

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

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ

**АУДИОВИЗУАЛ ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ
КОММУНИКАЦИЯ КАФЕДРАСИ**

АЛИБЕКОВА КАМОЛА УМАРКУЛОВНА

ТЕЛЕЖУРНАЛИСТ ИМИЖИ

(ХАЛҚАРО ВА МИЛЛИЙ ТАЖРИБАЛАР)

**мавзусида 5320400 – халқаро журналистика йўналиши
бўйича бакалавр даражасини олиш учун**

БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ

“ҲИМОЯГА ТАВСИЯ ЭТИЛАДИ”

**“Аудиовизуал журналистика ва
оммавий коммуникация”**

кафедраси мудири

**_____ ф.ф.д. Х.Дўстмухамедов
2013 йил “17” май**

ИЛМИЙ РАҲБАР:

**_____ ф.ф.д.
Х.Дўстмухамедов
2013 йил “17” май**

Тошкент – 2013

**Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети халқаро журналистика
факультети битирувчиси Алибекова Камола Умаркуловнанинг
«Тележурналист имижии (Халқаро ва миллий тажрибалар)» мавзусидаги
битирув малакавий ишига**

Илмий раҳбар хулосаси

Битирувчи Алибекова Камола Умаркуловнанинг «Тележурналист имижии (Халқаро ва миллий тажрибалар)» мавзусидаги битирув малакавий иши замонавий журналистиканинг долзарб масалаларидан бирига бағишланган. Иш режаси методологик нуқтаи назардан тўғри ишлаб чиқилган. Ушбу тадқиқот ишига раҳбарлик қилишда тадқиқотчи талабанинг мавзуни ёритиш жараёнида белгилаб олган мақсад ва вазифалари, мазкур муаммони нафақат илмий иш ёзаётган тадқиқотчи сифатида, балки амалиётда ишлашга тайёр мутахассис нуқтаи назаридан ёндашган.

Битирув малакавий иши кириш, олти фаслни ўз ичига олган икки боб, хулоса, илова ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат. У мазмун ва моҳиятига қараб режа асосида, белгиланган талаб даражасида таҳлил қилинган. Ишнинг мазмуний кетма-кетлиги тўғри тузилган ва мантикий тугалликка эга.

Битирув малакавий ишида тадқиқотчи тележурналистиканинг ўзига хос хусусиятларини ўзбек телевидениеси ва хорижий телеканаллар мисолида қиёсий ўрганиб чиққан. Бу борада у «Ўзбекистон», «Ёшлар», «Тошкент» телеканаллари ҳамда бевосита «BBC», «CNN», «Россия1» ва «НТВ» каналларининг тележурналистлари яратган образни таҳлил этган. Журналист имижии масаласининг журналистика тараққиётида ўз ўрни ва аҳамияти борлиги ҳақида илмий хулосалар чиқарган.

Тадқиқотчи ўз мавзусига тегишли бўлган кўплаб адабиётлар, интернет ва матбуот нашрларидан фойдаланган. Битирув малакавий ишида фикрлар аниқ ва исботи билан берилган.

Бир сўз билан айтганда, К.Алибекованинг битирув-малакавий иши долзарб ва муҳим мавзуга бағишланган, тадқиқотчи ўз олдига қўйган мақсадга эришган.

Ушбу битирув малакавий ишидан аудиовизуал журналистика йўналиши бўйича махсус курсларни ўқитишда назарий манба сифатида фойдаланишлари мумкин.

Битирувчи Алибекова Камола Умаркуловнанинг «Тележурналист имижи (Халқаро ва миллий тажрибалар)» мавзусидаги битирув малакавий иши тугалланган кичик илмий тадқиқот иши сифатида Давлат аттестация комиссиясининг битирув малакавий ишлари бўйича талабларига тўлиқ жавоб беради ва ҳимояга тавсия этилади.

Илмий раҳбар:

ф.ф.д. Х.Дўстмуҳамедов

Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетининг халқаро журналистика факультети талабаси Алибекова Камола Умаркуловнанинг «Тележурналист имижи (Халқаро ва миллий тажрибалар)» мавзусидаги 5320400 – халқаро журналистика йўналиши бўйича бакалавр даражасини олиш учун тайёрлаган

битирув малакавий ишига

ТАҚРИЗ

Замонавий журналистика соҳасида журналист имиж масаласи муҳим саналади. Боиси, аудитория томонидан қабул қилинувчи журналист образи тўғри танланган ва шакллантирилган бўлиши керак. Бу борада журналист имиж кўп сонли омманинг юриш-туриши, ўзини тутиши, кийиниши, гап сўзлари ва характериға таъсир қилади. Шу нуқтаи назардан бугунги ўзбек журналисти имижини тўғри ташкил этиш ҳал қилувчи аҳамият касб этади. Битирувчи Алибекова Камола Умаркуловнанинг «Тележурналист имиж (Халқаро ва миллий тажрибалар)» мавзусидаги битирув малакавий иши айна масалаға қаратилгани билан эътиборға молик.

Битирув-малакавий ишида мазкур мавзуга фақат миллий тажриба билан чегараланиб қолмасдан, хорижий телеканаллар мисолида қиёсий-талилий жиҳатдан ёндошилганлиги битирувчининг ишға ўта масъулият билан қараганлиги ва жиддий изланишлар олиб борганлигидан далолат беради. Шу ўринда тадқиқот ишини олиб бориш учун объектлар ҳам тўғри танланганлигини эътироф этиш жоиз.

Тадқиқот ишида кузатувлар, далиллар ва мулоҳазалар режаға мувофиқ изчиллик билан келтирилади. Биринчи бобда, умумий имиж тушунчасига таъриф берилади ҳамда унинг журналистикаға боғлиқлиги таҳлил қилинади. Иккинчи бобда эса, тележурналист имижини шакллантириш босқичлари кўрсатилади, бу борада тадқиқотчи томонидан ўзига хос таклифлар берилади.

Илмий ишнинг ютуғи шундаки, бунда тадқиқодчи журналист имижини таҳлил этиш билангина чекланиб қолмай, балки унинг халқаро динамикаси бўйича ўзининг шахсий фикрлари ва қарашларини, энг асосийси эса ушбу мавзунинг келажакдаги истиқболларини ҳар жиҳатдан тадқиқ этиб, пухта ўйланган амалий таклифларини бериб ўтган.

Тадқиқотнинг ютуқлар билан бир қаторда камчиликлари ҳам бор. Баъзи бир масалаларга керагидан ортиқ ёндашилган бўлсада, битирув малакавий ишининг мазмун-моҳиятига салбий таъсир кўрсатмайди.

Мазкур тадқиқот ишида кўплаб инглиз ва рус тилларидаги хорижий адабиётлардан фойдаланилган. Таҳлилларда муаллифнинг шахсий фикри, шарҳлари берилганлиги, мавзу ҳар томонлама кенг ёритилганлиги сабабли уни ижобий баҳога тавсия этаман.

Лазиза Нозимхонова
Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси
«Тошкент» телеканали катта муҳаррири

Мундарижа

Кириш.....	3
-------------------	----------

Биринчи боб: ИМИЖ ТУШУНЧАСИ ВА УНИНГ ЖУРНАЛИСТИКАДАГИ ЎРНИ

1.1. Журналист ва аудитория муносабатларининг ўзига хослиги ва унинг муҳим шартлари ҳамда белгилари	13
1.2. Имиж тушунчаси, умумий тавсифи ва шакллари.....	20
1.3. “Биринчи жумла”ни топиш маҳоратининг журналист имижини шакллантиришдаги ўрни.....	25

Иккинчи боб: ТЕЛЕЖУРНАЛИСТ ИМИЖИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ БОСҚИЧЛАРИ

2.1 Тележурналист имижининг шаклланиш жараёнлари.....	30
2.2. Телевизион кўп ОБРАЗлилик, янгиликлар бошловчиси имижи	50
2.3 Журналист имижида касб этикаси (халқаро кодекслар мисолида).....	76
Хулоса.....	81
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....	83
Илова.....	87

КИРИШ

Бугунги кунда мамлакатимизнинг ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий ҳаётидаги ўзгаришларни оммавий ахборот воситаларисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Мамлакатимизда демократик тараққиётни чуқурлаштириш ва оммавий ахборот воситалари соҳасидаги ислохотларни янги палласини бошлаб беришда 2010 йил 12 ноябр кунги Ўзбекистон Президенти Ислон Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг кўшма мажлисида “Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси” муҳим рол ўйнайди.

Концепцияда учинчи устувор йўналиш сифатида илгари сурилган ахборот соҳасини ислоҳ қилиш, ахборот ва сўз эркинлигини таъминлаш билан боғлиқ бўлган йирик ўзгаришларни қамраб олувчи йўл-йўриқлар соҳанинг истиқболдаги ислохот йўналишларини белгилаб берди.

Бу соҳанинг ривожини, Президентимиз Ислон Каримов таъбири билан айтганда, “Ўзбекистонда демократик жамият асосларини барпо этишнинг... тамал тоши ҳисобланади”. Айниқса, фуқаролар учун ахборотларнинг очиқлиги – мамлакатда демократия ривожланганлик даражасининг муҳим кўрсаткичидир¹. Чунки айнан ахборот соҳаси ижтимоий аҳамиятли қарорлар қабул қилишда фуқароларнинг ҳам иштирок этиши учун шароит яратади. Демак, ахборот соҳаси қанчалик ривож топса, жамиятнинг етуқлиги даражаси ва журналистларнинг касбий малакаси ҳам шу қадар ортиб боради.

Ҳозирда оммавий ахборот воситаларини иқтисодий жиҳатдан мустақиллигини таъминлаш, яъни, уларни янги молиялаштириш манбаларининг пайдо бўлиши, демонополизацияланиши ва албатта, хусусий ОАВга кенг йўл очилаётганлиги, айниқса бу соҳани янада эркинлаштиришга қаратилган ҳуқуқий базанинг шакллантирилиши журналистиканинг эркинлиги

¹ Каримов И.А. Демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини шакллантириш – мамлакатимиз тараққиётининг асосий мезонидир. 19-т. Т.: Ўзбекистон, 2011. Б.53.

ҳамда журналистларнинг турли хилдаги юриш-туриши ва образларига ҳам ўзининг ижобий таъсирини кўрсатмасдан қолмайди. Бошқа томондан эса, бу каби кенг имкониятлар замонавий ОАВ учун янгича талаб ҳам туғдириши табиий.

Бу каби эҳтиёжлар ўз навбатида ахборот майдони иштирокчиларига, айниқса журналистларга бўлган истак ва уларнинг касбий малакасига бўлган заруриятни кескин оширмоқда. Ушбу масалада миллий ва хорижий журналистикага оид адабиётларда турли нуқтаи назарлар ва қарашлар мавжуд.

Замонавий ўзбек журналистикасини бугунги янги имкониятларга қандай мослашаётганини ҳамда бу шароитда журналист образи қандай қилиб яратилаётганини тушуниб етиш учун амалий журналистикани англаш талаб этилади. Журналистикани жамиятнинг фаол тизими сифатида қарайдиган бўлсак, “бу тизим марказида маънавият, ахлоқ-одоб, маърифат каби ўлмас қадриятлар турмоғи керак. Мана шу уч буюк қадриятни халқимиз асрлар давомида ҳамиша эъзозлаб келган”².

Мавзунинг долзарблиги. Журналист фақатгина ахборот манбаини етказувчи бўлибгина қолмай, балки ижтимоий индивид, ижтимоий шахс сифатида ҳам намоён бўлади. Бу фикримизни журналистнинг қараши ва нуқтаи-назари кўп сонли одамлар учун муҳим йўналтирувчи аҳамият касб этиши билан ҳам изоҳласак бўлади. Ҳозирда электрон оммавий ахборот воситалари шундай коммуникатив муҳит яратганки, бунда қабул қилинадиган матн, аудио ва видеомодалликларнинг синтези ўзини намоён этади. Натижада реал виртуаллик маданияти пайдо бўлади ва медиадан олинган таассуротлар бизнинг тажрибамизга айланиб боради. Шу жиҳатдан журналист имижини шакллантириш механизмларини ишлаб чиқиш муҳим саналади.

Анъанавий жиҳатдан, тадқиқотлар амалиёти журналистнинг “мафкуравий тўғри образи” ҳақидаги таълимотдан келиб чиққан. Ушбу таълимот “рухсат

² Каримов И.А. Ўзбекистонда демократик ўзгаришларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамияти асосларини шакллантиришнинг асосий йўналишлари. Иккинчи чақириқ Олий Мажлисининг тўққизинчи сессиясидаги маъруза // Халқ сўзи, 2002 йил 30 август.

берилган роллар мажмуи ҳар жиҳатдан тўғри”, деган фикрга асосланган бўлиб, ҳозирги пайтда ушбу масалага бўлган муносабат тубдан ўзгарган.

Хусусан, тележурналист ўз амплуаси ва услубини танлашда чегараланмаган, лекин айнан шуларнинг йўқлиги айрим кўрсатувларда бирига зид образлар яратиши телетомошабинларда унинг ТВдаги айрим дастурларига ҳамда умуман телевидениега нисбатан ишончсизлик туйғусини уйғотишига олиб келиши мумкин.

Илмий ишда “журналист образи” тушунчасига алоҳида урғу берилсада, буни “журналист имижи” атамаси билан бир хил деб қабул қилмаслик лозим. Инглизчадан олинганда “имиж” сўзи “образ” сўзининг маъносига мос келади, лекин бу ўхшашлик икки тушунчани бир хил талқин этиш ҳуқуқини бермайди. Сўзма-сўз таржима деярли худди шундай мазмунга эга бўлгани билан тушунчалар батафсил кўриб чиқилганда, уларни фарқлаш кераклиги аён бўлади.

“Образ” кенгроқ тушунча бўлгани учун бу уни инглизча муқолиби билан солиштириш имконини беради. Бу эса айрим ҳолларда имиж ўрнига образ тушунчасини қўллаш мақсадга мувофиқ бўлишини кўрсатади.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Журналист айниқса тележурналист образи хусусиятларини бир ёки бир неча кўрсатувларни кўриб чиқиш давомида юзага келадиган фикр-мулоҳазалар асосидагина эмас (буни образ шакли, ташқи томонидан намоён бўлувчи белгилари дейишимиз тўғрироқдир), балки биз ҳар куни эга бўладиган тажрибадан, мақсадларимиз, шахснинг психологик типидан (бу- образнинг мазмунли жиҳатлари сифатида таърифланишидир) ҳам аниқлаш мумкин. Шу боис илмий ишда журналист образини аудиовизуал (“сезиладиган”, шаклий) ва латент (“сезилмайдиган”) усулда қабул қилиниш каби турларга таснифлаш таклиф этилади. Мавзу ўзбек журналистикаси учун янги бўлганлиги боисдан илгари батафсил тадқиқ этилмаган. Хориж тажрибасида эса журналист имижи масаласи анча аввалдан талқин этиб келинади. Журналистикада телевидениенинг экрандаги образни

яратиш имкониятларини ўрганиш В.Саппакнинг «Телевидение и мы» (1966) (“ТВ ва биз”) номли китобидан бошланган десак бўлади. Телевизион журналист образининг шаклланиши/шакллантирилиши ва журналистик муаммоларнинг кенг кўлами ҳақидаги маълумотлар, асосан, Э.Г. Багиров, Ю.П. Буданцев, В.В. Егоров, Г.В. Свитич, Н.И. Утилова, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский ва бошқалар асарларида баён этилган. Бевосита мавзуга оид П.Коновроцкиннинг «Личность и мастерство журналиста-ведущего как важный фактор телевизионной программы» (1993), Д.Братишевнинг «Создание имиджа телевизионного ведущего» (1998) ва Г.Перипечинанинг «Экранный образ тележурналиста: методика формирования» (1998) каби номзодлик диссертацияларини ҳам эътироф этиш жоиз. Илмий ишни ёзиш мобайнида хориж тажрибаси ўрганиб чиқилган бўлиб, бу борада айниқса International Encyclopedia of Communications Publised Jointly with the Annerbery School of Communications. Univ. of Pennsylvania-Oxford univ. Press.NY, Oxford. 1989. Vol.1-4; International Centre for Media studies (ISMI) Malaesia.1995.; Everette E. Denis. John S. Merriel. Media debats. Issuses in Mass Communication. New York 1991.; Carole Rich. Writing and reporting news Wadsworth-Thomson learning.1997. каби адабиётларга эътибор қаратилди.

