательной журналистики как отдельной системы и направления ТВ,

типология развлекательной журналистики, ее видов и направлений, развитие рекреационных программ в мировой и узбекской журналистике.

В первом параграфе *«Природа и система рекреативной журналистики»* показано, как статус развлекательной журналистики повышается на современном телевидении и приобретает глобальную значимость. Первый параграф первой главы посвящен исследованию природы и системы развлекательной журналистики. Первая тенденция — разделение развлекательной журналистики на подвиды и направления. В настоящее время в национальной и международной практике появляются ток-шоу, реалити-шоу, шоу, телеигры, музыкальные программы (музыкальная журналистика), киножурналистика, юмористическая журналистика, спортивная журналистика, экономико-рекламные каналы, передачи по интересам (мода, дизайн и т. д.).

Еще один аспект, связанный с рекреационной журналистикой, проявляется в том, что происходят изменения в работе редакций, серьезным образом обновляется само содержание СМИ. Например, редакции, специализирующиеся на шоу, спорте, музыке, киножурналистике, являющимися самыми популярными направлениями рекреации, можно найти практически на каждом канале. Такие редакции функционируют под разными названиями - студия "Киношоу", "Редакция музыкальных шоу", студия "Музыка", студия "Спорт".

Обогащение развлекательных программ новыми подвидами и направлениями привело к появлению специализированных развлекательных телеканалов. Например, такой, как «НТВ плюс» — телекомпания, обладающий большими возможностями и цифровыми технологиями в России. Через каналы этой компании зрители имеют возможность получать ту информацию, которая им нужна и интересна. Телекомпания может предложить все, что пожелает зритель: спорт, кино, природа, жизнь звезд, музыка и др.

Во втором параграфе *«Типологические направления развлекательной журналистики»* исследуются виды и направления развлекательной тележурналистики. Стремительное развитие современных информационных и коммуникационных технологий расширило творческие возможности телевидения и повысило эффективность выразительных средств. В тематико-идеологической направленности телепередач, в содержании шоу произошли характерные для новой эпохи изменения. Появились новые жанры. Тенденции в мировой журналистике, в том числе развитие интерактивных шоу, появление прямых трансляций стали наблюдаться и в узбекской журналистике. Естественно, такая скорость развития возлагает ответственные задачи на средства массовой информации, в частности, на телевидение, обладающее сильным влиянием и широкой аудиторией.

Сегодняшняя эпоха требует, чтобы телевидение, тележурналистика и журналисты работали совершенно по-новому. Популярность развлекательных программ обусловлена этой необходимостью и требованием времени. Рекреационная функция телевидения рождалась, формировалась и развивалась на этой волне, в цепи зафиксированных потребностей. В результате в

мышлении зрителей перед экраном произошли необыкновенные, неожиданные изменения. Наряду с их стремлением к информации, также возросла их потребность в отдыхе. Среди задач, упомянутых в теории тележурналистики, особое место занимает рекреация. В научной области рекреационная функция тележурналистики рассматривается как особенная, здесь упоминается, что ее положительное влияние на времяпровождение и общественную жизнь населения служит снижению уровня стресса у людей¹¹.

Зрители могут отправиться в театр для отдыха, сходить в кино, прогуляться по бульвару, пообедать с семьей в кафе или ресторане. Однако закономерность в том, что население выбирает наиболее удобный для себя способ и средство отдыха. Вот почему справедливо будет отметить, что средства массовой информации реально стали наиболее важным и удобным средством развлечения для аудитории. Их запросы и потребности привели к распространению развлекательных телевизионных программ на практике. Таким образом, средства массовой информации стали претендовать на самое дешевое, удобное средство релаксации, всевозможного снятия стресса. Во всем мире рекреационная журналистика начала быстро развиваться. В то время как развлекательная журналистика впервые появилась в прессе, этот процесс перекочевал на современное телевидение. В настоящее время в национальном и международном масштабе стали появляться следующие виды и направления телевидения:

- ток-шоу;
- реалити-шоу;
- шоу;
- телеигры;
- музыкальные шоу (музыкальная журналистика);
- киножурналистика; - юмористическая журналистика;
- спортивная журналистика;
- экономические рекламные каналы;
- передачи по интересам (мода, дизайн и др.).

Внедрение понятия формата в телевидение напрямую связано со всеми вышеперечисленными аспектами - содержанием, формой и контентом. За рубежом также появились телеканалы различных форматов:

Таблица 1

Зарубежные телеканалы в новом формате

Формат	Телеканалы	Жанры передач с высоким рейтингом
Развлекательное телевидение	Первый канал, Россия, СТС, Домашний, ТНТ	Сериалы, художественные фильмы, развлекательные передачи
Просветительское телевидение	Animal Planet, Discovery, National	Документальные фильмы

¹¹Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. 4-е изд. – М.: Изд-во МГУ, 2002. – С.52.

	Geographic	
Аналитическое и новостное телевидение	РБК, НТВ, Euronews	Информационно-аналитические передачи, новости
Детское телевидение	Cartoon Network, Jetix, Nickelodion	Мультфильмы
Музыкальное телевидение	Муз-ТВ, Музыка 3	Клипы, мультфильмы
Спортивное телевидение	Спорт, Боец	Спортивные передачи, спортивные новости

Таблица 2

Узбекские телеканалы в новом формате

Формат	Каналы	Жанры передач с высоким рейтингом
Развлекательное телевидение	Zo`r TV”, Milliy, Sevimli, MY5, “Кинотеатр”	Сериалы, художественные фильмы, развлекательные передачи
Просветительское телевидение	“Дунё бўйлаб”, “Маҳалла”, “Маданият ва маърифат”	Документальные фильмы
Аналитическое и новостное телевидение	O`zbekiston 24, Uzreport TV	Информационно-аналитические передачи, новости
Детское телевидение	Болажон	Специализированные передачи и мультфильмы
Музыкальное телевидение	Наво	Клипы, шоу
Спортивное телевидение	Спорт, Футбол ТВ	Спортивные передачи, спортивные новости

Развлекательные телешоу вышеперечисленного типа, похоже, удовлетворяют потребность зрителей в рекреации. Соответственно, первым важным фактором в развлекательной журналистике является ее разделение на виды и направления, появление типологии развлекательной журналистики. Эта ситуация и следующий за ней второй фактор связаны с тем, что в деятельности редакций наблюдаются коренные изменения, обновляется система СМИ. Исходя из требований времени, редакции и студии создаются под новыми названиями. 20-30 лет назад не было студий, связанных с ток-шоу. Появление специальных музыкальных, спортивных, кино или развлекательных каналов на редакционной основе – третий фактор, который также следует учитывать. Наконец, четвертый (самый важный) фактор — это то, что рекреация становится глобальной нормой современной журналистики, изучается как отдельное, большое направление.

Во второй главе диссертации *«Тенденции обновления тележурналистики и развлекательных шоу»* анализируются закономерности распространения рекреации через средства массовой информации, основные направления тележурналистики Узбекистана, роль и значение рекреации в современной тележурналистике.

В первой параграфе главы *«Рекреация в медиа: глобальные закономерности и тенденции»* анализируются тенденции распространения рекреации через медиа. Известно, что опираясь на основные законы журналистики, специалисты выявляли до сих пор традиционные функции телевидения, такие, как информационно-распространительную, культурно-духовную, интегративную, социально-педагогическую, организационную, воспитательную, рекреационную и др.¹².

Хотя рекреация считается особой функцией медиа, до недавнего времени понятие «рекреация» не имело широкого практического применения. Термин используется в литературе, посвященной проблемам физиологической, медицинской, социально-экономической, архитектурной, строительной и иной организации рекреации, туризма, здорового образа жизни и здоровья, отдыха, развлечений, релаксации, а также восстановления и возобновления жизненно-физиологических функций человека. В научной литературе термин «рекреация» стал употребляться в конце 1990-х гг., когда в США были введены стандартные рабочие дни и появились летние каникулы. В зарубежной, в том числе отечественной научной литературе, рекреация как социальное явление стала предметом научного исследования в 60-е годы XX века.

Рекреация включает в себя различные научные направления и дисциплины – социологию, экономику, социальную психологию, культурологию, теорию физической культуры, курортоведение, туризм, географию и другие. Привлечение знаний из соответствующих дисциплин затрудняет создание комплексной теории феномена рекреации, иногда приводит к произвольному толкованию его сущности, использованию понятий-синонимов и терминов, отсутствию единого категорийного аппарата. Зарубежные ученые не согласны друг с другом по ряду пунктов в своих научных исследованиях по этой теме. До сих пор понятию рекреации в науке не дано единого комплексного, системного и целостного определения.

Уточним смысловое содержание слова «рекреация». Оно происходит от латинского глагола "recreation" - "обновление", "восстановление". В переводе с польского языка "rekreacja" означает отдых. В аннотированном словаре В. Даля этот термин означает "отдых от учебы или службы, каникулы, праздники"¹³. Именно в этом смысле до сего употреблялось слово «рекреация».

В английском языке слово RECREATION имеет несколько значений: 1) восстановление затраченной энергии, процесс освежения; 2) в смысле

¹²Кузнецов Г.В, Цвик В.Л,Юровский А.Я.Телевизионная журналистика. 4-е изд. М.: Изд-во МГУ, 2004 – С.36-52.

¹³<http://gufo.me>, Толковый словарь Даля, 06.05.2020, 02.07.