Ҳар қандай кишининг аудиовизуал образи, хусусан, кийиниш, ўзини тутиш, аудитория билан мулоқот олиб бориш, хушовозлилиги, гапириш услуби кабилар яъни, дастлабки қабул қилинадиган беш хусусият баҳоланади, бироқ шуни айтиб ўтиш керакки, уларни образни ташкил этувчи асосий белгилар сифатида қабул қилмаслик лозим.

Тележурналист яна бир қатор ички сифатларга эга бўлиши мумкинки, томошабинлар уларни борлигини билмасалар ҳам, ўзларининг индивидуал (психологик, ижтимоий) хусусиятлари, масалан темпераментлари (эҳтирослилиқ даражаси), маълумотлари савияси, ижтимоий мавқелари ва бошқалар таъсири остида ботиний тарзда, яъни ўзлари пайқамаган, билмаган ҳолда қабул қиладилар.

Тадқиқотдаги илмий янгилик конкрет кўрсатувлар мисолида тележурналистнинг экрандаги образини мазмун ва шакл жиҳатидан юзага келтирувчи таркибий хусусиятларни, ана шу кўрсатувлар бошловчиларининг уларнинг портретларининг батафсил таҳлил қилиниши, замонавий тележурналистларнинг хулқ-атворлари моделининг илмий ишлаб чиқишида ўз аксини топган. Ҳақиқий ўзбек журналисти имижини шакллантириш масаласи илмий ишлаб чиқилган.

Тадқиқот объекти сифатида шакл ва мазмуннинг ўзаро таъсирлашувлари нуқтаи назаридан ўрганиладиган тележурналистнинг экрандаги образи хизмат қилади. Бунда нафақат “аудиовизуал”, балки бошқа манбалардан олинган бизнинг тажрибамиз, билимларимиз, маълумотларимиз таъсирида билвосита шаклланувчи латент образ ҳақида ҳам сўз юритамиз.

Тадқиқот предмети образни баҳолаш мезонлари ва шакллантириш усуллари ҳамда унинг таркибий қисмлари ҳисобланади.

Тадқиқот мақсади – экран образи компонентларини белгилаш ва таснифлаш, у ёки бу бошловчининг ёқиш–ёқмаслиги, униси ёки бошқасига ишониш ва экрандаги одамни қандай мезонларга кўра баҳолашимиз мумкинлигини тушуниш учун томошобинлар томонидан образнинг қабул қилиниш механизмларини аниқлаштириш ҳисобланади. Энг асосийси журналист имижини масаласининг туб моҳиятини тушунтириб бериш. Илмий ишдаги қўшимча объектлар сифатида ўрганилган соҳалар бўйича ҳам рисоладагидек имиж макетини ишлаб чиқиш.

Илмий ишнинг **асосий вазифалари** жумласига замонавий телебошловчиларни реал ўрганиб чиқиш ва баҳолаш имконини берувчи тележурналист образи унсурларни таърифлаш, таҳлил қилиш ва тизимлаштириш киради.

Тадқиқот методлари: телебошловчилар образларини назарий-қиёсий таҳлил қилиш, кузатиш методи (образлар таҳлили кўрсатувлар тасвирга туширилганда муаллиф иштирокида амалга оширилади), маълумотларнинг

иккиламчи таҳлили, ўрганилаётган муаммо бўйича адабиётлар базаси ва таҳлили каби тадқиқот усуллари қўлланилган.

Асосий ҳолатлар. Журналистнинг профессионалиги ёки у етказаётган маълумотларнинг ҳаққонийлиги томошабинлар томонидан тўғридан-тўғри эмас, балки билвоста, яъни шу одам ҳақидаги маълумотлар, масалан унинг қай даражада қимматлилиги, қонунчилик ёки ахлоқ меъёрларини бузганлиги ҳақидаги фактлар кабилар асосида қабул қилинади. Бундай ҳолатда илмий ишда журналистнинг латент образи ҳақида сўз юритилади. Маълумки, образни ташкил этувчи ушбу хусусиятлар кўрсатувни бевосита кўриш (эшиттиришни тинглаш) натижасида намоён бўлмайди. Улар бошқа манбалардан олинadиган конкрет шахс ҳақидаги билимлар, маълумотларни тўплаш ҳамда психологик (ботиний) миқёсда инсонни субъектив қабул қилиш натижасида аниқланади. Буларнинг барчаси асосида бизда журналист ҳақида тўлиқ тасаввур, яъни унинг образи ҳосил бўлади.

Журналист фақатгина ахборот манбаини етказувчи бўлибгина қолмай, балки ижтимоий шахс сифатида ҳам намоён бўлади. Бу фикримизни журналистнинг қараши ва нуқтаи-назари кўп сонли одамлар учун муҳим йўналтирувчи аҳамият касб этиши билан ҳам изоҳласак бўлади. Ҳозирда электрон оммавий ахборот воситалари шундай коммуникатив муҳит яратганки, бунда қабул қилинадиган матн, аудио ва видеомодалликларнинг синтези ўзини намоён этади. Натижада реал виртуаллик маданияти пайдо бўлади ва медиадан олинган таассуротлар бизнинг тажрибамизга айланиб боради.

Анъанавий жиҳатдан, тадқиқотлар амалиёти журналистнинг “мафкуравий тўғри образи” ҳақидаги таълимотдан келиб чиққан. Ушбу таълимот “рухсат берилган роллар мажмуи ҳар жиҳатдан тўғри”, деган фикрга асосланган бўлиб, ҳозирги пайтда ушбу масалага бўлган муносабат тубдан ўзгарган.

Хусусан, тележурналист ўз амплуаси ва услубини танлашда чегараланмаган, лекин айнан шуларнинг йўқлиги айрим кўрсатувларда бири-бирига зид образлар яратиши телетомошабинларда унинг ТВдаги айрим

дастурларига ҳамда умуман телевидениега нисбатан ишончсизлик туйғусини уйғотишига олиб келиши мумкин.

Ушбу тадқиқот орқали “журналист образи” тушунчасига алоҳида урғу берилсада, буни “журналист имижи” атамаси билан бир хил деб қабул қилмаслик лозим. Инглизчадан олинганда “имиж” сўзи “образ” сўзининг маъносига мос келади, лекин бу ўхшашлик икки тушунчани бир хил талқин этиш ҳуқуқини бермайди. Сўзма-сўз таржима деярли худди шундай мазмунга эга бўлгани билан тушунчалар батафсил кўриб чиқилганда, уларни фарқлаш кераклиги аён бўлади.

“Образ” кенгрок тушунча бўлгани учун бу уни инглизча муқолиби билан солиштириш имконини беради. Бу эса айрим ҳолларда рисолада имиж ўрнига образ тушунчасини қўллаш мақсадга мувофиқ бўлишини кўрсатади.

Журналист айниқса тележурналист образи хусусиятларини бир ёки бир неча кўрсатувларни кўриб чиқиш давомида юзага келадиган фикр-мулоҳазалар асосидагина эмас (буни образ шакли, ташқи томонидан намоён бўлувчи белгилари дейишимиз тўғрироқдир), балки биз ҳар куни эга бўладиган тажрибадан, мақсадларимиз, шахснинг психологик типидан (бу- образнинг мазмунли жиҳатлари сифатида таърифланишидир) ҳам аниқлаш мумкин.

Шу боис тадқиқот ишида журналист образини аудиовизуал (“сезиладиган”, шаклий) ва латент (“сезилмайдиган”) усулда қабул қилиниш каби турларга таснифлаш таклиф этилади.

Шуни ҳам таъкидлаб ўтиш жоизки, битирув малакавий ишида журналист имижини тадқиқ этишда асосий эътибор тележурналистикага қаратилди. Матбуот ва PR (public relations - жамоатчилик билан алоқалар) имижи қўшимча равишда ўрганилган.

Ҳар қандай кишининг аудиовизуал образи, хусусан, кийиниш, ўзини тутиш, аудитория билан мулоқот олиб бориш, хушовозлилиги, гапириш услуби кабилар яъни, дастлабки қабул қилинадиган беш хусусият баҳоланади, бироқ

шуни айтиб ўтиш керакки, уларни образни ташкил этувчи асосий белгилар сифатида қабул қилмаслик лозим.

Тележурналист яна бир қатор ички сифатларга эга бўлиши мумкинки, томошабинлар уларни борлигини билмасалар ҳам, ўзларининг индивидуал (психологик, ижтимоий) хусусиятлари, масалан темпераментлари (эҳтирослилиқ даражаси), маълумотлари савияси, ижтимоий мавқелари ва бошқалар таъсири остида ботиний тарзда, яъни ўзлари пайқамаган, билмаган ҳолда қабул қиладилар.

Тадқиқот бўйича чоп қилинган илмий мақолалар рўйхати:

№	Номланиши	Наشريёт	Нашр этилган санаси ва адади	Ҳаммуаллиф
1	Языковые особенности и имидж интерактивных телепередач	Федерация Scientific journal about problems of politics, economy, sociology & law	Москва - 2012 1-3 (92-94) январь-март	-
	Имидж тележурналиста информационных программ	Объединенный научный журнал (The integrated scientific journal)	Москва - 2012 6-7 (265-266) июнь-июль	-
3	“Биринчи жумла”ни топиш маҳоратининг журналист имжини шакллантиришдаг и ўрни	“Ўзбекистон матбуоти” журнали	2012 йил 3 сон	-

4	Ахборот ва сўз эркинлигини таъминлаш истиқболлари	“Филология масалалари” журнали	1994-4233 ISSN 2011/3	-
5	Телевизион мулоқотда журналист имиж	“Ахборот асри”: муаммолар, таҳлиллар, ечимлар илмий – амалий анжуман материаллар и тўплами	2011 йил ЎзДЖТУ	-
6	Имиж тушунчаси ва унинг журналистикага таъсири	Электрон оммавий ахборот воситаларид а маънавий-маърифий масалаларни нг ёритилиши: назария ва амалиёт	2012 йил ЎзДЖТУ	-
7	Хорижий каналларда тележурналист имиж	Иқтидор-2011 Илмий мақолалар тўплами	2011 йил ЎзДЖТУ	-
8	Журналистик фаолият жараёнида касб этикаси мезонлари (Халқаро кодекслар мисолида)	Изланиш ва ижод (III қисм)	2012 йил ЎзДЖТУ	С.Алижонов

9	Янгиликлар бошловчиси имижи	“Иқтидор” 2012	2012 йил ЎзДЖТУ	-
10	Такдимот ўтказишда раҳбар имижи	“Таълим менежменти ” журнали	2012 йил 3 сон	-
12	Жамоатчилик билан алоқалар (PR) тизимида имиж	“Талабалар дунёси” журнали	2012 йил 4 сон	-
13	Ўқувчи имжини шакллантирувчи омиллар	“Тарбия” журнали	2012 йил 3 сон	-
14	Массовая информация в деятельности массовой коммуникации	Ёш олимлар	2012 йил ЎзДЖТУ	-

I БОБ. ИМИЖ ТУШУНЧАСИ ВА УНИНГ ЖУРНАЛИСТИКАДАГИ ЎРНИ

1.1. Журналист ва аудитория муносабатларининг ўзига хослиги ва унинг муҳим шартлари ҳамда белгилари

Замонавий оммавий-ахборот воситаларидаги муносабатлар икки субъект – журналист (коммуникатор) ва аудиториянинг ўзаро ҳамкорлиги, ҳамжиҳатлилигини тақозо этади. Бундай жараённинг ҳар бир иштирокчиси ўзига хос бир-бирига ўхшамаган фаолият олиб борсада, бироқ ҳар икки иштирокчидан маълум фаолликни талаб қилади. Фақат шу орқалигина аудиторияни ижтимоий муносабатлар тизимига тўлиқ жалб этиш юқори самара бериши мумкин. Журналист учун эса ушбу мулоқотни самарали ўрнатишда ёки ўз олдида қўйган мақсадларга эришишда аудиториянинг эҳтиёжи, манфаати, мотивлари билан бир қаторда шуларга мос равишда ОАВнинг бевосита иштирокида шаклланадиган қатор хусусиятлари муҳим аҳамиятга эга.

Ўзбекистон Республикаси “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги қонунининг 3-моддасида **оммавий ахборот** деганда бу - чекланмаган доирадаги шахслар учун мўлжалланган хужжатлаштирилган ахборот, босма, аудио, аудиовизуал ҳамда бошқа хабарлар ва материаллардир³, деб ҳуқуқий таъриф берилади.

Журналист аудиторияси – ўта мураккаб ижтимоий-маънавий ҳодисадир. Унинг айрим сифатлари жамиятдаги ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий структуралар сабабли шаклланган ва шу нуқтаи назардан олиб қараганда ўзига хос ижтимоий тузилма ҳисобланади. Бошқа томондан назар солинганда, аудитория оммавий коммуникация доирасида шаклланади, мавжуд бўлади ва тараққий этади. Бу ОАВ материаллари ва хабарларини истеъмол қилиш ва қабул қилишдек ўзига хос фаолият асосида оммавий коммуникация жараёнида содир бўлади. Бу ҳолат аудиторияни ўзига хос ижтимоий-коммуникатив жамоа сифатида таърифлаш имконини беради. Бугунги кунда

³ Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарининг Ахборотномаси, 2003 йил, № 1. Б.3.

аудиторияга ОАВ орқали таъсир кўрсатиш алоҳида диққат-эътибор билан батафсил ўрганиш талаб қилинаligан ҳодисага айланиб улгургани ҳеч кимга сир эмас.

Оммавий онгга таъсир кўрсатиш механизми инсониятга қадимги даврлардан бошлаб маълум бўлиб, ҳар қандай урушдаги ташвиқот каби бундай мурожаатлар ўзига хос равишдаги “психик анестезия” бўлиб, кишининг дунёқарашига таъсир қилади.

Мулоқотга мустақил психик феномен, ҳодиса сифатида қараш психологияда 70-йилларнинг ўрталарида кўпая бошлаган. Гарчи аввалги йилларда психологик тадқиқотлар асосий эътибор предметли-амалий ва интеллектуал-индивидуал фаолиятга қаратилган бўлса, қайд этилган даврда эса асосан гуруҳли фаолият ва субъектлараро муносабатлар тадқиқ этила бошланди.