развлечения, отдыха; 3) перерыв, предоставляемый учащимся и студентам между занятиями; 4) зона отдыха. Как в латинском, так и в английском языке слово «рекреация» состоит из двух частей, поэтому значение каждой части следует рассматривать отдельно: RE означает «снова, еще раз, назад, назад»; CREATION - 1) творить, создавать; 2) вселенная; 3) работа (в области науки, искусства). Английское слово CREATIVE означает «творчество». Основоположник гуманистической психологии А.Г. Маслоу считал, что «творчество» является синонимом психологического здоровья личности, частью нашего генетического наследия. Однако ученый подчеркивает и другой аспект, а именно то, что во многих случаях творческая сторона человека остается неиспользованной, используется не полностью и целенаправленно, либо полностью отрицается¹⁴.

Обращение к происхождению и значению слова «рекреация» показывает, что его семантика имеет созидательное, возвышающее гуманистическое значение, а это очень важно в рамках такого изучения. Опираясь на лексический состав, выявленный в результате исследования, можно выделить и концептуальные границы термина «рекреация».

Как было сказано выше, термин «рекреация» имеет множество определений в научной литературе. Рекреация, по Я. Зорину и В. Квартальнову, есть широкое отражение физических, интеллектуальных и эмоциональных сил; означает любую игру, развлекательный метод, развлекательный фактор и т. п., используемые для восстановления физических и психических сил¹⁵. По Дж. Келли, отдых всегда связан с восстановлением душевных и физических сил, то есть отдых необходим перед началом какой-либо деятельности¹⁶.

Хотя некоторые исследователи склонны рассматривать рекреацию как процесс восстановления сил, затраченных во время работы, мы полагаем, что такой подход является относительно узким взглядом на проблему. Человек может не только восстанавливать затраченную им рабочую силу, но и выполнять следующую часть деятельности, повышать производительность и эффективность труда, стремиться к более высоким целям и задачам, развивать личностный потенциал и качества, чувствовать себя свободно, комфортно. Во всяком случае, отдых тоже нужен, чтобы быть в гармонии с другими людьми, окружающей средой и миром. Чтобы жить комфортно, человек должен вовремя восстанавливать затраченные трудовые силы. Не случайно смысловая структура термина «рекреация» изначально означала определенные общественно приемлемые цели - творческое содержание, суть и смысл, элементы творчества и развития личности. По мнению специалистов, «отдых» включает в себя вовлечение человека в деятельность, обогащенную своими особенностями¹⁷. Правильно организованная рекреационная деятельность

¹⁴Маслоу А.Г. Дальние пределы человеческой психики. СПб.: Евразия, 1999. – С.91.

¹⁵Зорин И.В., Квартальная В. А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – С.137.

¹⁶Kelly J.R. Leisure and sport a sociological aproach // Hand-book of social sciences of sport. ChampagnStriplespubl.comp. 1981.- P.37.

¹⁷Культурно-досуговая деятельность. Учебник. Под ред.А.Д.Жаркова и В.М.Чижикова. – М.:МГУК, 1998. – С. 434.

почти всегда требует ума, творческой изобретательности, смекалки, потому что рекреация в буквальном смысле требует определенного психологического отличия, приоритета от обычных условий.

Второй параграф второй главы называется «*Роль и значение отдыха в современной тележурналистике*». Отдых является необходимым условием нормальной жизни, служит снятию сильного напряжения и стресса, восстановлению затраченных сил и всестороннему развитию личности человека. Одна из основных причин возрастающего значения и роли отдыха сегодня заключается в том, что усложняющиеся и напряженные условия жизни повышают потребность в рекреации. Именно поэтому ведущие современные средства массовой информации в мире считают рекреацию самой эффективной и востребованной темой.

Во-первых, высокие технологии позволили популяризировать духовную продукцию, способную удовлетворить различные потребности, в том числе рекреационные. Средства массовой информации по своей сути являются средством передачи и трансляции культурно-массовой продукции, удовлетворения рекреационных потребностей массовой аудитории и проявления интереса к интересующему зрителя контенту.

Во-вторых, по мнению специалистов, реализация рекреационных функций является движущей силой рекламного рынка, что обосновывает их коммерческую целесообразность в условиях современной рыночной экономики.

В-третьих, изучение растущего стремления к отдыху посредством медиа основано на удобстве самого медиа, его актуальности в отношении затраты времени и стоимости других реальных способов отдыха (культурных мероприятий: участие в кино, театре, выставках, занятия спортом, путешествия и т.д.). Это объясняется тем, что современные средства массовой информации определяют форму и содержание отдыха для миллионов людей. К отдыху можно подойти с разных сторон. Например, в географическом аспекте «рекреология» - это наука, направленная на восстановление энергии человека, затраченной в процессе труда.

Рекреационная сфера возникла в конце 60-х - начале 70-х годов как отрасль географии, включающая туризм и рекреацию. Отдых — это слово, имеющее множество значений, в зависимости от области исследования, контекста. Во-первых, воспроизводство сил человека в широком смысле (физических, умственных и эмоциональных), во-вторых, рекреационная деятельность проявляется через различные игры и мероприятия, восстанавливающие умственные и физические силы¹⁸.

Как описывают медиа, в географическом (туристическом) аспекте рекреация проявляется в нескольких формах: лечебная, оздоровительная, спортивная (спортивная рекреология), образовательная¹⁹. С психологической точки зрения лечение является основным фактором восстановления, человек

¹⁸Елисеева А.А. История развития рекреации как составляющей социального туризма и ее влияние на физическое воспитание человека, <http://studopedia.org/7-4529.html>, 25.04.2016.

¹⁹Виды рекреации, http://studopedia.ru/3_22999_vidi-rekreatsii.html, 25.04.2016.

получает духовное оздоровление, возвращается к здоровой жизни и тем самым испытывает удовлетворение, восстанавливая свое здоровье в санаториях.

Следующим фактором, способствующим поддержанию здоровья человека, как считают медиа, является хорошее самочувствие. 70-80 процентов туристов в качестве наиболее популярного вида расслабления выбирают пляжный отдых, купание, солнечные ванны, прогулки по пляжу и т.д. Это проявляется в виде здорового образа жизни.

Иной вид отдыха – занятия спортом. Сюда входят дальние путешествия, рыбалка, другие виды охоты, археологический туризм, альпинизм, подводные путешествия. И, наконец, последний вид отдыха включает в себя получение новой информации, связанной с прогнозами развития и расширения мировоззрения, ознакомление с информацией о средствах передвижения, получение знаний. Формы отдыха на практике весьма вариабельны в зависимости от уровня индивидуальных и других факторов и обстоятельств, таких, как общество, время, тип культуры.

Третий параграф данной главы диссертации *«Основные направления рекреативной журналистики в Узбекистане»*. Считается, что среди функций тележурналистики особое внимание стали приобретать три – информационное, духовно-просветительское и развлекательное направления. Однако на Западе и на Востоке они проявляются в разных пропорциях. В западной журналистике примерно половина материалов являются развлекательными (50%), новостными — 30%, духовно-просветительскими — 20%. На Востоке, особенно в Узбекистане, было проанализировано, что 40 процентов творческих работ приходится на развлекательное направление, остальные представлены в равных долях.

Третья глава работы озаглавлена *«Тенденции расширения проблематики развлекательных программ»*. В первом параграфе этой главы *«Рекреационализм в программах на тему культуры и просвещения»*. С первых лет независимости в нашей стране возросло внимание к самосознанию, национальным обычаям, традициям и ценностям. Это нашло отражение и в печатных, и в электронных СМИ. В последние годы много внимания было уделено проектам, выражающим культурную и духовную миссию. Увеличилось количество программ, посвященных вопросам образования, которые помогают воспитывать молодое поколение в духе верности идеалам национальной независимости. Учитывая влияние аудиовизуальной публицистики на воспитание подрастающего поколения, формирование национальной и общечеловеческой нравственности, на этом направлении особое внимание уделялось проектам «Оталар сузи – аклнинг кузи», «Бир улка-ки», «Одамлардан бири», «Яхшилик», «Минг бир ривоят», «Денгиздан томчи», «Мехр кузда» и другим. Среди них появились шоу с новым названием. До обретения независимости было очень мало передач, посвященных теме национальной идентичности и духовности. Тогда среди них выделился проект «Оталар сузи — аклнинг кузи».

В первые годы независимости несколько увеличилось количество программ на тему культуры и просвещения, но основное внимание уделялось анализу духовности человека. И публика в определенном смысле устала от этого. Участились передачи на эту тему не только на телеэкране, но и в печати, и на радио. Хотя в такой ситуации программа должна быть подготовлена, исходя из потребностей и запросов аудитории. На мировом телевидении же стали популярными интеллектуальные игры.

Воспитательная функция телевидения отражена в передачах с концептуальной целью, основанной на принципах узбекской морали, восточного воспитания и национального менталитета: одежда ведущего, оформление студии, вступление и завершение программы, восточные дебаты и споры. В то же время выпуски, подражающие развлекательным передачам западных телеканалов и строящиеся на основе тривиальных тем, которые «насильно» навязываются, только раздражают аудиторию и справедливо раскритикованы во многих выступлениях зрителей и специалистов.

Из этого можно сделать следующий важный вывод – под "развлекательной функцией" телевидения в Узбекистане подразумевается больше "развлекательно-просветительские" функции в программах, выходящих в эфир на национальных каналах. Это можно наблюдать во многих передачах, например, в ток-шоу «Одамийлик» на канале «Махалля».

Одним из таких проектов является шоу «Бир асар тарихи», в котором используется тип **интеллектуального монтажа**, где персонаж произведения «Шум бола» бежит по узким улочкам старого города. То есть, исходя из динамики показа, различая изображения на экране с черно-белыми планами, заведомо используя различные технически дефектные кадры, хранящиеся в видеотеке или архиве, показывая на экране сцены в замедленном режиме, не очень яркие кадры или преувеличение цветов, авторы побуждают зрителя думать, и тем самым затрагивают его чувства и интеллект. Другой тип, называемый **телевизионным сопоставлением**, сравнивает две эпохи с использованием деталей. **Параллельный монтаж** используется для сопоставительного размещения событий, происходивших в разных местах, фрагменты которых похожи друг на друга. Следует отметить, что этот тип монтажа используется для взаимосвязи, сравнения и противопоставления персонажей и сцен. Анализ события, показывая разницу между причиной и следствием, также дает положительный эффект в выступлениях на темы культуры, просвещения и духовности.

Проявление рекреации в культурно-просветительских программах зависит от нескольких факторов. В первые годы независимости в выступлениях этого направления стало привычным использовать одни и те же узоры и стили. Вот почему некоторые молодые люди пессимистично относятся к духовно-просветительским программам. Нетрадиционность была важна в телевизионных постановках на эти темы, т.к. обычные передачи утомляли публику. Было замечено, что готовить шоу начинают сотрудники, выросшие на отечественных печатных и электронных СМИ, без каких-либо знаний и навыков в телевизионной практике и науке, не осведомленные о

мировом опыте. Экран — это не место, где читаются лекции, а вид медиа, представляющий собой сочетание изображения и текста в целом, поэтому важным фактором является ориентация на силу изображения и телевизионный монтаж. В интерактивных проектах, таких, как ток-шоу, дебаты, телемост, поднятие визуальной привлекательности, нетрадиционного контента на высокий уровень, продвижение культурно-просветительских, духовных перформансов через телеэкран имело положительный эффект.

Следующий параграф третьей главы называется *«Политейнмент» или «политический театр» в контексте тележурналистики*. Общественно-политическое вещание остается важной темой современной медиасистемы. Даже прайм-тайм телеканалов России и стран СНГ, в отличие от западных коммерческих телеканалов, расписан с учетом общественно-политических проектов. Рейтинги новостных и политических программ подтверждают запросы телезрителей. Например, российский ученый Ю. И. Долгова говорит о том, что современное телевещание стало крайне политизированным: «Весной 2018 года политическая тема заняла 48 процентов эфира «Первого канала» до прайм-тайма и в прайм-тайме, а на канале "Россия 1" процентов 60».

Стоит обратить внимание и на другую сторону вопроса: вопрос коммерциализации общественно-политического сегмента и ее последствия. На Западе становится популярным представлять политические темы в сенсационном виде, не отступая от принципов непредвзятости, и таким образом доносить события до публики в интересной форме. Эта тенденция является логическим продолжением западной критики, а меркантилизм в определенном смысле негативно влияет на общественно-политический сегмент. В период бывшего союза в этом аспекте было много проблем и общественно-политическое вещание велось в серьезной тематической форме. Этот процесс продолжался в Узбекистане около 25 лет после обретения независимости. С 2016 года, после того, как изменилось отношение к СМИ, несколько увеличилось количество материалов на общественно-политическую тематику. Это направление имеет большое практическое и теоретическое значение и позволяет разрабатывать новые коммуникативные решения в политической сфере любой страны. Однако научных исследований о структуре и функционировании социально-политического субъекта почти нет.

В 80-х годах прошлого века политики подчеркивали возможность общения с людьми через ток-шоу. Это был очень важный вывод и рекомендация, потому что такой путь оказался гораздо более дешевым и удобным способом привлечения масс. В результате произошло коренное изменение и обновление мирового информационного поля. Каково было содержание этой культурной телевизионной революции?

Новостью принципиальной важности явилось то, что ток-шоу стало занимать важнейшее место в структуре политических коммуникаций. Возможности пропаганды и рекламы через шоу оказались очевидны. Была введена практика использования ток-шоу в избирательном процессе. Эти личные встречи были показаны на местных и национальных ток-шоу. Таким

образом, появившийся на экранах новый жанр быстро стал привлекать зрителей. Из-за особой значимости ведущих в этом жанре шоу последние стали «самой известной и относительно высокооплачиваемой профессией»²⁰ в Америке. Помимо влияния на мнение, мировоззрение аудитории, ньюсмейкеры также подчеркивают необходимость соблюдения современных медиапринципов в демократических условиях. Они считают, что «успешный политик должен быть не чиновником, а звездой, разбирающейся в индустрии развлечений»²¹.

Необходимость продвигать и продавать политику в развлекательной форме породила новый формат подачи такой информации — «политейнмент». Исследователи понимают этот феномен, связанный с индустрией развлечений, как стратегическую форму или вид коммуникации, призванный заручиться общественной поддержкой государственной политики посредством политического шоу²². Дональд Трамп также успешно использовал эту стратегию²³.

Внедрение в СМИ развлекательных форматов и полиразвлекательности направляет политические темы на человеческие эмоции. По мнению ученых, использование эмоциональных факторов воздействует на подсознание, выводит на поверхность новые мысли, желания. Поэтому развитое западное общество широко использует политейнмент. Сегодня общественно-политические программы в Узбекистане работают уже в иных условиях, чем раньше. Медиасистема, предполагающая разные формы собственности, требует нового способа деятельности. При условиях одновременного присутствия государственных и негосударственных телеканалов явно формируется конкурентная среда.

В подаче общественно-политических тем на государственных телеканалах ощущаются сохраняющиеся на протяжении нескольких десятилетий признаки политической осторожности - явления скрытой цензуры и замалчивания. Такие подходы объясняются зависимостью телевидения от государства, отсутствием нужной поддержки и экономической самостоятельности. Политическая журналистика на госканалах не может выйти из серьезного формата. Телеканалы "Севимли" и "МУ5" выступают в новом формате, успешно используя политейнмент в политических шоу.

Третий параграф третьей главы называется «*Информационно-развлекательная система – конкурентный фактор на рынке телевизионной информации*». В главе в научно-теоретическом аспекте исследуются проблемы, связанные с увеличением развлекательных программ на мировых и национальных телеканалах, тенденции их формирования и развития. Когда речь идет о журналистике новой эпохи, становится традицией использовать

²⁰Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика. М.: Аспект Пресс, 2002.

²¹Большц Н. Азбука медиа. – М.: Издательство «Европа», 2011. – С.57.

²²Володина, М.Н. О роли СМИ в процессе политической коммуникации (на материале немецких массмедиа) / М.Н. Володина // Политическая лингвистика. – 2010. – 4 (34). – С. 9–12.

²³Всеми средствами хорош – Огонек № 34 (5387) от 31.08.2015 (kommersant.ru)

новейшие медиатехнологии, чтобы сделать слово привлекательным, максимально воздействовать на сознание зрителя и читателя. Еще один примечательный момент заключается в том, что у сегодняшней аудитории нет спроса и потребности в сухой информации. Теперь его психология нуждается в новых качествах ТВ. Результатом этих потребностей является появление в теории и практике мировой журналистики таких терминов, как рекреация, релаксация, гедонизм, инфотейнмент, инфошоу.

Другой термин, который отражает развлекательная журналистика, — это гедонизм. Национальная энциклопедия Узбекистана определяет его как «Гедонизм (греч. hedone — наслаждение,) — нравственное учение, считающее стремление к удовольствию и наслаждению высшей целью человека»²⁴. Гедонизм означает развлекать аудиторию, предоставляя новости, информацию. Либо подаваемая информация должна быть в таком содержании и форме, чтобы она трогала сердце аудитории, не сковывала его, приносила прибыль, а аудитория была ею довольна и получала удовольствие. Тогда эффективность информации будет высокой.

Теперь появился новый вариант этого принципа. На научном языке это называется информационно-развлекательной системой. Термин «Infotainment» означает «информация» на английском языке, а «entertainment» - развлечение. В середине 1980-х аудитория американского телевидения начала сокращаться, рейтинги же начали снижаться. Это негативно сказалось на экономических и финансовых условиях телеуслуг. Именно тогда перед экспертами была поставлена задача изменить содержание и форму транслируемой информации. В результате было реализовано следующее: - введен принцип программирования, основанный на ощущении информации; - официальные сообщения уменьшены в размере; - на повестку дня поставлены вопросы обогащения программ сообщениями на социальные и культурные темы, способными быстрее привлечь внимание многих.

В настоящее время телеканалы Узбекистана, в частности «МУ5», широко используют новейшие методы подачи информации, применяемые в мировой тележурналистике.

Четвертая глава диссертации озаглавлена ***«Рекреационная медиапродукция на телевидении: содержание и анализ»***. В ней рассматриваются характеристики информативных телешоу, появление реалити-шоу на телевидении и трансформация телевизионного ток-шоу, как жанра.

В первой параграфе главы, озаглавленной ***«Характеристики информационных выпусков»***, информационный выпуск рассматривается как вид телепрограммы, сочетающей в себе элементы новостного и развлекательного шоу. Жанр широко распространен на круглосуточных

²⁴http://n.ziyouz.com/books/uzbekiston_milliy_ensiklopediyasi/O'zbekiston%20Milliy%20Ensiklopediyasi%20-%20G%20harfi.pdf

центральных телеканалах западного (американского и европейского) телевидения. Он также становится популярным на российском телевидении.

Информационное шоу – типичный пример информационно-развлекательной системы. «Информационное шоу» не следует понимать как представление информации общественности в форме шоу, в развлекательном формате. Цель состоит в том, чтобы заинтересовать общественность информацией и сделать ее доступной и занимательной²⁵.