Даврдан даврга ўтиш билан журналистиканинг мавқеи тобора юксалиб борди. Бироқ баъзи кутилмаган кутилганликлар ана ўша юксалишнинг шиддатига маълум маънода таъсир кўрсатди. Бу ҳолат “афсона яратиш” тушунчаси билан боғлиқ Афсона яратиш феномени (ҳодисаси) доим ҳам яхши натижаларни беравермайди.⁴ Журналистика - ижтимоий институт. У нимаики бўлса барчасини атрофдан, жамиятдан олишни, ортиқча бўрттиришлардан ва утопиядан ҳолиликни тақозо этади.

Ғарбнинг таниқли инсонларидан бири Уильям Кей шундай ёзган эди: “XX аср фан ва технологияси одамларни рамзлар ботқоғидан озод этмасдан, балки рамзларга ундан ҳам баттарроқ ботириб, уларнинг маъно билдириш ёки билдирмаслигига тобе қилиб қўйди”.

Онг ўзида бирор бир мавҳум образни мавжуд реаллик сифатида ушлаб қолишига йўл қўйиб бўлмайди (афсона!), реалликдан келиб чиққан ҳолда ҳаракат қилиш мақсадга мувофиқ. Чунки юқорида қайд этиб ўтганимиздек журналистика бу - ижтимоийлик.

⁴ Бу ерда албатта журналистик жиҳатдан фикр бораётганлигига эътибор қаратинг. — *Муаллиф изоҳи.*

Мамлакатимиз Конституциясида белгилаб қўйилганидек, “Оммавий ахборот воситалари эркиндир ва қонунга мувофиқ ишлайди. Улар ахборотнинг тўғрилиги учун белгиланган тартибда жавобгардирлар. Цензурага йўл қўйилмайди.”⁵

Бундан ташқари қонунга биноан “ахборотни бузиб талқин этиш ва сохталаштириш тақиқланади. Оммавий ахборот воситалари ўзлари тарқатаётган ахборотнинг ҳаққонийлиги учун ахборот манбаи ва муаллифи билан биргаликда қонунда белгиланган тартибда жавобгар бўладилар.”⁶

Пайдо бўлиши биланоқ оммавий ахборот воситалари рамзлар яратиш ва хатто афсона тўқиш билан машғул бўлди. Бундан кўз юмиб бўлмайди, албатта. ОАВнинг мулоқот жараёнида янги ахборотни етказувчилар адресант вазифасида намоён бўладилар ва бу омма онгида кейинги афсоналарнинг шаклланиши ва яшашига сабаб бўлади. Газеталар, радио, телевидение реал борлиқнинг ўрнини босадиган пьесанинг постановкачи-режиссери сифатида намоён бўлади.

Бу ҳолатни икки хил талқин қилиш мумкин. Салбий жиҳатдан бу ҳақиқат принципларидан йироқлашгандай туюлса, ижобий томондан таъсир кўламига эга журналистик имиж яратиш имконини беради. Демак афсона тўқиш ҳолати журналист имижи сифатида шаклланиб қолишига йўл қўйиб бўлмайди. Аксинча бу борада журналистнинг ижобий маънодаги образини ташкил қилиш талаб этилади.

Охирги юз йиллик мобайнида коммуникациянинг асосий каналаллари (матбуот-радио-телевидение) алмашинганини ҳисобга олганда, мазмунга қараганда шакл, моҳиятга қараганда эса образ муҳимроқ эканлиги аён бўлди. Замонавий ОАВ алоҳида одамлар, гуруҳлар, воқеа ва ҳодисалар ва шу қабилар имижини яратди. Улар, ўз навбатида, оммавий онгнинг рамзий саҳнасида ўзига хос ва мос ўрнига эга бўлди.

⁵ Ўзбекистон Республикаси Конституцияси . Т.: Ўзбекистон, 1992. Б.48.

⁶ Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарининг Ахборотномаси, 2003 йил, № 1. Б.3.

PR соҳасидаги Америка мутахассислари оммавий онг билан самарали мулоқот қилишда 6 та асосий қоидага риоя қилиш зарурлигини эътироф этадилар. Булар:

- ахборот оқимини назорат қилиш;
- хабарларнинг изчиллиги;
- кўп маротабалик такрорлар;
- барча ОАВ бир овоздан гапириши керак;
- “бегона” журналистларга рухсат беришни чеклаш;
- фаол ҳужум тактикаси.

ОАВнинг ўз аудиториясини алдаш ёки хийла-найранг орқали бошқариши қатор тадбирлардан иборат бўлиб, улар оммавий онгнинг рамзийлигига асосланади. Оммавий ахборот воситалари инсонлар онгига таъсир этар экан, уни тўғри йўналтириш, маълумотларнинг холислиги, аудитория талаблари ҳамда улар билан муносабат этикасига риоя этиш, коммуникатор ва аудитория имижини тўғри ташкил этиш, иш муваффақиятининг калитини билиш талаб этилади.

Ўртамиёна журналист фақат баён этади. Яхшиси – изоҳлайди. Чинакам қобилиятлиси эса – маълумотларни изоҳлаш билан бирга, ўз аудиториясига уни ёрқинроқ кўрсата олиши мумкин. Фақат ўта истеъдодлисигина уни илҳомлантира олади.⁷

Аудитория ва ахборот ташувчилари ҳисобланган техник воситаларни пайдо бўлишига сабаб бўлган шарт-шароитларни ҳам ҳисобга олиш ва уларни таҳлил этиш зарур. Жамиятда оммавий ахборотни яратиш ва тақсимлаш бўйича фаолият қай даражада ривожланса ҳамда савияси ошса, худди шундай даражада аудитория ҳам мавжуд бўлади, ҳам ишлайди.

Шу нуқтаи назардан ҳам, мамлакатимизда амалдаги қонунлар билан давлатнинг ҳар кимнинг ахборотни излаш, олиш, текшириш, тарқатиш, ундан

⁷ Уильям Артур Уорд иборасининг журналистик талқини.

фойдаланиш ва уни сақлаш ҳуқуқини ҳимоя қилиш тамойили қатъий мустаҳкамлаб қўйилган.⁸

ОАВнинг ахборот етказиш каналлари сифатида ривожланиши, энг аввало, оммавий коммуникация ва алоқа техник воситаларнинг такомиллашуви, полиграфия базасининг замонавийлаштирилиши ҳамда ахборотнинг моддий ташувчиси бўлган даврий матбуотнинг сифат жиҳатидан яхшиланиши билан чамбарчас боғлиқдир. Бунда энг аввало, оммавий ахборот воситаларини мустақиллигини таъминлаш ва улар ўртасида рақобат муҳитини яратиш долзарб аҳамиятга эга.

Инсоннинг кенг кўламли эҳтиёжлари орасида ахборотга бўлган эҳтиёж ҳам бор (уларнинг кўринишлари жумласига ахборий манфаатлар, яъни субъектив мойилликлари, интилишлари, хоҳиш-истаклари киради). Улар кишининг барча бошқа эҳтиёжларига сингиб кетган бўлсада, бугунги кунга келиб ўзини мустақил инсоний эҳтиёж сифатида намоён қила бошлади. Бу айниқса, ХХІ аср шароитида яққол кўринмоқда.

У ёки бу ахборот, узатиш, хабар воситасини танлаш сабабларини ўрганиш ҳам аудиториянинг шаклланган қизиқишларини аниқлаш имконини беради. Турли социологик тадқиқотлар натижалари шуни кўрсатадики, коммуникатор томонидан аудиториянинг ҳар томонлама маънавий, ахборий ва бошқа эҳтиёжларини билиш, тушуниш ва ҳисобга олиши оммавий ахборот воситаларининг тамошабин, тингловчи, ўқувчи билан мулоқот пайтида самарали ишлашида муҳим омил ҳисобланади. Демак журналист аудитория онгида ишончли интеллектуал қиёфа касб эта билиши лозим.

Иккинчи тоифадаги белгилар гуруҳи аудиториянинг ОАВ билан бевосита ўзаро муносабатларида намоён бўлади. Улар оммавий ахборотнинг истеъмол қилиниш жараёнида сифат ва миқдор белгилари билан бирга намоён бўлади.

Бундай хусусиятларни қуйидагича турларини фарқлашимиз мумкин:

⁸ “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонуни. // Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарининг Ахборотномаси, 2003 йил, № 1.Б.27.

– аудиториянинг ахборотни истеъмол қилиш жараёнидаги иқтисодий, географик ва вақт билан боғлиқ шарт-шароитлари тавсифи ҳамда хусусиятлари;

– муайян коммуникатив хатти-ҳаракатларни қайд этиш билан боғлиқ бўлган ОАВнинг турли воситалари орқали оммавий ахборотни истеъмол қилишдек мураккаб жараёнга аудиторияни жалб этишга қаратилган хусусиятлари. Ушбу хусусиятларни шартли равишда икки турга бўлиш мумкин.

Биринчиси – у ёки бу оммавий ахборот манбаига эгалик кўрсаткичлари (даврий нашрлар обунаси ёки уларни мунтазам равишда сотиб олиш, теле-радиоаппаратуралар) бўлса, иккинчиси эса аудиториянинг оммавий ахборотдан фойдаланиш жараёнига жалб қилинганлиги даражасини баҳолаш имконини берадиган белгилар (частота, суръат, у ёки бу манбага мунтазам мурожаат этиш, у билан мулоқотга киришиш учун вақтни сарф қилиш ва ҳ.к.) киради;

– қоникарлилиқ даражаси, баҳолаш, фикр-мулоҳазаларда ўз аксини топган ОАВ материалларига аудиториянинг муносабатга оид хусусиятлар. Уларнинг орасидан аудиториянинг дастур, кўрсатув, материалга ҳамда уларнинг айрим жиҳатларига (масалан, тезкорлик, оперативлиқни баҳолаш, танқидийлик, холислиқ, долзарблиқ, аниқлилиқ даражасини баҳолашларга) нисбатан умумий муносабатини белгиловчи кўрсаткичларнинг кенг мажмуини кўриб чиқиш мумкин;

– аудиториянинг ахборотни ишлаб чиқариш ва қайта трансляция қилиш билан боғлиқ характеристикалари (шу жумладан олинган ахборотни муҳофаза қилиш, респондентларнинг турли фаолият соҳаларида ишлатиш, ОАВга мурожаат, штатдан ташқари ҳамкорлик қилиш ва шу кабилар);

– оммавий ахборот воситалари хабарларининг аудитория онгига таъсирчанлигини ўрганиш. Социологлар, психологлар ва политологлар ёрдамида (одатда, фақат ОАВ эмас, балки аудиториянинг бутун ҳаёт фаолияти, яшаш тарзининг комплекс равишда ўрганиш) тамошабинлар, тингловчи ва ўқувчилар онги ва ҳуқ-атворида рўй бераётган ўзгаришлар қайд этилади.

Юқоридагиларнинг барчасини ҳисобга олган тақдирда коммуникатор ва аудитория ўртасида мустаҳкам алоқа ўрнатилади. Бу борада журналистлардан аудитория эътиборини қозониш талаб этилади. Агарда журналист ўзига хос ишончли имижга эга бўлса, бу жараён осонлашади. Ўз-ўзидан журналист имиж масаласи долзарб аҳамият касб этиб, ҳар қандай жабҳада коммуникация курули вазифасини ўтай бошлайди.

1.2. Имиж тушунчаси, умумий тавсифи ва шакллари

Бугунги кунга келиб қайси жабҳада бўлишидан қатъий назар “имиж” ҳақида бот-бот эшитишга ўрганиб қолдик. Қанчалик тасодифий бўлмасин, биринчи бўлиб ушбу атама тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи иқтисодчилар томонидан қўлланила бошлаган. Америкалик иқтисодчи Болдуин XX асрнинг 60-йилларида мазкур тушунчани кенг оммага тарқатиб, ўз фаолияти орқали иш муваффақиятининг гарови эканлигини исботлади.

Сунг “имиж” тушунчаси специфик феномен сифатида янги туғилаётган соҳа политологияни қуроллантиришга йўналтирилди. Боиси, мутахассислар унда ўз ишининг муҳим йуналишини кашф этишди. Никколо Макиавеллининг “Ҳукмдор” (“Государь”) ва Г.Лебоннинг “Социализм психологияси” (“Психология социализма”) сингари сиёсатга доир асарларида ушбу феномен амалий кадриятининг илмий-амалий асослари келтириб ўтилган. Макиавелли давлат одами учун мос келувчи қиёфага эга бўлишлик нечоғлик аҳамиятга эга эканлигини қатъий исботлаб берган бўлса, Лебон имиж тушунчаси мазмунини “сиёсий муваффақиятга эришиш воситаси”- деб изоҳлашга урунган.

Имиж тушунчасининг психологик асослари ижтимоий ва сиёсий психологлар тадқиқотларининг объекти ва предмети бўлиб қолди. Улар ташқи образни субъектли англаш ва ижтимоий қабул қилиш жараёнининг қонунлари билимига эга бўлиб, ушбу масаланинг назарий ва амалий асосларини таҳлил қилиб берди.

Воқеликнинг “визуал эффекти” кўплаб изланишларнинг предмети сифатида қадим-қадимдан ўрганилиб келинган. Ушбу масалага Гиппократ ҳам мурожаат қилиб, инсонларнинг темпераментини аниқлашда мимикадан фойдаланишни таклиф қилган. Аристотель эса “Риторика” ва “Ҳайвонларнинг келиб чиқиши” асарларида инсон ҳаракатларининг ифодалилиқ психологияси ҳақида мулоҳазалар юритган. Қадимги Рим олимларидан бўлган Гален “физиогномика” таълимотини яратган. Шунингдек, Парацель беморларга ташҳис қўйишда кўплаб физиогномик маълумотлардан фойдаланган бўлса,

машҳур криминолог Ломброзо эса жинойтчиларнинг физиогномик турларини тузган. Одамларнинг ташқи қиёфасини ўрганиш бўйича охирги изланишларга Артур Шопенгауэрнинг “Физиогномика ҳақида”ги асарини келтириб ўтиш мумкин. Бу каби инсон қиёфаси ва физиогномик белгиларига оид тарихий асарлар ва мисолларни кўплаб келтириш мумкин. Буларнинг барчаси инсонинг физиогномик белгилари ҳар қандай соҳада муҳим рол ўйнашини кўрсатиб беради.

Лексик жиҳатдан “имиж” бу – инглиз тилидан таржима қилинганда “кўриниш”, “қиёфа”, “тасвир” деган маъноларни билдиради. Ҳақиқатда бу тушунча остида бевосита ёки билвосита шахс ёки ижтимоий тузилмалар ҳақида визуал таассурот яратмоқ деган маънони тушуниш мумкин. Айни таассурот бу онг ҳаракатида рационал факт сифатида кўринади, баҳолаш сифатида эмас. Имиж кўпроқ бизнинг тасаввур қилишимиздек эмас, балки билишимиздек дастлабки жараён сифатида яқун топади. Имиж қоида бўйича психикамизнинг пастки қаватларида онг соҳаси ёхуд одатдаги онг қатламида “жойлашади” ва одамлар томонидан қабул қилиниши енгиллиги ҳамда тасаввур қилишнинг ўткирлиги билан ажралиб туради. Агарда имиж ҳақида конкрет психологик ҳодиса сифатида фикр юритсак, у - ижтимоий мақсад, қолип, модали белги сифатида намоён бўлади. Айни пайтда инсон психикасининг барча айтиб ўтилган соҳаларини бир вақтнинг ўзида кўриш имконияти ҳам мавжуд эмас.

Биринчи навбатда шахс қиёфасида муҳим аҳамият касб этувчи нарса визуал жалб қиладиган хусусият эмас, балки XVI асрнинг буюк китобхони Максим Грек таъкидлаганидек “ҳақиқат, тўғрилиқ, ақл-идрок, мардлик, оромбахш ва инсонпарварлик ҳислатларини ўзида жамлаган маънавий гўзалликликдир”. **Демак, ички ва ташқи гўзаллик уйғунлигига эришиш-имижиологиянинг бош ғоясидир.**

Ф.И. Шаляпиннинг “Қалб ва ниқоб” (“Маска и душа”) китобида ташқи қиёфа тушунчасига қуйидагича таъриф берилган бўлиб, “у нафақат юзнинг грими, соч ранги балки ҳаракат тарзи, ўзини тутиши, юриш-туриши, эшитиш,

гапириш, кулиш ва йиғлашни ҳам қамраб олади”. Агар инсоннинг ички хиссиётлари тўла тасаввур қилинса, унинг ташқи қиёфасини ҳам тўғри аниқлаш мумкин.

Сиёсий реклама ва шоу бизнесда имиж кўпинча қиёфа (образ) сифатида гадаланади, қолаверса, у инсон қалбининг тубида ётувчи хусусиятларининг кўриниши сифатида ҳам қаралади. Шоу-бизнесда шоумен, супермен ва юлдуз каби тушунчалар мавжуд. Лекин, буларнинг ҳаммаси ҳам бошқарув фаолиятига тўғри келмайдими, шунга кўра фаолиятнинг бу тури-театр сахнаси ҳам, сиёсий майдони ҳам эмас. Унда инсонларнинг бир-бирига бўлган муносабатларини ташкил этишда маълум қонун-қоидалар асосида мақсадга эришиш, эстетик дид масаласи асосий ўринни эгаллайди.

Маълумки, бугунги кунда имиж муаммоси ва уни рўёбга чиқариш технологияси билан инсоншуносликнинг илмий амалий соҳаси ҳисобланган - имижология фани шуғулланади.

Имижиология тушунчасига кўплаб адабиётларда барчани жозибадор бўлишга қаратилган чорлов ва инсонларга нур бахшида эта олишдир, деб таъриф берилган. У инсоннинг ташқи кўринишининг чуқур эҳтиёжини ҳурматга лойиқ бўлишга ёрдам беради ва уни рўёбга чиқаришга кўмаклашади. Шулардан келиб чиққан ҳолда айтиш мумкинки, имижология бу - ҳар бир шахснинг олижаноб ташқи қиёфада бўлиш орзуси, халқпарварлик ва инсонпарварлик белгиларини намоён қилиш истагидаги қатъиятга эга бўлишдир.

Юқоридаги параграфларда қайд этиб ўтганимиздек, имиж тушунчаси ҳаётимиздаги ривожланаётган барча соҳаларда қўлланиб келинаётган тушунча бўлиб, у қайси соҳада қўлланилишидан қатъий назар иш самарадорлигини оширишга хизмат қилади.

Журналистикани жамият кўзгуси деймиз. Журналистлар эса ана шу ойнани тутиб турувчилардир. Ҳаётда ҳамма ҳам бу буюмдан фойдаланади. Кўзгудаги аксга эътибор қаратилар экан, албатта унинг ўзи ҳам назардан четда

қолмайди. Дарз кетган ёки кир ойнага кимнинг ҳам қарагиси келарди. Шундай экан, журналистларни мамлакат юзи дейишга ҳақлимиз. Бу борада журналист имижи масаласи долзарб аҳамият касб этади. Журналист имижини бевосита ОАВ турларига кўра фарқланувчи бир қатор шакллари мавжуд. Матбуот журналистикаси имижи, тележурналист имижи, радиожурналист имижи ва бошқалар. Энди ушбу шаклларнинг энг кенг тарқалганларини таҳлилига ўтсак.

Матбуотчилар имижи – ўз-ўзидан уларнинг ёзган асарларида намоён бўлади. Газетада чоп этилган мақолага қараб, муаллифнинг профессионал маҳоратини баҳолаш мумкин. Шунга кўра ҳар қайси журналистнинг ўзига хос ёзиш услуби шаклланади. Ўқувчини юритмоқчи бўлган фикрга қизиқтира олиш, жамоатчилик фикрини шакллантиришда услуб муҳим вазифани бажаради. Бошқача қилиб айтганда мақола тили – босма журналистика имижи тушунчасига тенгдир. Бирор мавзу доирасида бир неча ижодкор қалам тебратар экан, мазмун бирлиги аммо шаклу-шамоил ранг-баранглигига гувоҳ бўламиз. Масалан, кимдир айтилажак гапнинг маъзини биринчи қисмга олиб чиқса, яна кимдир бирор ибратли мисол келтириш билан мақолани бошлаб асосий ракурсни ўртага жойлайди, кимдир эса хулосага эрк беради. Босма матбуот журналисти имижи бевосита газета рейтингига ҳам таъсир қилади.

Радиожурналист имижи – эфирда айтилаётган гаплар, интонация ҳамда овоз ва шовқинларнинг сифати орқали белгиланади. Радиожурналистлик талабларига – равон нутқ, адабий тил қоидаларига риоя қилиш, эфирни тўғри ташкил қила олиш, импровизацияларга тайёр туриш ва ҳоказоларга жавоб бера оладиган бошловчи ўз имижини яратишда касбий мажбуриятлардан ташқари яна қатор жиҳатларга аҳамият қаратиши лозим бўлади. Масалан, индивидуал эксклюзив дастурлар тайёрлаши, олиб бориш жараёнида ўзини яхши тута билиш, табиийлик ва самимийликка эътибор қаратиш, овоз темплари устида ишлаш, адабий тил қоидаларига риоя қилган ҳолда чиройли гапириш кабилар радиожурналист имижини шакллантирувчи омиллар ҳисобланади.

Тележурналист имижи – қамрови жиҳатидан кенгрок тушунча бўлиб, унга аудиовизуаллик хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда бир қатор талаблар кўйилади. Сўнгги йилларда тележурналистларимиз ўз имижлари устида сезиларли даражада ишлаётганлари кўрсатувлардаги чиқишларидан ҳам намоён бўлмоқда. Лекин, кўпчилик тележурналист имижи деганда фақатгина ташқи кўринишга баҳо беришнигина тушунади. Аслида тележурналист имижи бир қатор бошқа хусусият ва талабларни ҳам қамраб олади. Жумладан, касбий билимлардан хабардорлик даражаси, телевизион сўзлашув маданияти, этика талабларига риоя этиш, юз мимикаси, актёрлик маҳорати, кийиниш одоби ва ҳоказолар. Телебошловчининг кўрсатув мавзуси, ғоясига монанд имижга эга бўлиши муҳим аҳамиятга эга. Дейлик жиддий мунозара асосига қуриладиган кўрсатув учун қувноқ қиёфа, болалар кўрсатувларида чиқиш қилишда ноўрин танланган кийимлар ва ранг, ёхуд омма кайфиятига ёмон таъсир қилувчи тушкун кўриниш ва ҳоказолар журналист мақомига салбий таъсир кўрсатувчи омиллардир.

Бугунги кунда журналистларимиз орасида ҳам шахсий имижга эга бўлганларни талайгина учратишимиз мумкин. Журналист имижи бевосита соҳа тараққиётига таъсир қилар экан барча журналистлар касбий жараёнда ҳам ишдан ташқарида ҳам ўз кўринишларига монанд ҳаракатда бўлсалар, фаолиятлари самарадорлигида хатто майда элементларга-да аҳамиятли бўлсалар мақсадга мувофиқ бўлади.

1.3. “Биринчи жумла”ни топиш маҳоратининг журналист имижини шакллантиришдаги ўрни

Оммавий ахборот воситаларидаги ҳар қандай чиқиш учун, табиий матн яратилади. Ҳар қандай матн эса (очерк, лавҳа, эссе, фелъетон...оддий хабаргача) биринчи жумладан бошланади. Биз шартли равишда “биринчи жумла” деб атаётган⁹ мавзуга амалиётда ҳар бир журналист фаолиятининг ҳар лаҳзасида, ҳар кунида дуч келади, десак муболаға бўлмайди. Қолаверса, биринчи жумла ҳар бир муаллиф ҳақидаги, унинг маҳорати, салоҳияти ҳақидаги биринчи ахборот ҳамдир. Бундан ташқари, ушбу жумла унинг журналистика майдонида тутган мавқеини, даражасини – имижини кўрсатувчи муҳим омил ҳамдир. Бу мулоҳазалар тележурналистларга ҳам, радио ва босма нашрлар журналистикасига ҳам бирдек дахлдордир. Мақоланинг ўқишли бўлиш-бўлмаслиги унинг биринчи жумласиданоқ аён бўлади.

Кўринадики, журналистларнинг биринчи жумла қўлланилишига, яъни муқаддимага доир услубий хусусиятларидан бохабарлиги алоҳида аҳамият касб этади.

Биринчи жумла ёки муқаддима кириш сўз ёки сўз бирикмаси шаклида бўлиб, сўзловчининг ўзи баён этаётган фикрга бўлган турли муносабатини билдиради. Улар барча нутқ услубларида ишлатилади. Улар мазмунан бутун бир гапга ёки унинг бўлагига тегишлича маъноларни ифодалайди. Ифода маъноларига кўра муқаддима бир неча турларга бўлиниши мумкин:

Биринчи, айтилаётган фикрга сўзловчининг қатъий ишонч, гумон, шубҳа, тахмин, иккиланиш каби муносабатларини билдиради; яхшиси, тўғри, шубҳасиз, сўзсиз, табиий, аслида, ўз-ўзидан, маълумки, ҳақиқатан, дарҳақиқат, албатта, чиндан, янглишмасам, дарвоқе, ажаб эмас, гапнинг рости, эҳтимол, шекилли, чоғи, афтидан, чамаси, фараз қилайлик, шояд, ҳар эҳтимолга кўра, борди-ю кабилар.

⁹ Бу ўрни билан “муқаддима” атамаси тарзида ҳам қўлланиши мумкин. – *Муаллиф изоҳи.*

* Тўғри, мен Жамила билан Дониёрнинг суратини чизаман. Лекин "ўхшата олармиканман?" деган гумон бутун миямни чулғаб олган-да. (Ч. Айтматов)

Иккинчи, айтилаётган фикрга сўзловчининг эмоционал баҳосини билдиради: бахтимизга, бахтга қарши, афсуски, ажабо, ихтиёр ўзингизда, хайронман, хайрият, кошки, ана холос, азбаройи, нима бало, ҳеч бўлмаса кабилар:

* Ажабо, чиндин ҳам Саодат мени севадими? Мен-чи? (Ғ.Ғулом)

Учинчи, сўзловчи томонидан баён қилинаётган фикр кимга қарашли эканлигини, фикрнинг манбаини кўрсатади: Мўлжалимча, фикримча, бизнингча, унинг айтишича, ривоятларга кўра, хабар беришича, билишимча, эшитишимча, менга қолса кабилар:

* Ёмғирдан кейин кўринган камалак ва кумуш қуёш шуъласининг баланд тоғлар чуққисини ярқиратиши, фикримча илҳом париларининг элчиси бўлса керак. (Х.Олимжон.)

Тўртинчи, сўзловчининг фикрнинг ифодаланиш усулига бўлган муносабатини кўрсатади: бир сўз билан айтганда, қисқаси, башқача айтганда, очиғини айтганда, қандай десам экан, очиқ гап, гапнинг пўсткаллеси кабилар.

* Бухорои Шариф азал-азалдан етти икдимда маълуми машхурдир. Дунёнинг не-не мамлакатларидан сайёхлару зиёратчилар Бухорони кўриш учун ташриф буюришади. Айниқса, мустақиллик туфайли Ўзбекистоннинг халқаро алоқалари янада ранг-баранг тус олиб, республикамиз бутун дунёга, жаҳон эса юртимизга бошқача юз тута бошлади. ("Санам")

Бешинчи, фикрнинг тартибини, ҳулосасини, олдинги фикр билан кейинги фикрнинг муносабатини кўрсатадиган муқаддималар: айтгандай, масалан, пировардида, ҳусусан, умуман, демак, аввало, сўнгра, айниқса, биринчидан, ҳуллас, ниҳоят, шундай қилиб, бинобарин, кўринадики, англашиладики кабилар. Бу каби биринчи жумлалар нутқнинг маълум бўлақларини таъкидлаш, чеклаш, конкретлаштириш, изоҳлаш, бир-бирига

боғлаш, айтиб ўтилганларни эслатиш, хулосалаш, умумлаштириш, фикрларнинг тартибини кўрсатиш кабилар учун қўлланади:

* Фарзанд, аввало, ўз ота-онасидан ўрнак олади. (“Бола ва замон”)

Муқаддима гап структурасини бузмайди, айтилаётган фикрга янги далил ҳам қўшмайди, балки шу фикрга сўзловчининг муносабатини, кучли ҳаяжонини билдиради. Шу сабабли ҳам ҳам биринчи жумланинг қўлланилиши кўпрок, бадий ва сўзлашув услубида учрайди:

* Эҳтимол, ҳайдовчи бир маромда ҳайдаётгандир, менга эса бекатларда йилча тўхтаётгандай туюларди. (“Саодат”)

* Афтидан, Жамила ўтган кечаси ухламай чиққан бўлса керак, кўзлари киртайиб, ковоғидан қор ёғиб турарди. (Ч. Айтматов.)

Илмий-оммабоп публицистик услубда бизнингча, унингча, демак, хулоса қилганда, биринчидан, иккинчидан каби муқаддималар ва конструкциялар фаол ишлатилади:

* Юртимизда болалар муҳофазаси йўлида қатор савобли ишлар амалга оширилмоқда. Шу сабаб Ўзбекистон биринчилардан бўлиб БМТнинг “Бола ҳуқуқлари тўғрисида”ги Конвенциясига қўшилди. Бу дегани мамлакатимиз бола ҳуқуқлари бўйича барча масъулиятни ўз зиммасига олди. Демак, болаларимизнинг беғубор болалик даврини турли бемаврид ташқи хатарлардан ҳимоялаш кафолатланди. (“Бола ва замон”)

Баъзан биринчи жумла айтилаётган фикрга тингловчининг диққатини кўпрок жалб этиш учун ишлатилади:

* Айтганча, ўзларини қайси шамол учирди? (М. Салом.)

* Мархамат, қулоғим сизда. (“Муштум”)

Биринчи жумла гапдаги бошқа бўлақлардан тўхтам, пауза билан ажратилади ва ўзининг махсус оҳангига эга булади. Муқаддиманинг гапдаги ўрни ҳам маълум услубий аҳамиятга эга.

* Деонтология - касбий ахлоқ, касбий бурч ва масъулият ҳақидаги таълимот.