Информационные шоу требуют совершенно иного формата, новой композиции и технических возможностей. Infoshow предлагает бесплатное пользование студийными помещениями, бесплатный подход к традиционным элементам, таким, как речь диктора и монолог ведущего. В них, в отличие от традиционных новостей, наблюдается эффективное использование света в студии, активность зрителей и создателей ТВ. Время выпусков новостей может отличаться от традиционных новостных программ. В этом отношении изученный выше сюжет имеет характерный для «информационного шоу» тон. Перед выходом сюжета в эфир поведение ведущих производит на человека положительно-теплое впечатление, а фоторамка на экране побуждает досмотреть сюжет до конца. В обычных формах подачи информации телевидение в России имеет консервативное значение, но на фоне классических информационных программ на центральных телеканалах развиваются передачи в жанре информационных шоу. Например, "Центральное телевидение" НТВ, "Анатомия дня"²⁶, "Итоги дня» РЕН-ТВ "Свободное время". Создатели программы отмечают, что основное отличие инфошоу можно увидеть в 3-х факторах:

1. Различия в формате;
2. Использование элементов многоаспектных жанров в освещении событий;
3. Нестандартный подход к подаче информации.

Обычно информационные передачи готовятся на темы, пользующиеся повышенным спросом у населения. Чего сегодня хотят зрители? Какая информация пользуется повышенным спросом? Эти вопросы обеспечивают аудиторию инфошоу.

Можно сказать, что сегодня на узбекских телеканалах началась эра информационных шоу. В настоящее время они популярны и на негосударственных телеканалах (информационная программа «Замон» («Севимли»), «Марказий студия» («МУ5»)).

Вторая параграф главы называется «*Рост популярности реалити-шоу*». «Термин «реалити-шоу» вошел в лексикон жителей нашей планеты в сентябре 1999 года, когда на небольшом телеканале в Нидерландах было введено шоу «Большой брат», — пишет российский исследователь Дмитрий Вишняков²⁷ в статье "Что такое реалити-шоу - развлечение или...?". В ней автор анализирует

²⁵<http://cyclowiki.org/wiki/>

²⁶«АНАТОМИЯ ДНЯ» новое информационное шоу | НТВ Америка. ntv.a.tv. Проверено 25 апреля 2016.

²⁷<https://shkolazhizni.ru/culture/articles/1542/>, 02.04.2019.

популярные передачи на современных телеканалах и ставит вопрос о том, насколько правильно считать их только развлекательными программами. При разделении шоу на виды, несмотря на то, что в реалити-шоу первостепенное значение имеют рекреационно-развлекательные элементы, показываются и серьезные проблемы в жизни общества.

Реалити-шоу – это в основном развлекательные программы, и, поскольку они отражают реальную жизнь, то вызывают общественный интерес²⁸. Особое внимание уделяется режиссуре. Над шоу работает большая съемочная группа. Самое известное, нашумевшее и бесконечное шоу реалити на российском телевидении – «Дом-2». Следует отметить, что основные принципы таких программ основаны на истине и реальности. Если этот закон не соблюдать, зрителю тема будет не очень интересна. Вопросы, обсуждаемые в них, должны привлекать аудиторию своей уникальностью. То, что персонажи делятся своими впечатлениями и переживаниями, помогает шоу стать более живым. Но в определенной степени имеет место и надлом прежнего отечественного зрительского мировоззрения, трещина в менталитете.

По данным компании NielsenMediaResearch²⁹, 69% мировых телевизионных программ составляют реалити-шоу. Они разделены на несколько категорий. Первый называется документальным стилем. При этом иллюстратор и автор выступают не активными участниками процесса, а пассивными наблюдателями. Этот стиль за границей называют «муха на стене» или «истинное кино».

Другой тип реалити-шоу называется особой жизненной средой. Как правило, участники программы вообще не знают друг друга. Их помещают в определенную среду в незнакомой деревне, городе или другом объекте. Организация, создание условий, контроль за этими процессами — все зависит от фантазии организаторов. Их действия наблюдаются в этих необычных условиях. Например, в программе «Ижарага энага», подготовленной создателями телеканала «Севимли», незамужняя девушка из города приезжает в деревню и нянчится с детьми. По возможности организуются какие-то экстренные мероприятия и снимается, как герой выходит из положения.

Другой вид реалити-шоу — это подобное о знаменитостях, где зрители наблюдают за их повседневной жизнью. В качестве примера можно привести программу "Нишонда" на телеканале "Миллий". Когда этот проект впервые стал популярен на интернет-каналах, канал «Миллий» транслировал проект по контракту. В передаче раскрываются пикантные подробности из жизни героя, семейное положение, тайны, отношение к друзьям, горькие воспоминания и критические замечания. Важной характеристикой этого типа

²⁸<https://chto-eto-takoe.ru/reality-show>, 02.04.2019.

²⁹Audience measurement // Nielsen Media Research. URL: <http://nielsen.com/us/en/reports.html>, 15.03.2020.

шоу является освещение типичной рабочей среды, «профессиональной деятельности» или процесса создания произведения³⁰.

Еще один популярный вид шоу называется «скрытая камера». Обычно этот тип включает в себя случайные забавные ситуации, а иногда и романтические. Главное, чтобы никто не заметил скрытую съемку. Потому что для зрителей очень важна реакция участников на ситуацию: кто-то искренне смеется, кто-то злится, а кто-то удивляется. Проект «Зур ТВ» «Хафа булиш йук» - яркий тому пример.

Передачи развлекательного характера все чаще появляются на национальных каналах. Такие шоу, как «Туйгача», «Хос ва мос», «Бир зумда», посвященные темам моды, кулинарии и преобразению героев, быстро стали популярными среди зрителей.

К успеху таких программ можно отнести:

- внесение изменений в изображение шоу;
- регулярное обновление аванпостов;
- сильное внимание к музыкальному оформлению;
- большое значение придается режиссуре;
- создание условий для свободной деятельности авторов;
- и, самое главное, уделяется внимание принципу взгляда на сознание зрителя, использованию рекреационных технологий и элементов развлечения, которые ему нравятся.

В последнем параграфе главы исследуется «Трансформация телевизионного ток-шоу как жанра». На сегодняшний день ток-шоу, транслируемые на государственных и негосударственных телеканалах, показаны как наиболее эффективный способ общения с людьми. Центральные телеканалы, местные телестанции в регионах, негосударственные студии уделяют жанру шоу большое внимание, а население находит решения проблем и ответы на вопросы через эти медийные продукты развлекательного характера.

Российские ученые выделяют 4 типа ток-шоу³¹. Общение в двух и более географических регионах с помощью приемов спутниковой связи – это теледебаты, включающие в себя элементы жанров интервью, дебатов, докладов, диалогов или полилогов.

Однако данные жанры относятся к разным категориям по своему содержанию, причем «ток-шоу» входит в аналитические жанры, а «телешоу» — в художественные и публицистические жанры. Телевизионное шоу имеет несколько более высокое развлекательное качество. Инфо-шоу, реалити-шоу, шоу, ток-шоу - все это несет развлекательную функцию и интерес публики к ним очень высок. Поэтому о взаимообусловленности рекреационной и рекламно-информационной функций можно судить из того, что, предоставляя информацию о ценах и услугах, реклама не только помогает сделать выбор, но и формирует потребительскую культуру, влияет на

³⁰Уэбстер Ф. Теории информационного общества. Пер с англ. М.В.Арапова, Н.В.Малыхиной. Под ред. Е.Л.Вартаковой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С.208-209.

³¹Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: 1997. – С.24 -36.

популяризацию различных форм отдыха, а значит, контролирует связи с общественностью.

Медиа – это средство эффективного продвижения товара или услуги среди заинтересованных клиентов. Они также могут причинять вред, предоставляя товары и услуги, не отвечающие истинным потребностям человека, создавая чрезмерные и ложные потребности или популяризируя деструктивные формы отдыха. Взаимосвязь норм потребления с характером образа жизни показывает взаимосвязь реализации рекламной и рекреационной функций в культурно-идеологическом контексте.

Последняя глава работы называется **«Анализ процессов преобразований в языке и стиле развлекательных шоу»**. Рассматриваются использование языковых средств в развлекательных медиатекстах, новации стиля развлекательных программ, факторы, обеспечивающие эффективность развлекательных проектов.

Первый параграф главы называется **«Использование языковых средств в рекреационных медиатекстах»**. В тележурналистике особое место занимает вопрос языка и стиля ведущего (автора). Развлекательные программы являются одними из самых популярных программ у зрителей, поэтому в процессе интерактивных диалогов, дебатов и споров вносятся изменения в индивидуальную культуру общения каждого человека. Поэтому справедливо утверждение о том, что «язык радио и телевидения влияет на развитие языка граждан всей страны. Новые слова и фразы, услышанные по радио или по телевидению, быстро доходят до всех и входят в моду. Это возлагает особую ответственность на язык теле- и радиожурналистов. Им необходимо сохранять культуру языка, говорить живым, литературным языком»³².

Однако на большинстве негосударственных телеканалов этот вопрос до сих пор не решен. В то время, когда речь идет о государственном языке и его статусе, становится традицией давать программам иностранные названия. При анализе названий программ на телеканалах, несмотря на то, что они являются национальными, в 10 на телеканале «Миллий», в 13 на «Зур ТВ» и в 8 названиях на телеканале «Ёшлар» использовались слова из иностранных языков. Эта практика подобна вирусной болезни. Один такой проект был у телеканалов "МУ5" и "Наво". Следует положительно оценить тот факт, что на телеканале «Севимли» отсутствуют иностранные имена. Можно поддерживать рейтинг шоу с помощью слов, используемых на родном языке. Названия таких проектов, как «Зирапча», «Ширчой», «Нишонда», «Худуд», «Мехр кузда», «Оталар сузи - аклнинг кузи», «Мени кечир», «Марказий студия», «Хайрли кун» являются примерами этого.