Инсон - инсон тизимида амалга ошириладиган, бир инсоннинг бошқа инсонга таъсири билан боғлиқ бўлган ҳар қандай касбий фаолият учун деонтология долзарб аҳамият касб этади. Педагогик фаолият, ҳеч шубҳасиз, шундай касбий фаолият турларидан бири бўлиб ҳисобланади. (“Бола ва замон”)

* Жумладан, 1495 йилга келиб Султон Ҳусайн ва унинг тўнғич ўғли Бадиуззамонлар ўртасида қуролли тўқнашувлар юз бериши мумкин бўлган ҳолатда Навоий ота-бола ўртасига тушиб кўп азиятлар чекади. Аслида бу можаролар подшоҳнинг хотини Хадичабегимнинг тазйиқи туфайли юзага келган эди. (Н. Назаров)

Ифодаланган мазмунни кучайтириш учун биринчи жумла такрор ишлатилиши мумкин:

* Афсус, минг афсуски дунёга жуда эрта келган эканман. (Ҳ.Олимжон)

Муқаддима ифода материали яъни, сўз туркумлари жиҳатидан ҳар хил бўлади. Масалан: 1. Бугун, албатта, ёмғир ёғади. (Муқаддима – албатта: модал сўз – аслида равишдан ўсиб чиққан.) 2. Бу бола, тўғри, уқувли экан. (Муқаддима – тўғри: сифат билан ифодаланган.) 3. Шу вақтда, десангиз, бирдан дарёнинг қирғоғи ўпирилиб тушди. (Муқаддима – десангиз: предикативликни кўрсатадиган, шахсли феъл билан ифодаланган. Бу феъл муқаддима вазифасида, албатта, ўзининг дастлабки хусусиятларини йўқотган.)

Биринчи жумла бўлақлар вазифасида ҳам келади:

– маълум сўз туркумларидан ажралиб чикиб, фақат кириш бўлақ вазифасида ишлатиладиган сўзлар келади: биринчидан, масалан, яъни, модомики, шекилли, афсус, эссиз, демак, дарҳақиқат, бахтимизга ва бошқалар:

* Шернинг бўйни занжирга итоат қилса ҳам, юраги асло бўйсунмас, афсуски, бу оддий ҳақиқатни идрок этмайдилар. (Ойбек)

– маълум сўз туркумидан ажралиб чиқмаган, кириш бўлақ вазифасида ҳам, гап бўлаги вазифасида ҳам қўлланувчи сўзлар келади. Булар: тўғри, рост,

шубҳасиз, сўзсиз, афтидан, одатда, қисқаси, албатта, шундай қилиб, охири каби.

* Тўғри, иш ғоят мушкуллашди. (Ойбек)

Демак, биринчи жумла публицистнинг айтмоқчи бўлган фикрини тўлиқ изоҳлашида замин вазифасини ўтайди. У воқеликка турли муносабатини ҳамда ўз руҳиятини, хулқ-атворини намоён бўлишида асосий омил бўлиб хизмат қилади.

II БОБ. ТЕЛЕЖУРНАЛИСТ ИМИЖИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ БОСҚИЧЛАРИ

2.1. Тележурналист имижининг шаклланиш жараёнлари

XX асрнинг бошларида ихтиро қилинган телевидение ҳозирги вақтда маълумотларни тарқатувчи ва инсонлар бўш вақтини тўлдирувчи воситага айланган. У ҳаётга шундай мустаҳкам кириб келдики, шу пайтгача инсоният ўзининг “электрон суҳбатдоши” сиз қандай яшаган экан, деб ҳайратланасан киши. “Телевидение” атамаси дастлаб 1890 йилда Парижда ўтказилган халқаро анжуманда тилга олинган. Унда инженер электриги К.Д.Перский ўз маърузасида “электрли телевидение” сўзидан илк бор фойдаланган”¹⁰.

“Телевидение - “теле”- юнонча - узоқ ҳамда “видение” - русча – кўриш, яъни ўзоқдан кўриш маъносини англатади”¹¹. Экран маълумотлари, инсоният томонидан йиғилган барча мулоқот турларини ўз ичига олиб, бир вақтнинг ўзида ҳам кўриш, ҳам эшитишга таъсир кўрсатади. “Телевидение вужудга келиши билан матбуот таснифида жуда катта сифат ўзгариши, ҳақиқий инқилоб юз берди: кишилар ижтимоий ҳаёт воқеаларини бевосита кўра олиш имкониятига эга бўлдилар, ижтимоий онг билан ижтимоий борлиқ ўртасида энг қисқа йўл, энг қулай кўприк барпо этилди, инсон онгига таъсир этишнинг энг ишончли, энг қизиқарли усули топилди. Телевидение фақат инсон онгига эмас, унинг ҳис-туйғусига ҳам фаол таъсир кўрсатадиган матбуот тури сифатида намоён бўлди.”¹²

“Телевидение бу- кичик экран санъати, йирик план санъати. Инсоннинг юзи, кўзи, кайфияти, руҳияти...”¹³

Телевизион мулоқотнинг муҳим кўриниши бу - шахсий ишончли характерга эга. Телевидениенинг технологик имкониятлари мулоқотнинг 3 хил ўзига хос ҳолатларини томошабинга намоён этади: “қатнашиш эффекти”, “диологик эффект” ва “ишонч эффекти”.

¹⁰ Муҳамедов М., Файзиева Ф., Абляева В. Телевидение асослари. Т.: Ворис-нашриёт. 2009. Б. 4.

¹¹ Худойкулов М. Журналистикага кириш. Ўқув қўлланма. ЎЗМУ. –Т.: 2005. Б. 96.

¹² Ўша манба, ўша бет.

¹³ Муҳамедов М., Файзиева Ф., Абляева В. Юқорида кўрсатилган адабиёт. Б. 30.

Шу эффектлардан келиб чиқиб, телевидение мусхтакам коммуникатив омил сифатида уларнинг дунёқарабини шакллантиради. Бу уларнинг жамоатчилик фикрини билдириб, шахснинг кайфиятига таъсир кўрсатади. Кўп инсонлар айнан телевизион маълумотлар орқали юқори давлат органларига ва уларнинг маҳаллий идоралари, сиёсий партиялар фаолиятига, ҳаётий воқеалар ва жамоатчилик фикрига нисбатан ўз баҳоларини шакллантиради.

Телевизион мулоқотнинг қанчалик самарадорликка эришишига телебошловчининг шахсий имижини муҳим таъсир кўрсатади. Телевидениянинг илк кунларидан бошлаб, улар ўзларининг имижини тайёрлай бошлайди. Чунки томошабин ўзи билиб ёки билмай, берилаётган маълумотларни уни айтаётган инсон орқали қабул қилади. Игор Криловнинг фикрича, суҳандон бу- микрофон олдида бир нарсани ўқиётган инсон эмас, у томошабинга ўзининг мулоҳазали, ишончли суҳбати билан таъсир этувчидир. Суҳандон берилган мавзунини ўқиб эмас, унинг маъносини етказувчидир. Бунинг учун эса унинг ўзи кўп нарсани билиши керак.

Омма олдида гапираётган шахснинг зиммасига жуда катта масъулият юкланади, чунки унинг сўзларини бутун мамлакат тинглайди, унинг гаплари бутун халқ онига таъсир кўрсатиши мумкин. Шунинг учун суҳандонларда инсоний ва профессионал сифатларни шакллантириш муҳим аҳамиятга эга. Чунки улар томошабинларнинг ишончи ва ҳурматини қозониши керак.

Суҳандонлик касби асосчиларининг кўпчилиги ўзларининг такрорланмас ижодий индивидуаллиги билан ажралиб туришган. Уларни бутун мамлакат билар ва севар эди. Ўша пайтларни эслаб Валентина Леонтьева шундай ёзган эди: 50-йилларда суҳандонлар телетомошабинларни меҳмонга чақирган мезбонларга ўхшар эди. Бутун кечни улар телетомошабинлар билан ўтказишарди. Суҳандонлардан ҳар биримиз ўзимизни шу кечанинг бекасидай ҳис қилар эдик. Бизларга ўрганишар, бизларни билишар, бизларни кутишар ва шунинг учун эҳтимол севишар эди. Ҳозир “Время” кўрсатувини, телебошловчини, сиёсий шарҳловчини кутишади. Лекин ҳеч ким “Бугун

Ниночками ёки Валечками?” деб сўрамайди. Бу савол 50-йилларнинг тимсоли бўлиб қолди.

Ўзбекистонда ҳам Насиба Қамбарова, Насиба Иброҳимова, Галина Мельникова, Ўктам Жобиров, Насиба Мақсудова, Мирзохид Раҳимов, Дилором Умарова, Абдумажит Ўтбосаров, Муслимбек Йўлдошев каби суҳандонлар ўзига хос ва мос имижга эга жонкуяр тележурналистлардан бўлган. Тележурналист имижи ҳақида сўз юритилар экан албатта уларнинг фаолиятларини эсламасдан илож йўқ. Уларнинг ҳар бири ўзига хос имиж билан оилаларга кириб борган. Томошабинлар уларга кези келганда ҳавас, кези келганда эса тақлид қилганлар. Ўша пайтлардаги аёлларнинг бежирим соч турмаклари айнан биз номларини зикр этган суҳандонлар чиқишларидан олинган илҳом намунаси бўлиб, шу даврдан бошлаб ўзбек аёллари ҳам ўз имиждари устида қайғурадиган бўлишган. Дарвоқе, аёлларнинг турли хилдаги париклардан фойдаланиши ҳам 50-йиллардан бошлаб авж олган.

Дастлаб жаҳон тележурналистикасида бошловчи танлаб олинаётганда ташқи кўринишга унчалик аҳамият берилмаган. 50-йилларга оид бир китобда шундай ёзилади: телевизион кўрсатув бу - моделлар танлови эмас, кўрсатувнинг омадли чиқиш-чиқмаслиги бошловчининг билимига, профессионал тайёргарлигига, иқтидорига ва ички инсоний хусусиятларига боғлиқ. Кўрсатувларнинг режиссиёрлари суҳандонларнинг индивидуал хусусиятларини билиб беришга эмас, балки кўрсатув ғоясини очиб беришга аҳамият беришган. Ўша пайтларда телебошловчиларнинг ташқи кўринишларига оид китоблар жуда кам эди. Шунинг учун уларнинг ўзи кўринишлари учун жавобгар эдилар.

Шу гапларнинг исботи учун В.Леонтьеванинг “Севги изҳори” китобидан парча келтирамиз, унда муаллиф Монакода ўтказилган телевизион фестивал ҳақида ҳикоя қилади. “Ҳар бир бошловчи ўзининг “ташриф қоғозини”, яъни ўзининг телеэкрандаги индивидуал ишини кўрсатиши керак эди. Айрим телевизион фирмаларнинг бошловчилари учун бу учрашув кийимлар, соч

турмаклари-ю, пардоз-андоз танловига ўхшаб кетар эди. Ўзларининг индивидуаллиги йўлида улар моделерлар, визожистлар, сартарошлар, операторлар кўмагига суянишди. Ҳа уларнинг табассумлари ўзларининг зирҳлари эди. О, бундай табассум улкан санъат эди! Унда ҳаётдан лаззатланишдан енгил толиқиш, чирой ва ўзининг таниқлилигини кўрсатувчи белгилар ҳамда албатта юксак профессионализм бор эди...”

В.Леонтьеванинг “ташриф қоғозида” “Чин қалбимдан” кўрсатуvidан лавҳалар берилган эди. Ўша даврда бу кўрсатув мамлакатда жуда оммалашган эди. Лекин лавҳанинг контекстидаги “бу кўрсатувнинг характери ва бошловчининг функциялари ҳақида жўяли қарашлар берилмади”- деган жумлалар орқали китоб муаллифи ўзининг Монако фестивалидаги омадсизлигини тушунтириб берган.

Бу фикр шуни кўрсатадики, экранда ажойиб профессионал, ижодий индивидуал бўлишнинг ўзи камлик қилар экан. Демак, телебошловчининг имижи учун буларнинг ўзи етмайди.

Телевидениенинг ривожланиши билан шундай фикрлар пайдо бўла бошладики, бошловчиларни шу гап кетаётган мавзу соҳасидаги инсонлар билан алмаштиришди. Оқибатда экранда санъат намоёндалари, педагоглар, спортчилар пайдо бўла бошлашди. Ҳозирги вақтда кўпканалли тармоқлар, кўрсатувларнинг ранг-баранг бўлишига қарамай, у ёки бу кўрсатувнинг оммалашуви бошловчининг кўринишига боғлиқ бўлмоқда. П.С.Гуревичнинг фикрича, “томошабинга индивид эмас шахс, мулоқот кучига эга бўлганлар қизиқарли”.

Ҳозирда бошловчи экранда қандай кўринишга эга бўлиши керак? Кинорежиссиор Э.Рязановнинг фикрича, уларга маълумот маҳсулини билиш, ўз фикрига эга бўлиш, камера олдида ўзини тута билиш ва аудитория билан тез тил топиша олиш сингари профессионал талаблар қўйилмоқда. “Бошловчи”- уқтиради Э.Рязанов-ўз-ўзига рол ўйнаётган актёрга қиёс. Сиз қанчалик

самимий ва ташкилотчи бўлсангиз, томошабин билан алоқангиз шунчалик мустаҳкам бўлади.”

Машхур ўзбек тележурналисти Раъно Жўраева шундай дейди: “Тележурналист ҳеч қачон томошабиннинг ғашини келтирмаслиги керак. Гапираётганда нейтрал сўзлардан фойдаланиши, ўз ташқи кўринишига ортиқча жимжимадор безаклар бермаслиги, умуман чиқишларида классик услубни қўллаши мақсадга мувофиқдир. Чунки телевидение бачканаликни хушламайди.”

Аслида “телекўрсатувлар бошловчисининг идеал портретини тузиш унча қийин эмас. У келишган, назокатли, ўзини эркин тутадиган, тинглай биладиган ва зарур саволларни берадиган, яъни суҳбат кура оладиган бўлиши керак. У ушбу суҳбатни юз минглаб томошабинлар кўриб турганини ёддан чиқармаслиги, бироқ айтиш вақтда ана шу улкан аудитория ва одамларнинг кичик гуруҳига мурожаат қилиш уқувига эга бўлиши лозим. Улар билан алоқа ишончнинг юқори даражасида юз бериши керак. Мавзунини ва кўрсатув муаммоларининг етарлича билиши, узоқ ўзига диққат-эътиборни жалб этмаслиги, лўнда ва аниқ гапира олиши шарт”¹⁴.

Шундай қилиб телевидение мулоқотнинг бир тури бўлиб, унда бош рол бошловчига берилади. У ҳар томонлама ривожланган бўлиши керак.

Бошловчининг яна бир хусусияти шундаки, у қилаётган ишига қизиққан, бажаришга мажбур бўлгани учун эмас, унга ёққани, бу ишдан катта қониқиш олганлиги учун астойдил фаолият юритиши керак. Агар шу хусусияти бўлса у ҳар доим томошабинни ўзига жалб қила олади.

Ҳақиқатда бошловчининг биринчи баҳоси унинг ташқи кўринишига қараб бўлади. Оскар Уайльд шундай ёзган эди “сезгир бўлмаган инсонларгина ташқи кўринишга аҳамият, баҳо бериша олмайди”. Биринчи таассурот билишимизча энг ёрқин ва эсда қоларли бўлади. Шу таассурот орқали томошабин бошловчининг сўзларини, маълумотларини кўради ва эшитади.

¹⁴ Муҳамедов М., Файзиева Ф., Абляева В. Телевидение асослари. Ворис-нашриёт. –Т.:2009, Б.140.

В.М.Шепелнинг “Имижиология шахсий кўринишнинг сирлари” китобида шундай ёзилади: Чиройли ташқи кўриниш табиат берган инъом бўлиб, уни тўғри тақсимлай олиш керак. Нафақат шахсий, балки, касбий ҳаётда ҳам ҳеч иккиланмай айтиш мумкинки, чиройли одамга шахсий латофатни ташкил этиш қийин эмас. Психологларнинг тадқиқотлари шуни кўрсатадики, ўн ҳолатнинг саккизтасида биринчи таассурот айнан ташқи кўринишга боғлиқ экан.

Телебошловчи Дилдора Рустамова “яхши телебошловчи қандай бўлиши керак”- деган саволга қуйидагича жавоб беради: “Чиройли ташқи кўринишга эга бўлган, нутқи равон, меҳнатдан қочмайдиган ва албатта ўз шахсий имижига эга бўлган бўлиши керак.”

Хўш имижейкерларнинг гапларига қараганда телебошловчи қандай хусусиятларга эга бўлиши керак? Кўпгина мутахассислар қуйидаги сифатларни белгилашади:

- Соғлом кўриниш
- Юз гармонияси
- Чиройли сочлар
- Келишган қадди-қомат
- Оппоқ текис тишлар
- Ёқимли товуш
- Ҳаракатларнинг уйғунлиги
- Тафаккур
- Ишонч

Ушбу кетма-кетлик шартли эмас. Ҳақиқатдан телевизорни ёққандан сўнг бошловчини кўриб дастлаб унинг юзига, сочига, кийимига ва қўлларига аҳамият берамиз. Билим даражасидан ҳам олдин биз унинг кўринишини товуши билан солиштира бошлаймиз. Шунинг учун бошловчилар юқоридаги сифатларга катта аҳамият беришлари керак. Энди бевосита, телебошловчининг ушбу сифатларини бирма-бир кўриб чиқсак.

Соғлом кўриниш бу - биринчи сифат бўлиб, бошловчининг ташқи кўринишини соғлом ва оптимизмга хослигини кўрсатади. Телевидение бошловчидан эмоционал, ақлий ва жисмоний кучни талаб этади. Соғлиқ ҳақида кайғуриш бу-телевиденияда ишлашнинг омадли томонидир. Соғлом инсонлар ишчан, ижодкор, киришимли ва ҳазилга тўғри ёндошадиган бўладилар. Касал инсоннинг кўзлари албатта экранда унинг ички кечинмаларини билдириб кўяди. Зукко томошабин ҳар нарсани осонгина сезади. Шунинг учун барча экрандан соғлом ва оптимист бошловчини кўришни истайди.

Юз гармонияси. Бу сифат телебошловчи, айниқса, информацион кўрсатувни олиб боровчилар учун ўта муҳимдир. Чунки улар гапираётганида юз жуда яқиндан олиб кўрсатилади. Ножўя юз ҳаракати албатта кўрсатув ёки дастур сифатига таъсир қилади. Баъзан телебошловчилар матнни равон ўқишга берилиб кетиб оғизларини катта-катта очиб юборадилар. Бу ҳол албатта экранда хунук кўринишга сабабчи бўлиб қолади. Юз гармониясида аввало оғиз ва кўзлар муҳим аҳамият касб этади. Чунки томошабиннинг нигоҳи дастлаб айнан шу икки деталга тушади. Шунинг учун ҳам оғиз ва кўзларнинг катта-кичик очиб-ёпилишига (юмилишига) эътибор қаратиш лозим саналади.

Чиройли сочлар. Бу сифат ҳам бошловчи имижининг энг кўзга кўринадиган жиҳатларидан. Агар табиат сочларни чиройли қилиб яратмаган бўлса, бу ҳолатда уларга сартарошлар кўмак беришади ёки бошловчининг ёшига ва олиб бораётган кўрсатувига қараб париклар танланади. Телебошловчиларга юзнинг олд қисмига тушиб турувчи сочлар (чёлкалар), жимжимадор гажаклар, ёхуд узун ёйиқ сочлар хос эмаслигига алоҳида аҳамият қаратиш жоиз. Сийрак сочларни бироз шишириб, кам-кўстларини яшириб чиқиш лозим. Ҳеч қачон ёғланган кир сочда чиқиб бўлмайди. Бу аввало бошловчинининг ўзини сўнгра томошабинни ҳурмат қилиш-қилмаслигини намоён этади. Сочларда гап кўп. Биргина соч турмак усули орқали ўзига хос имижга эга бўлиш ҳам мумкин. Бу борада Ёшлар телеканалининг “Киномания” кўрсатуви бошловчиси Лола Зуннунованинг ўзбекона миллий соч турмаги ва

бош кийимлари орқали шахсий имижини шакллантирганини эслашнинг ўзи кифоя.

Келишган қадди-қомат. Ҳамма ҳам чиройли қомат соҳиблари эмас. Лекин, бундан кўпам азият чекиш ярамайди. Келишган қомат бошловчилар учун қўйиладиган ўта муҳим талаблар сирасига кирмасада, ўзини ҳурмат қиладиган бошловчи жисмоний тарбия билан шуғулланиб, қоматини бир ҳилда сақлаб туришга ҳаракат қилиши лозим.

Оппоқ текис тишлар - бу муҳим жиҳатдир. Агар бошловчининг милклари оғриган бўлиб, тишлари соғлом бўлмаса бу нарса албатта экранда кўринади. Оппоқ текис тишлар телебошловчига чиройли табассум қилишга ёрдам беради. Айнан табассум телебошловчилар учун жуда керак. Чунки томошабин ҳам сиздан қувонч ва оптимистик кўринишни қабул қилади. Ёзувчи ва журналист Н.И.Новиков шундай ёзган экан: ”Табассум ҳар доим яхши. Чунки у инсоннинг ички дунёсини очади.” Ўзбекистон канали телебошловчиси Рихситилла Абдуллаев ҳам “телевидениеда чиройли табассум ўта муҳим” эканлигини таъкидлайди.

Ёқимли товуш. Товуш бу бошловчининг қуролидир. Айнан у бошловчининг имижини яратишда муҳим рол ўйнайди. Телебошловчининг товуши чиройли қўйилган, гаплари аниқ бўлиши керак. Бунда дикциянинг ва нафаснинг тўғри тақсимлангани инобатга олинади. Афсуски, ҳозир ҳам тўғри гапира олмаётган бошловчиларни учратиш мумкин. Бунда биз каналларнинг бошлиқларини ҳам тилга олиб ўтишимиз керак. Чунки, уларнинг айблари билан тўғри гапира олмайдиган, урғуни тўғри қўя олмайдиган кишилар бошловчилик қилишябди. Ваҳоланки, агар шу бошловчилар машқлар бажаришса яхши самарага эришиш мумкин.

Бу борада оғизга ёнғоқ ёки тозалаб ювилган тошларни солиб олган ҳолда гапиришга ҳаракат қилиш маълум натижа беради. Қадимги даврларда ҳам Шарқ ва Ғарбнинг буюк нотиклари шу усулдан фойдаланишган.

”АиФ” нинг 2002 йил март ойидаги сонидида бир қатор қизиқарли маълумотлар берилган эди. Унда “қайси эркак бошловчилар рус тилида энг ёмон сўзлашади?”- деган анкета натижалари эълон қилиниб, унга кўра: 16%- В.Комисаров, 13%-В.Познер, 14%- Д.Дибров, 10%-М.Галкин, 8 %- С.Шустер номлари кўрсатилган. Бундан шундай хулоса келиб чиқадики: ”...тил ҳозир жуда ривожланибди, янги формалари пайдо бўлябди. Лекин, келишиклар, урғуларни ҳеч ким йўқ қилгани йўқ! Телевизорда сенинг нафақат кийиминг, балки тилинг ҳам чиройли бўлсин...”

“Қишлоқдаги тенгдошим” кўрсатуви муаллиф ва бошловчиси Саодат Ўрмоновани кўпчилик ўзига хос овоз соҳиби сифатида эътироф этади. Унда кўрсатувига мос рух, содда ва самимий товуш оҳанги сезилади. Шунинг учун бўлса керак кўрсатувнинг рейтинги юқори поғоналардан тушмай келмоқда. Телевидениеда бир хусусият бор, у самимият бўлмаган ҳар қандай ҳолатни фожиа этади.

Ҳаракатларнинг аниқлиги. Ҳаракатлар юз сингари имидж яратишда қатнашади. Улар ҳам катта маълумотларга эга. П.С.Гуревич ўзининг китобида А.Вертинскаяни эсларкан, шундай самимий эътирофни келтириб ўтади: ”...ҳаракатлари санъат даражасида эди. Унинг қўллари бирдан кичик балеринанинг ҳаракатларини, пўсти денгиз ортидан чиққан ойни, оролда ўсаётган ҳаворанг лолани ва менимча барча нарсани кўрсата олар эди...” ҳаракатлар бу- тебошловчининг керакли комуникатив курали бўлиб, тўғри ҳаракат профессионалларнинг ишга қўйилган асосий талабларидандир. Телевидение ишида қўл ҳаракатларини тўғри ва ўз ўрнида ишлатиш керак. Чунки уни кўраётган инсонлар маззудан чалғимасликлари керак.

Тафаккур. Ақлли инсон ҳар доим суҳбатдошига ва томошабинга қизиқарли бўлади. Бой дунёқараш, импровизация санъати, ҳар битта ҳолатга тўғри фикр билдириш - бу бошловчининг энг муҳим сифатларидандир. “Бахт формуласи” кўрсатувининг муаллиф ва бошловчиси Муҳаббат Ҳамроева эфирда айна шундай кўринадики, таклиф этган меҳмонларини ҳам, студиядаги

томошабинларни ҳам ўз сценарийсига монанд бошқара олади. Бундай қобилиятни амалда қўллаш учун инсонга ақл қўмакдош бўлишини ўз ҳаракатларида исбот этади. Зеро дастлаб “Эрта сўнган юлдузлар” кўрсатуvidан янги лойиҳа “Бахт формуласи”га ўтиши замирида ҳам катта фалсафа мужассам. Ёки бўлмасам рус радиобошловчиси В.Синявский ва телебошловчи Н.Озеровни эслайлик. Уларниг мулоқотларида инсонлар айнан шу ақлни кўришган ва эшитишган. Улар шундай қобилиятга эга эдиларки, ҳар бир томошабин ёки тингловчини шу гапларнинг иштирокчисига айлантира олишган.

Ишонч. Бу телебошловчи учун бебаҳо саналадиган сифатдир. У экрандан гапираётган гапларига ўзи ҳам ишониши даркор. Сухбатдошига ҳурмат билан қараб, унинг фикрлари ва кечинмаларига тўғри баҳо бера олиши керак. Шу ўринда Цицероннинг ”Сен сухбатни шундай ташкил қилгинки, сухбатдошинг сиқиб чиқарилмасин”- деган сўзлари ҳар бир журналист учун дастуриламал бўлмоғи лозимлигини эътироф этиш жоиз. Ҳинд тележурналисти Коран Жохар ўз кўрсатувларини айнан мана шу талабга монанд ташкил этадики, ўзига ишонган бошловчига кўрсатувга таклиф этилган меҳмон ҳам ишонади ва ўз фикрларини асосли билдиришга ҳаракат қилади. Пировардида томошабин ҳам кўрсатувнинг савиясига ва бошловчининг иқтидорига ишониб ўз вақтини бемалол бағишлай олади. Шунинг учун бу фазилат ҳар қандай бошловчини ўзининг сўзларига нисбатан ишончини орттиради. Мамлакатнинг турли нуқталаридаги инсонларни бир йўналиш - телевидениега жалб қила олиш бу катта маҳорат ва профессионализм даражасини намоён этади. Инсонлар ишончини қозона олган журналист ўз навбатида жамоатчилик фикрини яъни, бўлаётган воқеалар, давлат сиёсатчилари, партия ва ташкилотларга бўлган нуқтаи назарларни шакллантиради.

Бошловчилик касбининг энг муҳим томони бу - оммага маъқул келишдир. Кўп бошловчиларда имиж бўйича маслаҳатчилар йўқ. Шунинг учун улар ўзлари тўғри йўлни топишлари лозим бўлади. В.М.Шеппел ўзининг ”Имижиология чиройнинг сирлари” китобида шундай ёзади: “Инсонлар ўзлари

услубини яратмоқчи бўлишса, бу туйғу ички бир ҳиссиёт билан уйғунлашиб яхши натижалар беради. Улар ўзларидаги камчиликларни енгиб ўтиб, яхши бошловчи ёки юлдуз бўлиши мумин. Бунинг учун ўзларида жуда катта хоҳиш ва кучли инсоний кўникмалар бўлиши керак. Ҳар битта инсонда кишиларга ёқадиган, ҳеч бўлмаганда нимадир бир жиҳат бўлади, фақатгина хатти-ҳаракатлари орқали ўзининг очилмаган интеллектуал, информацион характеристикасига эга бўлиш инсоннинг ўз қўлида.”

Шеппелнинг бу технологиясига тўрт мини технологиялар киради, жумладан, визуал кўриниш, коммуникатив механика, флюид нурланиш, оғзаки эффект.

Бу технологияларда инсоннинг ташқи қиёфасини “созлашга” муҳим жой ажратилган. Бунда конкрет ҳолатлар кўрсатилиб, бошловчи ўзининг олиб бораётган кўрсатуvidан келиб чиқиб тўғри йўлни танлаши керак. Телевидение бу-санъат, уни эгаллаш учун унинг кўринишларини билиш керак. Бу нарса режани ва тайёргарликни талаб этиб, шошма-шошарликни кечирмайди. Имижнинг энг муҳим бўлими бу - юздир. Ёқимли чехрани созлаш бу телебошловчининг энг керакли ишидир.

Юз териси парвариши. Шахсий имижнинг энг ифодали қисми – бу, албатта, юз ҳисобланади. Ҳар бир инсоннинг юзи доимий эътиборни талаб этади. Бошловчи учун эса бу нарса жуда муҳим. Камера олдида ишлайдиган журналистлар доимо ўз териларининг ҳолатини кузатиб боришади. Косметологга бориш учун бўш вақт топилмаган тақдирда, албатта юз хусусиятини билиб олган ҳолда мустақил муолажалар қилиш керак. Комплекс таъсир кўрсатадиган воситалардан фойдаланиш яхши натижа бериб, кўп вақт ҳам олмайди. Кўз олди териси тез чарчаш ва қаришга мойил бўлгани учун бу борада фақат мутахассислар тавсияси билан кремлар, ниқоблардан фойдаланиш мумкин.

Макияж. Телевидениеда нафақат аёллар, балки эркеклар ҳам пардоз воситаларидан фойдаланишади. Шунинг учун кўрсатувдан бир мунча илгари

студияга келиш талаб қилинади. Агар студияда визажист бўлса яхшику-я, лекин кўп бошловчилар ўзларини профессионал пардоз қилишга ўрганганликлари ҳам фойда қилади. Бунинг учун тонал креми, нуқсонларни яширувчи воситалар ва упа керак бўлади.

Тонал кремни ишлатишда студия иссиқ бўлишини инобатга олиш керак. Чунки иссиқда юз ялтираб қолади. Шунинг учун крем-пудрадан эмас химояловчи тонал кремдан фойдаланиш яхши. Чунки у саккиз соат мобайнида юзни ёғ ишлаб чиқаришдан сақлайди. Тонал кремни тўғри танлаш ҳам жуда катта рол ўйнайди. Чунки, бир рангнинг ўзи ҳар хил чироқлар таъсирида бошқача кўриниши мумкин. Эракак бошловчиларнинг пардозида ҳам юзни тоналлаштириш муҳим. Агар юз дағалроқ бўлса, кремни қалинроқ суртиш керак. Бошловчи ёки кўрсатув меҳмонининг тепакаллигини яшириш яъни, ёруғлик тушиб ялтираб қолмаслиги учун бошга упа суртилади. Бошловчилар яқиндан олинган кадрларни инобатга олишлари керак. Чунки яқиндан ҳамма камчиликлар кўриниб қолади. Тонни нотўғри танланиши бошловчини қарироқ ҳам кўрсатиб қўйиши мумкин.