Небрежное отношение руководителей национальных телеканалов к узбекскому языку ничем нельзя оправдать. Необходимо максимально избегать иностранных слов, пришедших из-за границы, впитавшихся в сознание аудитории, широко используемых в общении.

³²Фихтелиус Э. 10 заповедей журналистики. – Т.: Шарк, 2002. – Б.121.

Во второй параграфе главы рассматриваются «Обновление стиля развлекательного шоу». В первые годы независимости существовало всего несколько телеканалов, сегодня их более 70. Масштабы, направленность и уровень программ также значительно изменились: до сведения аудитории доводятся передачи и ток-шоу на различные темы, развлекательные передачи. В системе телеиндустрии Узбекистана развиваются и негосударственные телеканалы, которые уделяют много внимания творчеству, внедрению новых идей и проектов, интересу населения к телевидению. Например, проект «Марказий студия» телеканала МУ5 привлекает общественность как особый и уникальный поставщик медиапродукта. Сильная ориентация частных телеканалов на свободу и имидж пока что обеспечивает им успех. В то же время для повышения качества передач в негосударственных телевизионных сетях нужны новые проекты, способные не только помочь публике расслабиться, но и побудить к размышлению, заинтересовать, приобщить к науке, стимулировать, пригласить общаться. Необходимо обратить внимание на такие аспекты, как культура речи, имидж и образ ведущего для аудитории.

Изменения в жизни общества серьезно сказываются на психологии населения, люди все больше тянутся к зрелищам в духе отдыха, досуга и развлечений. Именно на основе этих требований или в ответ на них была создана, встала на ноги, оформилась серия развлекательных программ на телевидении и этот процесс продолжается.

В условиях межканальной конкуренции рекреационные или развлекательные элементы используются, в том числе и для заработка и успеха в медиабизнесе, но они не должны способствовать укоренению «массовой культуры» и падению морального духа населения, им необходимо быть полезными в донесении информации, легко и непринужденно воспринимаемой аудиторией.

Последний параграф главы посвящен «Факторам эффективности рекреационных проектов». Человек всегда занят движением, работой, поисками, изобретательством, т.е. творчеством. В рекреационных проектах начальный фактор эффективности нередко связан с героем. Современное телевидение требует от создателя высоких знаний, широкого кругозора и умений. Это неразрывно связано в т.ч. и с рекреационными функциями телевидения. Каждое предложение, отраженное в телесценарии, изображение на экране, даже музыка, играющая за кадром, способствует популярности и зрительской аудитории шоу. Очевидно также, что рекреационная функция узбекского телевидения связана с мышлением и духовностью народа.

«Знания и талант телеспециалиста, умение использовать электронное телевидение в эстетических целях, учитывать в своей работе требования времени, понимать суть идеи национальной независимости и уметь дать его телевизионную характеристику, в общем, нынешняя телевизионная работа служит развитию этой области»³³. Анализ процессов, происходящих в

³³ Акбаров Х. Кино-, теледраматургия: назария ва амалиёт. Т.: Ilmziyo, 2006. – Б.21.

журналистике в век информации, показывает, что внедрение в сферу медиа информационных и коммуникационных технологий, цифровой журналистики, появление Интернета как средства массовой информации и влияние на другие медиа увеличили поток информации, поэтому в системе средств массовой информации происходят коренные изменения. С учетом запросов и потребностей населения, его психологии, в систему вносятся инновации в отношении использования быстрых, эффективных и действенных методов и форм подачи информации. Эти изменения проявляются и через жанры.

Жанр считается устойчивой формой публицистических произведений, в его основе лежат три кита: сюжет, задача и стиль. Каждый жанр работает на основе определенного вида жизненного материала³⁴.

«Сюжет» является важной основой жанра, журналист же при написании произведения выбирает какой-либо из них. Вторым из трех столпов является «задача», которая определяется в соответствии с целью журналиста написать статью. Например, цель статьи — найти ответ на вопрос «почему», сформировать через этот жанр общественное мнение, решить определенные проблемы. Аналогичным образом это распространяется и на другие жанры. В сообщении акцент делается на том, «что происходит», а в репортаже на том, «как это произошло», в интервью же на первый план выдвигается личное мнение. Важной особенностью жанра является также способ работы с информацией. Если речь идет об аналитических жанрах, то могут использоваться наблюдение, работа с документами, методы опроса. Не зря один из экспертов отрасли О. Бардиян говорит: «Качественная практическая журналистика должна одновременно приобретать все задачи - идейную значимость, воспитывать и развивать человека путем распространения знаний во всех областях, питать ум, а любую информацию оставлять со «вкусом» и доносить до публики в позитивный путь».

Следует помнить, что журналистика выполняет свои задачи только в том случае, если представляемые произведения интересны, способны воздействовать на чувства и ощущения, привлекать внимание, а также способствовать развитию публики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы сочли необходимым представить итоги нашего исследования в трех частях.

Во-первых, считаем, что уместно понимать телешоу двояко. Как было показано в исследовании. Телевидение в самом широком смысле — это, в определенной степени шоу, независимо от страны, вида, направления, темы, сюжета или жанра. Любое шоу – это не совсем сама жизнь, а имитация, отражение существования. Реальная жизнь на ТВ становится миражом после съемки, потому что здесь принципиальным образом вмешивается

³⁴https://ru.wikibooks.org/wiki/Классификация_жанров_журналистики, 25.11.2016.

субъективность. Она проявляется в деятельности сценариста, режиссера, звукорежиссера, оператора и т. д., а также в поиске темы для действия, в работе над ним, в подходе авторов, в найденных фактах, их интерпретации, в выборе стиля и языка. Поэтому телевидение — это не сама жизнь, а ее отражение (в смысле изображения), т.е., в какой-то мере, шоу.

Также необходимо добавить, что исследователей, как на русском, так и узбекском языках, в сфере телевидения немало. Несомненно, среди них ведущее место занимает родившийся в Ташкенте А. Я. Юровский, первый в Советском Союзе доктор наук по теории телевидения (1973 г.) и плодотворный автор. Но, несмотря на наличие в данной области множества докторов и кандидатов наук, исследователями, до упоминавшейся в настоящей работе книги Виталия Третьякова «ТВ как неоязычество и как карнавал», теория телевидения трактовалась традиционно. Поэтому, несмотря на то, что само телевидение комплексно и из года в год обогащается новыми образами, идеями, подходами, и после распада Советского Союза стремительно модернизируется, его теория существенно отстала от требований дня. В результате книга В. Третьякова стала одной из редких современных работ. Мы постарались провести наше исследование в соответствии с современными условиями.

Во-вторых, в результате изучения темы были сделаны следующие научно-теоретические выводы:

1. Изучены и определены важные характеристики и способы рекреации как социального явления, рассмотрено становление и развитие форм и механизмов рекреации в жизни общества. Предыдущие исследования, связанные с темой, проводились в таких областях, как гедонизм, развлекательная журналистика, релаксация, изучение определенного эмоционально-психологического состояния, снятие стресса, достижение душевного равновесия. Было решено использовать их под одним общим названием - рекреация в СМИ или рекреационная функция СМИ.

2. Отдых регулирует интеллектуальную, эмоциональную, физическую жизнь человека, преодолевает эмоциональную депрессию, поддерживает душевное равновесие, позитивное настроение и нормальное психическое спокойствие, формирует эмоционально-психическое состояние, пригодное для активной жизни. Рекреационная функция включает в себя участие в оздоровлении и дальнейшем развитии человека, творческой деятельности, способствует развитию вкуса, воображения и творческих способностей человека, и знание ее значения очень необходимо сегодняшним журналистам.

3. На наш взгляд, наиболее важной в системе функций СМИ сегодня следует признать рекреационную. Исследуемая функция способствует также активной и успешной реализации других функций СМИ за счет воздействия на психоэмоциональную сферу.

4. В результате рекреационная функция сегодня занимает ведущее место в международной и отечественной журналистике. В то же время необходимо обратить внимание на то, что некоторые сексуальные ощущения, не

соответствующие восточным традициям и подчас преподносимые на телевидении как развлекательная функция, снижают значение других функций СМИ, что, в свою очередь, может привести к серьезной их дисфункции в обществе. К сожалению, этот процесс особенно усиливается на Западе, в США и странах Европы.

5. В качестве основных жанров, выполняющих рекреационную функцию ТВ и способствующих появлению новых форм, в т.ч. на стыке традиционных жанров тележурналистики, следует считать: а) информационные передачи; б) реалити-шоу, основанные на реальных событиях; в) интеллектуальные игры (игровые шоу); ж) шоу на музыкально-юмористическую тематику; ж) ток-шоу на общественно-политические, культурно-просветительские, экономические темы.

6. Широкое влияние телевидения увеличивает возможности популяризации телевизионного продукта, появляющегося на экране. В ряду других телеканалов расширение рекреационной сферы узбекского телевидения актуализировало вопрос подготовки программ, исходя из потребностей и пожеланий зрителей. Анализ особенностей и закономерностей этого процесса позволяет решить ряд теоретических и практических проблем журналистики.