РТР каналининг кечки хабарлар олиб боровчи бошловчилари пудра тонини тўғри танлай олишмайди. Пушти тонлар экранда сунъий кўриниб, юз шамоллаган эффектини беради. Бу кўзга яққол ташланади.

Юздаги нуқсонларни яшириш учун шу кремдан фойдаланган маъқул. Агар бошловчининг юзи тез қизарадиган бўлса, унда ялпизли кремдан фойдаланиш мақсадга мувофиқ. Агар доғлари ёки сепкили бўлса лаванда рангини берувчи кремни ишлатган афзал. Кўз тагида қора доғлар бўлмаса ҳам юзни оқартириш керак. Оқартирувчи восита бу энг муҳимидир. Чунки унинг ёрдамида бошловчининг юзи, кўзи ва бурни чиройли кўриниш ҳосил қилади. Бошловчининг парدوزи кўрсатувга ҳам боғлиқ. Агар кўрсатув ёрқин шоу ёки байрам сони бўлмаса пардоз юмшоқ ва сокин бўлиши лозим. Пардозда ҳеч нарса томошабинни чалғитмаслиги керак. Юзнинг табиий кўриниши учун тонал кремдан сўнг албатта румяна суртилади. Улар эракаклар пардозида ҳам

ишлатилади. Румяналар ранги ҳам табиий рангга яқин бўлиши лозим. Румяналарсиз юз камқон касал инсон кўринишини бериб қўйиши мумкин. Унинг сурилишига ҳам аҳамият қаратиш лозим. Думалоқ юзлиларга ёноқларнинг устига, чўзинчоқ юзлиларга эса ёноқларнинг пастига суриш тавсия этилади. Ёноқлари унчалик ҳам билинмайдиган юзли инсонлар эса кулиб турган ҳолатда симметрик равишда юзнинг икки тарафи ўртасига қияроқ қилиб суришлари керак бўлади. Лаблар аниқ кўриниши учун контур қаламдан фойдаланиш керак. Эфирда кўп вақт бўлаётган бошловчилар узок сақланадиган лаб бўёқларидан фойдаланганлари маъқул. Лаб бўёқларини юмшоқ рангларида фойдаланиш мақсадга мувофиқдир, чунки ёрқин ва перламутр бўёқлар лаб ҳажмини катталаштириб кўрсатади.

Соч турмаги. Чиройли соч турмак ҳам экрандаги имижга катта ҳисса қўшади. Бошловчининг ўзи сочининг тури, ранги, турмакланишини камера олдида ўзи учун ишлашини билиши керак. Агар студияда сартарошлар бўлса, бу нур устига аъло нур бўлади. Лекин бошловчининг ўзи турмаклаши сал қийинроқ бўлади. Қалин ва калта сочларни гел ёрдамида қотириш мумкин. Лекин соч турмаги вақтида лакдан кўп фойдаланиш ҳам керак эмас. Информацион кўрсатувларни олиб борувчиларга соч турмаги унчалик мураккаб бўлмаслиги тавсия этилади.

Қош. Қошлар юзнинг тузилишига мос келиши муҳим бўлиб, эфирга чиқишдан олдин қошларни гел ёрдамида чўткалаш тавсия этилади. Бу нарса эркак бошловчилар учун ҳам керак. Кўпчилик аёл бошловчилар қошларини жуда ҳам ингичка қилиб териб юборишлари ёки икки хил шаклга келтириб қўйишлари мумкин. Бу нарса айниқса информацион кўрсатувлар суҳандонларида яққол сезилади. Бу борада улар ўта эҳтиёткор бўлмасалар томошабининг асаби бузилишига сабабчи бўлиб қолишлари турган гап.

Кўз. Кўзнинг пардозида кўз ҳажми ва рангига аҳамият бериш лозим. Ҳаворанг ва яшил бўёқларни ишлатмаган маъқул. Юмшоқ жигарранг табиийдек кўриниш беради. Кулранг бўёқлар эса “чарчаган кўзлар” эффектини

бериши мумкин. Қаламнинг ҳам табиий рангларидан фойдаланиш керак. Кўзга кўйиладиган тушнинг тўкилмаслигига эътибор қаратиш лозим. Тушнинг биринчи қаватидан сўнг киприкларни тараш керак. Киприкларга жигарранг туш кўйиб, учларига қора туш тортилади. Бу чиройли кўринишни ташкил қилади.

Либос. Кийим танлашда теледастурнинг жанри ва кўрсатувнинг мавзусидан келиб чиқиши керак. . Агар бу янгилик ёки жиддийроқ бошқа кўрсатув бўлса, у ҳолда журналистнинг кийими ҳам одми, кўзга ташланмайдиган ва соддароқ бичимда бўлади. Кўнгилочар руҳда бўлса, унда турли хил рангдаги ва услубдаги кийимлардан фойдаланса ҳам бўлади. Кийимда ёқа ҳам муҳим. Агар бошловчининг бўйни калта бўлса, унга баланд ёқа тавсия этилмайди. Агар бўйин узун бўлса, баланд ёқа, шарфлар ва узун сочлар тавсия этилади. Кийимнинг ранги юз терисининг, сочнинг ва студиянинг рангига мос келиши лозим. Кийим танлашда ўта оч, ёки ўта тўқ рангдагилари тавсия қилинмайди. Эркак бошловчилар учун энг қулай ранглар: тўқ кўк, кулранг аралашган жигарранг ва яшил. Оқ рангдаги кўйлақлар оқартирилган юзни янаям оппоқ қилиб кўрсатади. Бўйинбоғларнинг ранглари ҳам муҳим. Тўқ пушти ва қизил бўйинбоғлар унчалик ҳам тавсия этилмайди.

Ишоралар тили. Имо-ишоралар тили ҳам тележурналистикада алоҳида ифодалиликка эга. Камера олдида сўзга чиқувчи журналист қадди-қоматининг туриши ва имо-ишоралари кўпинча сўзларга қараганда кўпроқ маълумот беришини жуда яхши билади. Уларнинг бари экранда содир бўлаётган воқеа-ҳодисаларга мос туриши керак.

В.М.Шеппел фикрига кўра, чиройли кўз қарашлар ва ишораларсиз бошловчининг имижи тўла-тўқис бўлмайди. Бошловчи ўзининг ўтириши, ишораларини, фикр ва ҳиссиётларини билдириши мумкин. Шунинг эса тутиш керакки, имо-ишоралар кўп ҳолларда сўзлардан ҳам кўпроқ нарсани айтиши мумкин.

Мисол қилиб НТВ каналининг “Двое” кўрсатувининг бошловчисини кўрсатиб ўтиш мумкин. У суҳбатдошига савол бериб, ундан тўғри жавобни

кутяпти. Камера меҳмонни биринчи планга олиб чиқади. Бошловчининг мақсади суҳбатдошига ўзининг ҳамдардлигини кўрсатиш. Лекин камерани бошловчига олиниши аксини кўрсатмоқда. У қўлларини кўксига қўйиб танани орқага ташлаб, оёқни чалиштириб ўтирибди. Бу ерда имо-ишораларнинг мутлақо тўғри келмаслигини кўриш мумин. Агар бошловчи унга суҳбатдоши ва томошабин ишонишини хоҳласа ҳаракатларини ҳам шунга монанд қилмоғи лозим. Яна бир мисол, “Доброе утро” кўрсатувида спортчи қиз меҳмон сифатида чақирилган. Меҳмон очик ва самимий бўлишига қарамай бошловчи ўтириши, ҳаракатлари, саволларини қоғоздан ўқиши сунъий кўрининиш ҳосил қилмоқда.

ББС каналининг янгиликлар бошловчиси Тим Вилкоксни ишоралар тилини моҳирона ўзлаштириш орқали касб муваффақиятига эришган журналист сифатида эътироф этиш мумкин. У янгиликларни етказиш жараёнида қўлларини, юз-кўзларини маҳорат билан ҳаракатга келтиради ва янгиликни шунчаки баён этувчи эмас балки ишига муккасидан кетган жонкуяр бошловчи образини экранда намоён этади. Шунинг учун ҳам у каналнинг юқори рейтингларидан тушмай келаётган журналистлар сафида туради.

XVII асрда яшаб ўтган Ларошфуко “тапирувчининг товушида, кўзларида ва кўринишида танланаётган сўзлардан кўра кўпроқ маъно мужассамдир”- деган экан. Ўзини тақдимоат қилиш бу - ўзини тўғри кўрсатиш, ўзига бошқаларнинг эътиборини қаратиш, одамларни ўзининг видео-аудио сифатларига қизиқишларини ошириш. Телевидение рейтингининг даражаси айнан ўз - ўзини тақдимоат қила олиш, яъни томошабинларга ўзини тўғри кўрсата олишга боғлиқ.

Тасаввуримиздаги ҳаётда ҳар бир киши, касби ва фаолият туридан қатъий назар, ўзига эътибор билан қараб юриши, ўз стили, яъни шахсий услубига эга бўлиши шарт. Телевидение шароитида эса бу янада қатъий заруратга айланган. ТВдаги экранбоп ижобий маънодаги ялтироқлик тележурналистлар зиммасига жиддий мажбуриятларни юклайди.

Бу ерда халқаро атамаларда тавсифланадиган фейсконтрол ҳам (инглиз тилидан face control - юз бошқаруви), дресскод ҳам (инглиз тилидан dress code-ўзининг кийинишини назорат қилиш), АйКью ҳам (инглиз тилидан curiosity-ақлий қобилят) талаб этилади. Телевизордаги одамлар – ким улар? Қуйида ўз-ўзини презентация қилиш, тележурналист касбининг услубига хос жиҳатлари ҳақида батафсил тўхталиб ўтамиз.

Телевидение – ўзига хос хусусиятлар ва маҳорат сирларига эга фаолият соҳасидир. У режалаштириш, таҳлил ва тайёргарликни талаб қилади. Палапартишлик ва шошма-шошарликни ёқтирмайди. Худди шу талаблар тележурналист шахсининг ўзига ҳам тааллуқли.

Телевиденияда энг аввало профессионал ўзини кўрсата билиш талаб этилади. Ўзлигини тақдимот этиш (презентация) – бу ўз шахсига диққатни жалб қилиб, ўзини-ўзи намоён эта билишдир. Телевиденияда ишлайдиганларнинг машҳурлик рейтинги ўз-ўзини кўрсата билиш маҳорати самараси билан белгиланади.

Телеимиж ўта қизиқарли субстанция. Бир томондан бу аниқ журналист имижи бўлса, иккинчи томондан, телекўрсатув имижи ва ниҳоят, бутун бир телеканал имижи ҳамдир. Бошқача айтганда, шахс образи ва корхона образи тушунчалари бор. Симбиоз. “Қаерда ишлайсиз ?” – деб сўрайди кўшнингиз. Йирик телеканалларнинг бирида дея, жавоб берасиз. “Жуда зўр-ку!” – деб ҳурмат билан қараб қўяди суҳбатдошингиз.

Ёки тескари бир вазият юзага келди дейлик. Директорлар миқёсида суҳбат ўтказилади. “Сизнинг телеканалингизда кимлар ишлайди?” “Собир Турдиев, Даврон Файзиев, Дилноза Мамадалиева, ...” – дея, директор энг яхши ходимларини санай бошлайди. “Яхши жамоа” – дея иккинчиси маъқуллайди ва ўзи учун керакли хулосалар чиқариб олади.

Имиж йиллар давомида ишланиб, сайқалланиб яратилсада, бироқ бир лаҳзадаёқ бузилиб кетиши ҳам мумкин. Образ яратишдаги энг биринчи қоида – бу муайян аудитория учун ишланилаётганликни доимо ёдда сақлаш керак.

Имиж, энг биринчи навбатда, бу омма сизни қандай қабул қилаётганлигидир. Тележурналист ўзи ҳақида худди “Кичкина шахзода”даги мактанчоқ хоҳлаган каби фикрда бўлиши мумкин. “Ҳурмат қилиш – бу ўзини сайёрадаги ҳаммадан гўзал, ҳаммадан ҳам зўр ясанган, ҳаммадан ҳам бой ва ҳаммадан ҳам ақллироқ эканлигини тан олиш демакдир. – Ахир сенинг сайёрангга сендан ўзга ҳеч ким йўқ! – Мени қувонтиргин, нима бўлганда ҳам менга офарин айтгин”. Бунинг охири худди Антуан Экзюперида бўлгани каби бир хил якун топади. Кичик шахзода мактанчоқдан қочиб кетади.

Ўз аудиториясини йўқотиб қўймаслик учун тележурналистлар ҳам шахсий, ишонарли ўзаро телевизион ҳамкорликка интиладилар. Буниси энди руҳшунослик соҳасидан: бирор киши телевизорни ёқар экан, у орқали, энг аввало, яхши суҳбатдош, билимдон дўст ёки самимий танишини уйига таклиф этади.

Телетомошабинлар ҳар доим ҳам экрандаги инсон айнан нима деганини эслаб қолмасаларда, бироқ улар унинг қандайлиги, аудиторияси ва ўз суҳбатдошларига қандай муносабатда бўлганлигини жон деб муҳокама қилишади. Рус журналисти Дарья Николаева шундай ёзади: “Ватанимиз тележурналистлари томошабин билан демократик услубда суҳбатлашишлари, суҳбат куришлари билан ҳар қанча мактансалар арзийди. Совет телевидениеси ҳақида бундай дейиш мумкин эмас эди, зеро ундаги журналист жамият устози, маърифатпарвари сифатидагина намоён бўла оларди холос.”¹⁵ Ҳақиқатдан ҳам журналист ва аудитория ўртасида самимий кўприк ўрнатиш муҳим. Журналист кези келганда халқнинг дардини тинглай билиши, бунга ечим топа олиши, оғир вазиятларда бир кишининг муаммосини кўпчилик бўлиб ҳал қилишга ёрдам бериши керак.

Суҳбат предметини пала-партиш кўрсатиш мумкин эмас. Акс ҳолда, телетомошабинда тележурналистга нисбатан ишонч йўқолади. Ахир телеэкранда ҳамма нарса кўриниб, эшитилиб туради. Зеро, телебошловчи

¹⁵ Николаев Д. Телецентр. –М.: 2009, № 8. С.28.

овозидаги жиндек ишончсизлик ёки унинг юзидаги таранглик телетомошабин томонидан бу киши ўз ишининг устаси эмаслиги ҳақидаги сигналдек қабул қилинади.

Иккинчи жиҳат – бу тележурналистнинг жисмоний тузилиши. Афсуски, инсон табиатан шафқатсиз мавжудот. Шунинг учун ҳам телевизор олдида ўтирган кишидан кўпинча: “Вой, жудаям хунук журналист экан бу” қабилидаги жумла отилиб чиқади. Илож қанча, ҳар нима қилганда ҳам, эстетика, яъни гўзаллик шайдоларимиз-да! Шунинг учун ҳам телегенлилик (русчада - “телегеничность”) деган тушунча шаклланган. Чиндан ҳам, телевизорни ёққанимизда, биз, энг аввало, экранда тележурналистни кўрамиз: биринчи бўлиб унинг юзи, соч турмаги, кийими ва қўллари кўзга ташланади. Кўпинча ўзимиз билмаган ҳолда унинг овозига алоҳида эътиборни қаратамиз ва беихтиёр тележурналистнинг тоналлиги ва тембрини унинг юз тузилиши, тана ва қўллари ҳаракатларининг энергетикаси билан қиёслаймиз, улар орасидаги ўзаро мутаносибликни қидирамиз.