7. Хотя первоначальным ареалом популяризации рекреационных программ были США и страны Западной Европы, в последующие годы их развитие ускорило во всем мире. Через определенный период такие программы добрались до России, а позже и до стран мусульманского Востока. На современном этапе на узбекских телеканалах готовятся и транслируются сотни передач развлекательного характера.

8. В результате изучения международного опыта и учета национальных особенностей телевидения Узбекистана наблюдается внедрение на отечественных телеканалах развлекательных элементов в передачи культурно-просветительского характера, общественно-политической тематики, информационных жанров. Формируется с профессиональной точки зрения культура ведения диалога со зрителями, гостями и ключевыми участниками, общение посредством ответов на вопросы. Обогащается опыт работы с публикой с целью сделать телевизионные постановки интересными и зрелищными, создать неожиданные (парадоксальные) ситуации в процессе коммуникации.

9. Некоторые элементы новых и современных направлений, используемых за рубежом, перенимаются отечественной практикой. Поэтому введение таких терминов, как интертеймент, политеймент, инфотеймент, исследование этих направлений становится необходимостью.

При этом в результате анализа специфики развлекательных шоу были выявлены следующие недостатки:

- хотя технические возможности национального телевидения высоки, ведущие, журналисты, режиссеры и другие не используют их в полной мере. Это видно по прямым выступлениям, очень небольшому проценту интерактивных проектов, использованию одного и того же дизайна в течение

многих лет, невниманию к телеэстетике и проблемам изображения. Оформление студий тоже не на высоте;

- очень мало общественно-политических, экономических, проблемных проектов, ввиду того, что существующие передачи не могут в полной мере удовлетворить потребности и желания зрителей, а в выступлениях на серьезные темы отсутствуют элементы рекреативности, темы, поднимаемые в шоу не обладают значимостью для аудитории, популярность программ этого направления невысока. В частности, государственные каналы до сих пор не могут в должной мере отказаться от старых традиций и стереотипов;

- в телепроектах в большинстве случаев чувствуется неорганизованность, отсутствие слаженности в обсуждении темы. Один из способов исправить это – специализироваться на определенном предмете, осваивая рекреационные виды и направления;

- аналитические способности журналистов и ведущих не на должном уровне. В результате недостаточно глубокого изучения темы некоторые вопросы ими раскрываются не полноценно. У создателей государственных каналов до сих пор существует внутренняя цензура. Наблюдается рост частных каналов, интернет-СМИ и социальных сетей, совершивших в полном смысле революцию в сфере масс-медиа, между государственными и негосударственными средствами наблюдается серьезная конкуренция;

- у авторов, работающих в сфере журналистской деятельности, имидж занимает особое место. У каждого журналиста должен быть свой стиль. Он проявляется в одежде, умении задавать вопросы и давать ответы, находчивости, импровизации, культуре общения, языке. Ведущему необходимо хорошо знать элементы рекреации, воздействующие на аудиторию, находить неожиданные, новые элементы и методы, характерные для телевидения, находиться в постоянном творческом поиске, приобретать и обогащать свой опыт. Какой бы популярной ни была программа, если в ее формат не будут вноситься регулярные обновления, она не завоеует внимание аудитории. В настоящее время это один из ключевых моментов в деятельности инициаторов;

- имеется ряд недостатков в языке, стиле и форме развлекательных программ: употребление диалектных слов, несоблюдение правил литературного языка, грубые ошибки в построении предложений. которые происходят из-за незнания узбекского языка. Более 40 передач с участием иностранных слов транслируются на таких телеканалах, как «Zo'g ТВ», «Миллий», «Yoshlar», «MV5». Это влияет на зрителей, сидящих перед экраном; повышает их интерес к «массовой культуре», формирует безвкусицу, более того, некоторые из них даже вызывают раздражение.

В- третьих. По теме исследования можно выдвинуть следующие предложения:

1. В целях изучения содержания телепередач, положительных и отрицательных сторон эфирных проектов, рейтинга активных журналистов и ведущих, анализа проблем и недостатков необходимо создать «Научно-

мониторинговый центр изучения и анализа содержания продукции СМИ» на основе научных школ журналистики.

2. На этой основе должны быть разработаны и приняты в качестве преобладающих конкретные требования к отбору телеведущих. Для них целесообразно издавать научные труды, связанные с нарушениями языка, стиля и этики, публиковать их в виде небольших практических пособий, доступных для использования молодыми специалистами. Предлагается организовать спецкурсы «Рекреационная журналистика» на факультетах журналистики, центрах переподготовки журналистов и журналистов, работающих на национальных телеканалах.

3. При изучении опыта развитых стран необходимо обратить внимание на вопрос совместимости этого опыта с национальными обычаями, традициями, ценностями и менталитетом в целом. Это убережет от чрезмерного увлечения «массовой культурой».

4. Предлагается включить факультативные предметы и отдельные модули, посвященные развлекательной журналистике, в учебные планы вузов, специализирующихся на подготовке кадров в сфере журналистики и информационного обслуживания страны.

5. Принимая во внимание тот факт, что рекреативная журналистика становится глобальной закономерностью современности, а также усиливающееся воздействие информации и возрастающую роль отдыха, представляется правомерной организация традиционной научно-практической конференции с участием Законодательной палаты Олий Мажлиса Республики Узбекистан, Олий Мажлиса Республики Узбекистан, Кабинета Министров Республики Узбекистан, Агентства информации и массовых коммуникаций при Администрации Президента Республики Узбекистан, Министерства высшего и среднего-специального образования, с Союза журналистов Узбекистана, вузов республики, международных организаций и других организаций-партнеров по теме «Стратегии рекреационной журналистики», которая поможет выявить текущие проблемы и определить задачи на перспективу.

**ONE TIME SCIENTIFIC COUNCIL DSc.03/30.12.2019.Fil/Ped.27.01
ON AWARDING SCIENTIFIC DEGREES
AT UZBEKISTAN STATE UNIVERSITY OF WORLD LANGUAGES**

UZBEKISTAN STATE UNIVERSITY OF WORLD LANGUAGES

KARIMOV AMRULLO ASHUROVICH

**RECREATION AS A GLOBAL LEGITIMACY OF MODERN
TELEVISION JOURNALISM:
NATIONAL AND INTERNATIONAL EXPERIENCE**

10.00.09 – Journalism (philological sciences)

**DISSERTATION ABSTRACT
OF THE DOCTOR OF PHILOLOGICAL SCIENCES (DSc)**

TASHKENT – 2023

The theme of the dissertation of Doctor of Science (DSc) was registered at the Supreme Attestation Commission at the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under number H2022.4.DSc/Fil469

The doctoral dissertation has been carried out at the Uzbekistan State University of World Languages.

The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian, English (abstract)) on the Scientific Council website (www.uzswlu.uz) and on the website "ZiyoNet" information and educational portal (www.ziyo.net.uz).

Scientific consultant:

Muminov Fayzulla Abdullayevich
Doctor of Philological Sciences, Professor

Official opponents:

Normatov Karim Normatovich
Doctor of Historical Sciences, Professor

Khudoykulov Mukhtor
Doctor of Philological Sciences, Professor

Mukhamedova Saodat Khudoyberdiyevna
Doctor of Philological Sciences, Professor

Leading organization:

Karakalpak State University named after Berdakh

The defense will take place on 14 January 2023 at 13⁰⁰ at the meeting of the One time Scientific Council DSc 03.30.12.2019 Fil Ped 27.01 at Uzbekistan State University of World Languages (Address: 100138, Tashkent city, Uchtepa district, Kichik halqa yoli street, G-9a, 21A Tel: (99871) 230-12-91, fax (99871) 230-12-92, e-mail: wawlu_info@mail.ru).

The dissertation can be reviewed at the Information Resource Center at Uzbekistan State University of World Languages (registered under the number 2) (Address: 100138, Tashkent city, Uchtepa district, Kichik halqa yoli street, G-9a, 21A Tel: (99871) 230-12-91, fax: (99871) 230-12-92.)

The abstract of the dissertation was distributed on 30 december 2022 y.
(Registry record No 2 dated 30 december 2022.)



Gus
G.Kh. Bakiyeva
Chairperson of the One time Scientific Council on awarding Scientific degrees, Doctor of Philological Sciences, Professor

Al
Kh.B. Samigova
Scientific Secretary of the One time Scientific Council on awarding scientific degrees, Doctor of Philological Sciences, Associate Professor

Sh
Kh.A. Saidov
Chairman of the Scientific Seminar of the One time Scientific Council on awarding scientific degrees, Doctor of Philological Sciences

INTRODUCTION (abstract of the DSc dissertation)

The purpose of the research is to theoretically justify the role and importance of recreational programmes on television as a global legitimacy of modern journalism.

The object of the research is the activity of television aimed at the realization of the recreational function, and the programs broadcast on the state and non-state TV channels in our country, which express the recreational function, were studied. Examples from USA, Russia, and South Korea TV channels are given for comparison.

Scientific novelty of the research:

in the era of globalization, the role of the audience in receiving, transmitting and "digesting" information, the role of recreational shows in television activity, their formation and development trends in the context of specialization, commercialization, privatization, media convergence, and new television formats were determined by comparing the experience of national TV channels established in the country during the years of independence with foreign experience;

the need for recreational programmes in conducting the media business of channels has been proven based on the characteristics of the information market, by justifying the issues of the interaction of the increase in the number of special programmes with the advertising of goods and services, the commercialization process, and the advantages of recreational programmes;

the forms of interaction between the audience and the journalist in television programmes, the ways in which the dialogue between them is manifested as an equal communication subject, the possibilities of live communication, the influence on the national mentality have been revealed through the content of recreational shows in the genre and the style of "infotainment", "politainment", "infoshow", "teleshow", "reality show";

to improve the quality of programmes by identifying the physiological and psychological bases and possibilities of recreation, attracting more audiences;

practical recommendations on the need to promote national identity have been created pertaining to television programming policy aimed at forming public opinion on specific topics and problems, enrich broadcast content, and improve journalistic skills;

the scientific basis of the increasing need for recreational television programmes and the typology of recreational programmes on Uzbek television in such areas as "culture of separate groups", "sports journalism", "philo-journalism", "service press", "women's" and "men's" journalism, age, gender, social status of the audience have been determined according to their interest and informational needs.

Implementation of research results. Based on the findings of the study of the global legitimacy of recreation in modern television journalism:

In the era of globalization, the audience's information acquisition, transmission and "digesting", the role of recreational shows in television activity, their formation and development trends in the context of specialization, commercialization, privatization, media convergence, and new television formats, from the experience of

national TV channels established in the country during the years of independence and from the foreign experience, according to the order of the Information and Mass Communications Agency under the Administration of the President of the Republic of Uzbekistan, in 2019 volumes IV - Media marketing and management and VI - Audiovisual journalism were created. It was used in the implementation of the tasks of the 2020 State Program approved by the Decree No. PF-5953 "On the implementation of the State Program in the Year of Development of Science, Enlightenment and Digital Economy" (Decision of the Information and Mass Communications Agency under the Presidential Administration of the Republic of Uzbekistan dated March 17, 2022 Reference No. 18-1118). As a result, it made it possible to form mechanisms for the development of a single state information policy that defines national interests in the field of information, to increase media literacy of the population, to train personnel in the field of journalism and to understand their rights and obligations, and to introduce measures for the quality integration of the republic into the global information space.

The results of the dissertation served as a scientific source for conducting a special training seminar for information service managers based on the order of the Administration of the President of the Republic of Uzbekistan on March 4, 2021; The creators of "Uzbekistan" and "History of Uzbekistan" TV channels based on the results of the need to conduct the media business of recreational programmes based on the characteristics of the information market, by justifying the advantages of recreational programmes, the issues of the interaction of the increase in the number of special programmes with the advertising of goods and services, the commercialization process, and the advantages of recreational programmes was used in the formation of scenarios of some programmes (such as "Oydin Hayot LIVE", "Hello Uzbekistan!", "Presentation", "For Everyone") (01-06/617-01-06/617 of the state institution of the television and radio channel "Uzbekistan" dated March 17, 2022 reference number). As a result, a series of programmes containing the unique aspects of recreation while preserving the national culture and national identity were prepared on the TV channel; their genre variety, audience improvement has been achieved;

the forms of interaction between the audience and the journalist in television programmes, the ways in which the dialogue between them is manifested as an equal communication subject, the possibilities of live communication, the influence on the national mentality, the style of "infotainment", "politainment", "infoshow", "teleshov", "reality show" and Conclusions regarding the content of recreational shows in the genre were used in the preparation of the programmes of the TV and radio channel "Yoshlar", widely used in programmes with recreational content, enriching the content of programmes of this content and increasing the quality of the programmes ("Yoshlar" television and radio channel joint-stock company No. 14-01/91 of March 17, 2022). As a result, the TV channel has been able to prepare interesting and creative programmes for the youth audience, enrich the content, use television formats and genres used in foreign TV channels, and achieve financial independence;

to improve the quality of programmes by identifying the physiological and psychological bases and possibilities of recreation, attracting more audiences; television programme policy aimed at forming public opinion on a specific topic, problems, promotion of national identity, enrichment of broadcast content, practical recommendations on the need to improve journalistic skills, the content of the pages of the Union of Journalists of Uzbekistan on social networks, in particular, the preparation of videos, a seminar held by the union for media managers -used in trainings (Reference No. 01-18/159 dated March 18, 2022 of the Creative Union of Journalists of Uzbekistan). As a result, it allowed journalists and bloggers to provide local and foreign information, to emphasize theoretical and methodological information that increases the knowledge level of the audience, to enrich content based on a creative approach and to achieve efficiency;

the scientific basis of the increasing need for recreational television programmes and the typology of recreational programmes on Uzbek television in such areas as "culture of separate groups", "sports journalism", "philo-journalism", "service press", "women's" and "men's" journalism, age, gender, social status of the audience, the conclusions regarding the interest and informational needs of the "Mahalla" television and radio channel were effectively used to expand the activities of the "Mahalla" television and radio channel, at the same time, to further enrich the content of the programmes and improve the quality of the programmes ("Reference No. 01-15-181 dated March 17, 2022 of the state institution of the Mahalla television and radio channel). As a result, the content of recreational programmes has become richer, the quality of programmes has increased, and the channel has risen in the rating of the country's TV channels.

The scope and structure of the dissertation. The dissertation consists of introduction, five chapters conclusion, the list of literature used and the main text is 220 pages.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I бўлим (I часть; I part)

1. Каримов А. Рекреативлик – замонавий тележурналистиканинг глобал қонунияти сифатида: Монография – Т.: Adabiyot, 2021. – 270 б. (УЎК: КБК: 76.032 К25)

2. Каримов А., Замонавий тележурналистикада рекреативликнинг тутган ўрни ва аҳамияти // Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университетининг Ахборотномаси. – 2016. – № 3(32). – 121-123-б. (10.00.00; № 12).

3. Karimov A., Types and trends of rec recreational journalism // Филология масалалари. – 2016. – № 2. – 82-85-б. (10.00.00; № 18).

4. Каримов А., Рекреатив журналистика – фан, тизим ва йўналиш сифатида // Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университетининг Ахборотномаси. – 2017. – № 3(36). – 168-170-б. (10.00.00; № 12).

5. Karimov A., The role of reality shows on uzbek national television //ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal, Vol. 10, Issue 7, July 2020. – pp. 740-45. ((23)Scientific Journal Impact Factor 2022=8.252).

6. Karimov A., The Usage Of Politainment On Modern TV Channels //The American journal of social science and education innovations, Volume 02, Issue 07-01 2020. – pp. 361-365. ((23)Scientific Journal Impact Factor 2022=6.397).

7. Каримов А., “Политейнмент” – замонавий телевизион журналистикада ижтимоий-сиёсий мавзуларни тақдим этишнинг оммабоп усули сифатида // “Ўзбекистонда хорижий тиллар” илмий-методик электрон журнал. – 2020. – № 3(32). – 206-217-б. (10.00.00; № 17).

8. Каримов А., Рекреатив телекўрсатувларда медиматн ва тил масалалари // Филология масалалари. – 2020. – № 2. – 134-146-б. (10.00.00; № 18).

9. Каримов А., Замонавий тележурналистикада рекреатив форматларнинг оммалашуви // “Илм сарчашмалари” журнали, – 2020. – № 2. – 69-71-б. (10.00.00; № 3).

10. Каримов А., Хусусий телеканалларда инфошоулар ва уларнинг асосий хусусиятлари // “Сўз санъати” халқаро журнали, – 2020. – Махсус сон. – 221-226-б. (10.00.00; № 31).

11. Каримов А., Спорт журналистикаси – рекреативликнинг оммабоп йўналиши сифатида // ЎзМУ хабарлари. – Тошкент, 2020. № 1/4. – 194-198-б. (10.00.00; № 15).

12. Каримов А., Рекреация ва креативлик – контент жозибадорлигининг муҳим омиллари сифатида // Бердақ номидаги Қорақалпоқ давлат университетининг Ахборотномаси. – 2020. - № 3. – 310-314-б. (10.00.00; № 12).

13. Karimov A., Main peculiarities of recreational journalism // 2019 International Uzbek-Korean Media Conference Rediscovery of Asian Values, Tashkent, February 15, 2019. – pp. 47-50.

14. Каримов А., Янги давр телевидениесида форматлар ва уларда рекреативликнинг ўрни // “Масс медиа устуворлиги ва журналист касбининг кадриятлари” мавзуидаги Республика миқёсидаги анъанавий илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2019. – 9-12 бетлар.

15. Каримов А., Миллий телеканалларда реалити-шоулар инқилоби // “Глобалласуё процесинде ғалаба хабар қуралларынын роли” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Ноқис: “QARAQALPAQSTAN”, 2019. – 99-102 бетлар.

16. Каримов А., Пандемия шароитида рекреатив кўрсатувларнинг долзарблиги ва аҳамияти // “Глобалласуё процесинде ғалаба хабар қуралларының роли” атамасындағы халықаралық илимий-эмелий конференция мақалалары топламы (26-май, 2020-жыл), Ноқис, 2020. – 19-20 бетлар.

II бўлим (II часть; II part)

17. Каримов А., Динамические тенденции в современной тележурналистике // Вестник. Серия журналистика. КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ. – 2012. – № 1 (31). – 116-120-б.

18. Каримов А., Электрон оммавий коммуникация воситалари тизимида ТВнинг ўрни ва унинг ёш авлод онгига таъсири масалалари // “Оммавий коммуникация: назарий ва амалий талқинлар” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2013. – 41-45 бетлар.

19. Каримов А., Рекреативлик – замонавий телевидениенинг ёшлар дунёқарашига таъсири // “Ахборот асрида ёшлар дунёқараш: назария ва амалиёт” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий анжуман материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2013. – 216-219 бетлар.

20. Каримов А., Ахборот маданиятининг шакллантиришда медиатаълимнинг ўрни // “Глобаллашув жараёнида медиатаълим муаммолари” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2014. – 33-35 бетлар.

21. Каримов А., Замонавий телекўрсатувларни ёшлар тарбиясига таъсири // “Ёшлар дунёқараш учун кураш: ахборий-мафкуравий рақобатнинг замонавий тенденциялари” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, 1-китоб, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2014. – 145-147 бетлар.

22. Каримов А., Замонавий тележурналистикада рекреатив чиқишларнинг ўрни // “Ёшлар дунёқараш учун кураш: ахборий-мафкуравий рақобатнинг замонавий тенденциялари” мавзуидаги Республика миқёсидаги

илмий-амалий конференция материаллари тўплами, 2-китоб, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2014. –30-32 бетлар.

23. Каримов А., Ижтимоий-сиёсий ток-шоу – медиа фаолиятнинг замонавий шакли // Фуқаролик жамияти. – 2015. – № 2 (42). – 19-21-б.

24. Каримов А., Рекреатив медиаматнларнинг ўзига хос хусусиятлари // “Ахборотлашган жамиятда ёшлар медиа саводхонлигини оширишнинг долзарб муаммолари” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2015. – 43-45 бетлар.

25. Каримов А., Рекреатив чиқишларнинг замонавий хусусиятлари // “Замонавий тележурналистиканинг тараққиёт тенденциялари: маҳорат, тажриба, ихтисослашув” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2015. – 33-35бетлар.

26. Каримов А., Информацион чиқишларда рекреативликнинг акс эттирилиши // “Замонавий электрон ва онлайн ОАВ фаолиятининг тараққиёт тенденциялари” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: “Тугон-Ўқибол”, 2016. – 58-62 бетлар.

27. Каримов А., Маънавият, рекреация ва “маънавий ҳордиқ” // “Ўзбекистоннинг маънавият стратегияси: генезиси, эволюцияси ва амалиёти” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2016. – 193-195 бетлар.

28. Каримов А., Маданият ва маърифат мавзуидаги телечқишларда рекреативликнинг намоён бўлиши // “Глобаллашув шароитида ахборот хавфсизлиги масалалари” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2016. – 38-40 бетлар.

29. Каримов А., Рекреатив журналистикага замонавий ёндашувлар // “Глобалласуё процесси хэм ғалаба хабар қураллари хызмети” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Ноқис: ҚҚДУ, 2016. – 32-35 бетлар.

30. Каримов А., “Уюшмаган ёшлар” ва медиасаводхонлик // “Медиатаълим: тамойиллар, муаммо ва истиқболлар” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, 1-қисм, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2016. –16-18 бетлар.

31. Каримов А., Рекреатив медиматнлар – журналистика самарадорлигини таъминловчи омил сифатида // “Медиатаълим: тамойиллар, муаммо ва истиқболлар” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, 2-қисм, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2016. –17-19 бетлар.

32. Каримов А., Ўзбекистонда телевизион журналистиканинг асосий йўналишлари // 2017 International Seminar Rediscovery of Asian Values, 2017, June 10. – pp. 151-178.

33. Каримов А., Нодавлат телетармоқларда рекреатив журналистиканинг ўрни ва аҳамияти // “Оммавий ахборот воситаларида тил, услуб ва таҳрир масалалари” мавзуидаги анъанавий ОЎМТВ миқёсидаги V илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзМУ, 2017. – 139-143 бетлар.

34. Каримов А., Халқаро телеканалларнинг асосий хусусиятлари (KBS тажрибалари асосида) // “Аудиовизуал коммуникациянинг долзарб масалалари” мавзуидаги вазирлик миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2017. – 8-10 бетлар.

35. Каримов А., Журналистика соҳасида рақобатбардош мутахассислар тайёрлаш истиқболлари // Материалы научно-практического семинара “Профессиональное становление личности XXI века в системе непрерывного образования: теория, практика и перспективы”, Ташкент: Филиал МГУ имени М.В.Ломоносова в городе Ташкенте, 2017. – С. 73-76.

36. Каримов А., Ток-шоу – халқ билан мулоқотнинг энг самарали усули сифатида // “Ўзбекистон телерадиожурналистикаси тараққиёти ва трансформация жараёнлари” мавзуида IV Республика илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзМУ, 2017. – 20-23 бетлар.

37. Каримов А., Уюшмаган ёшлар Ёшлар Иттифоқи химоясида // “Yoshlar – kelajak bunyodkori” шиори остидаги уюшмаган ёшлар билан олиб борилаётган ишларда натижадорликка эришишнинг илмий-амалий масалаларига бағишланган Республика конференцияси, Тошкент, “Янги аср авлоди”, 2017. – 200-203 бетлар.

38. Каримов А., Кўрсатувларда янгича тафаккур ва креативликнинг акс этиши // “Тил ва тафаккур: маданият фалсафасининг долзарб масалалари” мавзуидаги Республика илмий-амалий конференция материаллари тўплами, 2-китоб, Тошкент: ЎзМУ, 2017. – 171-174 бетлар.

39. Каримов А., Ижтимоий тармоқлар ва онлайн журналистика ҳамкорлиги // “Онлайн журналистикаси: кеча ва бугун” мавзуидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами (2017 йил 20 декабрь), Тошкент: ЎзДЖТУ, 2018. – 26-28 бетлар.

40. Каримов А., Рекреатив телекўрсатувларнинг аудитория тилига таъсири масалалари // “Замонавий электрон ОАВ фаолиятининг тараққиёт тенденциялари” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2018. – 21-24 бетлар.

41. Каримов А., Журналистика таълими: назария ва амалиёт // “Журналистика таълимида назария ва амалиёт муаммолари” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2018. – 15-18 бетлар.

42. Каримов А., Журналистика таълими: назария ва амалиёт // “Оммавий ахборот воситалари сифат босқичига қачон кўтарилади?” мавзуидаги Республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2018. – 25-28 бетлар.

43. Каримов А., Ахборот жозибаси ёки инфотейнментнинг миллий телеканалларда қўлланилиши // “Оммавий ахборот воситаларида тил, услуб

ва таҳрир масалалари” мавзуидаги анъанавий ОЎМТВ миқёсидаги VI илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзМУ, 2018. – 242-244 бетлар.

44. Каримов А., Интернетнинг анъанавий медиа воситалари фаолиятига таъсири // “Онлайн журналистиканинг долзарб масалалари” мавзуидаги халқаро илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2018. – 21-22 бетлар.

45. Каримов А., Особенности подготовки специалистов по телевизионной журналистике в Узбекистане // “Журналистика” білім беру бағдарламалари модельдері: касіби стандарттар интеграциясы II Халқықаралық Журналистика форумы материалдарынын жинағы, Алматы – Туркістан, 2018. – 27-29 б.

46. Каримов А., Теледастурлар оммалашувида интернетнинг ўрни ва рекреатив технологиялар // “Онлайн журналистиканинг долзарб масалалари” мавзуидаги халқаро илмий-амалий конференция материаллари тўплами, 2-қисм, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2018. – 11-12 бетлар.

47. Каримов А., Рекреативность современных узбекских радио // “Ғылыми журналистиканын теориялық және практикалық негіздері” атты ғылыми-едістемелік конференция материалдары, Алматы: “Қазақ университеті”, 2019. – С.57-59.

48. Каримов А., Ўзбекистон телеканалларида инфошоулар даври бошланди (ми)? // “Оммавий ахборот воситаларида тил, услуб ва таҳрир масалалари” мавзуидаги анъанавий ОЎМТВ миқёсидаги VII илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзМУ, 2019. – 259-262 бетлар.

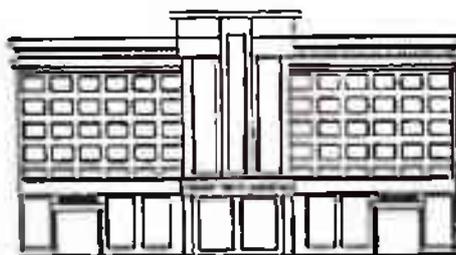
49. Каримов А., “Политеймент” ёки “сиёсий театр” – журналистиканинг замонавий усули сифатида // “Медиакоммуникация ва PR: янги технологиялар ва замонавий ёндашувлар” мавзуидаги республика миқёсидаги илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2019. – 15-18 бетлар.

50. Каримов А., Хусусий телеканалларда рекреатив кўрсатувлар типологияси // “Замонавий электрон ОАВ фаолиятининг тараққиёт тенденциялари” мавзуидаги Республика миқёсидаги анъанавий илмий-амалий конференция материаллари тўплами, Тошкент: ЎзДЖТУ, 2019. – 13-15 бетлар.

51. Каримов А. ва бошқалар. Журналистика. Аудиовизуал журналистика. VI жилд. Ўзб. Рес. Президенти Администрацияси хузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги, Тошкент, “O`zbekiston”, 2019. – 432 б.

52. Каримов А. ва бошқалар. Журналистика. Медиа-маркетинг ва менежмент. IV жилд. Ўзб. Рес. Президенти Администрацияси хузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги, Тошкент, “O`zbekiston”, 2019. – 240 б.

Автореферат “Тошкент тиббиёт академияси ахборотномаси” журнали
таҳририятига таҳрирдан ўтказилди.



MUHARRIRIYAT VA NASHRIYOT BO'LIMI

Разрешено к печати: 29 декабря 2022 года
Объем – 4,5 уч. изд. л. Тираж – 80. Формат 60x84. 1/16. Гарнитура «Times New Roman»
Заказ № 2007 - 2023. Отпечатано РНО ТМА
100109. Ул. Фароби 2, тел: (998 71)214-90-64, e-mail: rio-tma@mail.ru