Ташқи кўринишни унутмаслик лозим. Бироқ фақат ягона ёқимтой кўриниши билан чекланиб қолаётган тележурналистлар кулгили туюлсаларда, бу пировард натижада ғашга тега бошлайди. Ҳар доим ҳам бир хил одамларнинг “уйига келиб” улар учун доим такрорий кўринишда, бир хил тарзда қизиқарли бўлиш ҳаддан ташқари қийин иш. Фақат ҳақиқий шахсина бунинг уддасидан чиқа олади. Имиж шаклланган қадриятлар тизими, одамларнинг қизиқишлари ва стереотипларига зид келмаган ҳолдагина самарали бўлади.

Шу ўринда ўзбек халқининг ўзига хос анъана ва урф-одатларидан элементлар акс этган миллий имиж тушунчасини ҳам алоҳида таъкидлаб ўтиш жоиз. Ҳеч эътибор қилганмисиз, экранда миллий атлас ва адрас матоларимиздан тайёрланган либослар кийган телебошловчилар қандай ажойиб кўринишади-а! Бунда тўлалигича шу матолардан тикилган либослар бўлиши шарт эмас, хошиядеккина бўлса-да ажиб нафосат билан уйғунлаштирилган

парча элементлар, қадриятларимиз бешиги бўлмиш сўзана нақшларидан намуналар ўринли қўлланилса нур устига аъло нур. Мавзу кўлами бирмунча эркин бўлган кўрсатув бошловчилари учун турли хил бош кийимлар (дўппилар, дуррачалар), шарфлар (нафис шифон, тафта, адрас, атлас, беқасам газламаларидан), қолаверса ўзига хос ўримли соч турмаклари телебошловчининг шахсий имижини шакллантиришда ўта муҳим аҳамият касб этади. Ҳақиқий “Ўзбек тележурналисти” деган номга эришиш осонмас!

Имиж ва стереотип бу инсон онгида борлиқнинг турли ракурсада талқин этилишидир. Улар бир-бирини тўлдириб келади. Имижни яратиш – бу нафақат инсонга хос белгиларни таъкидлаш, балки қайта қиёфага кириш, томоша кўрсатиш ҳамдир.

Биргина майда кўзга кўринмайдиган детал образни бузиб ташлаши ёки аксинча уни яратиши мумкин. Бунда экрандаги образ билан тележурналистнинг ички дунёси мос тушиши керак.

Қачонлардир топиб олинган омадли образни доимо ишлатиш ярамайди. Агар сизга эътибор қилишларини хоҳласангиз, ўзгариб тулинг! Бунда имижни тубдан ўзгартириб юбориш мумкин (лекин бунда ҳам жуда эҳтиёткор бўлиш ўринли) ёки уни бирор бир детал билан тўлдириш мумкин. Масалан, машҳур рус телебошловчиси Тина Канделаки томошабинларни доимо янгича соч турмаги ва ёрқин кийимлари билан ҳайратга солиб келади ва бу унинг имижининг бир қисмига айланиб қолган. (Шунинг учун энг машҳур журналистлар доим интернетда ҳам муҳокамалар марказида бўлади)

Ўз-ўзини тақдирот қилиш кўникмаси ҳақидаги мулоҳазалардан, имижмейкерлар фикрича, жалб этувчи ташқи кўринишнинг телебошловчининг кўримлилигини, яъни соғлом кўриниш, юз тузилишларининг уйғунлиги, чиройли сочлар, келишган ва пропорционал қомат, оппоқ ва текис тишлар, ёқимли овоз, имо-ишораларнинг ифодалилиги, зийрак зеҳн, ишончлилиқ, унинг мулоқотга тез киришувчанлиги (коммуникабелиги) ва ўз ишидан мамнунлиги кабиларни намуна сифатида эътироф этиш мумкин.

Кутилмаган ҳолатларни тезда тасвирга олишга улгуриш керак. Журналист имижни бевосита у тайёрлаган кўрсатувнинг сифати орқали кўзга ташланаркан, дастурнинг қизиқарлилигида кўп жиҳатдан тасвирчиларнинг маҳорати иш беради. Масалан студиядан ташқаридаги тасвирга олиш чоғида табиий манзаралардан, атрофдаги кишилар фонидан фойдаланиш мумкин. Бу ҳам ўз-ўзидан имижга таъсир қилади. Кўринадики, ижодий жамоа аҳил бўлган тақдирда мақсадга эришиш осон кечади. Демак журналист имижини шакллантиришда ўзи бошчилигидаги бир неча ижодкорлар гуруҳи ўзаро ҳамкорликда фаолият олиб боради. Бу ўринда албатта телевидение технологияларидан ҳам юқори суратда фойдаланилади.

2.2. Телевизион кўпОБРАЗлилик, янгиликлар бошловчиси имиж

Телевидениедаги иш хусусида гап кетганида, кўпчилик одамларда бу янгиликлар бошловчиси билан боғлиқ тасаввурларни юзага келтиради. Бу ТВдаги энг мураккаб ва энг оммавийлашган касблардан бири ҳисобланади. Унинг обрўлилиги куннинг муҳим воқеалари ҳақидаги янгиликлар билан экранда тез-тез кўриниши туфайлидир. Кўпгина тележурналист талабалар келгусида бошловчи бўлиб ишлашни орзу қиладилар, лекин бу ҳаммага ҳам насиб этавермайди.

АҚШда бошловчиларни “анкормэнлар” (anchor man - “лангар-одам”) ёки “ньюз презентер” (news presenter- “янгиликлар билан таништирувчи”) деб аташади. Лангар-одам кишиларни бирор бир маҳаллий, федерал ёки оламшумул миқёсдаги умумий мавзу, муаммо, ғояга таянган ҳолда ўзига тортади. Бунда уларни бир хил ҳиссиётлар билан “боғлаб олиш” жуда муҳим. Бир қарашда, тележурналистикада янгиликлар бошловчиси ишидан осонроқ иш йўқдек: гўёки иссиққина студияда ўтирасиз, сизга “ликопчада” тайёр ахборотни олиб келишади, бир неча марта эфирга чиқиб беришнинг ўзи етарлидек туюлади. Бироқ ҳаммаси ҳам, биз ўйлагандек осон кечмайди. Профессионал бошловчи – бу турли сифатлар спектрига эга шахс типи ҳисобланади. Юнончасига айтилганда “идеал” яъни, тана ва рух гўзаллигини ўзида мужассамлаштирган бўлиш талаб этилади.

Профессионал-бошловчи уйга янгиликлар билан бирга хотиржамлик, барқарорлик ҳиссини олиб киради. Томошабинларга энг холис, энг ҳаққоний ва энди тандирдан узилган нондек янги ахборот олаётганликлари хусусидаги ишончни бера олиши керак. Буларнинг барчасини табиий, томоша кўрсатмаган ҳолда етказа билиши даркор. Бу тўғрисида машҳур телебошловчи Валентина Михайловна Леонтьева: “Бошловчи ролини ўйнамаслик, балки айнан унинг ўзи бўлиш керак”- дея жуда тўғри фикр билдирган эди.

Гапираётган гапларни тушуниш ҳам жуда муҳим. Томошабин сохталик ёки лоқайдликни жуда яхши ажратиб ола билади. Шунинг учун бошловчи

тиниқ дикция ва ифодали интонациялар соҳиби бўлиши шарт: бирорта ҳам вергул аудитория учун тушунарсиз бўлиб қолмаслиги керак. Айрим профессионаллар олдиндан матнларига пауза, нутқий бўлақлар, тембрнинг пасайиши ёки кўтарилиши, нутқий мусика (оҳанг) нинг монотон ёки ухлатувчи бўлмаслиги каби маъноларни англлатувчи махсус белгиларни қўйиб чиқадиладар.

Бир театр танқидчиси шундай деган эди: “телевизион бошловчи бўлиш учун, қандайдир алоҳида шахсий хусусиятларнинг бор бўлишидан кўра, йўқ бўлиши афзалроқдир, зеро телеэкранда улар аниқ кўриниб қолиши мумкин”. Айнан “ичидан нур ёғдириш, нур ёғилиш” қобилияти яхши бошловчини оддий ўқийдиган суҳандондан фарқлаб туради. Янгиликлар бошловчиси, қоидага кўра, чиройли бўлмасада, бироқ истараси иссиқ бўлади. У ўзини эркин тутди, лекин чегарадан чиқиб кетмайди. Ичидан демократ, лекин буни ҳам ошириб юбормайди. Эзма интеллектуалларга ўхшамайди, бироқ тушунади ва ҳамдард бўла олади. У – ишонч тимсоли, лекин ортиқча ўзига бино қўймайди, ишониб юбормайди.

Бундан ташқари бошловчи одатда ўта билимдон, дунёқараши ва тафаккур доираси кенг, одамларни ва ҳаётни яхши билади, ақлли, зийрак, топағон; ҳазилкаш; табиатан сершижоат; сабрли ва жамоада ишлашни билади. Ҳаммамиз биламизки, бошловчидан ташқари янгиликлар дастурини режиссёрлар, таҳрирчилар, продюсерлар, репортёрлар пазллардан иборат жамоа расм сингари йиғиб, жамлаб тайёрлайдилар...

“Телебошловчи информацияни етказувчи воситачи холос, аммо унинг миссияни қай даражада бажариш маҳоратига кўра томошабин ахборотга эгадик қилади”.¹⁶

Бундай сифатлар, айниқса, кутилмаган (форс-мажорли) вазиятларда, режалаштирилмаган, бевосита тўғридан-тўғри узатишлар берилганда, бошловчида тайёргарлик учун етарлича вақт қолмаганда ёки ахборот студияга

¹⁶ Carole Rich. Writing and reporting news. A Coaching Method. Wadsworth-Thomson learning.1997. –P.236.

тўғридан-тўғри эфирдан берилаётган бўлса ва бошловчи уни биринчи марта кўраётган бўлганда яққол кўзга ташланиб қолади.

ББС канали янгиликлар бошловчиси Зейнаб Бадави ўзининг кучли аналитик позицияси ҳамда экрандаги жиддий қиёфаси билан томошабинлар эътиборини тортади. Энциклопедик олим образи унга омма ишончини қозонишга ёрдам беради. Телевизор қаршисидаги инсон у билан бирга ахборотнинг моҳиятини, янгиликнинг долзарблигини ҳис этиб боради ва томошабин учун хабарнинг анализ-синтезида бевосита таъсир этувчи субъект сифатида намоён бўлади.

Телебошловчи образи – бу дастур ва телеканал мафкурачилари тақлид учун лойиқ намуна сифатида тақдим этадиган ҳаёт тарзидир. Телесаноатнинг ўзаги бўлмиш бошловчи имижини асосий режиссёрлик усули бўлиб қолади ва у қолган ифодали экран воситаларни аниқлаштириб беради. Дастур муаллифи айнан бошловчи орқали ошқора матн кўринишида ёки пардаланган тарзда ўзининг асосий ғоясини мухлисларга етказиши. Шунинг учун албатта суҳандон имижини шаклландириб бўлиши шарт.

Масс-медиа назариётчилари тележурналистларни 7 хил асосий тоифаларга ажратишади (амалиётчилар эса буни экранда тасдиқлашади), жумладан, репортёр, изоҳловчи, шарҳловчи, интервьюер, модератор, шоумен ва, ниҳоят, янгиликлар бошловчиси қиради. Охирги тоифасидагини биз ўтган бобда “кўндалангига ҳам, бўйига ҳам” ўрганиб чиқдик. Шунинг учун бу ёғига қолган олти хил тележурналист ҳақида сўз юритилади. Шунини ҳам эслатиб ўтамизки, биз уларни фақат имиж ҳосил қилиш жиҳатидан кўриб чиқамиз.

Репортёр (мухбир). Репортёрлар одатда ўта ҳаракатчан бўладилар, шу боисдан бу ролда кўпинча ёшлар чиқади. Репортёрлар барча вербал ва новербал воситалар орқали етказилаётган хабарнинг тезкорлиги ва муҳимлигини, ўзларининг бунга қизиқишларини ҳам эътироф этадилар. Улардан ёниб турган нигоҳ, нутқ ритми, тетик кўриниш талаб этилади.

Имиж яна унинг ортидаги расм билан ўз кўриниши ўртасидаги мутаносиблик, мувофиқликка ҳам хизмат қилади. Профессional муҳитга мос равишда одатда қандай юз-тузилишларини мослаштирилишини эсланг. Агар бу дайвинг-клубдан олиб борилаётган репортаж бўлса, у акваланг кийимида бурканиб олишга эринмайди, албатта. Ёки бечора мухбир транспарант кўтариб митингга чиққанлар билан бирга югуриб кетаётган бўлиши мумкин. Бу шубҳасиз, томошабопликни таъминлайди ва албатта оммани қизиқтира олади.

Баъзан репортёрлар хушмуомала ва ёқимтой бўлишга ҳаракат қилишади, бироқ уларнинг кўзларидаги қўрқув ва туришларидаги таранглик ҳар қандай таассуротни йўққа чиқаради. Ёки аксинча: ёшлар микрофон билан чегарадан чиқиб кетган эркинликларини намоиш этишади. Бу ерда яна ошкора нутқ кўникмаларининг йўқлиги ҳам панд бериб қолади.

Изоҳловчи (суҳандон). Изоҳловчи ишининг моҳияти олдида турган камерани эмас, балки жонли бир шахс, қизиқаётган тингловчини кўра билишдан иборат. Изоҳловчи янгиликлар бошловчисидан фарқли равишда ортиқча эмоционаликка йўл қўя олиши мумкин. Ахир, у бу билан ўз фикрини билдиради-да.

Ҳар доим ҳам профессионал журналист изоҳловчи сифатида чиқавермайди. Унинг ўрнида ТВда ишламайдиган бирор бир соҳанинг мутахассиси ҳам бўлиши мумкин. Бундай одамга анча қийин бўлади, чунки унда на овоз ва на дикция созлаб чиқилган бўлади. Шунинг учун улар кўпинча эфиргача маслаҳатчилик қила оладилар холос. Уларни эфирга олиб чиқиш учун эса турли мастер-класслар ўтилади.

Актёрлик қобилияти ҳақида гапириладиган бўлса, у ҳолда айтиб ўтиш керакки, бу унга репортёрликдан ҳам кўра кўпроқ керак: изоҳловчи шахси, унинг бутун кўриниши чиқиши давомида ахборот етказишнинг муҳим унсури сифатида хизмат қилади ва бу айтилаётган сўзлардан олинадиган таассуротни кучайтириши ёки, аксинча, умуман йўққа чиқариши мумкин.

Шарҳловчи. Бу бирор бир соҳа мутахассиси бўлиб, шахсий телекўрсатувни олиб боради ва унда ўз шахсий фикрларини бидиради, студиядаги меҳмонлар билан бирга суҳбатлашиб, намойиш этаётган видеолавҳалар мазмунини очиб беради.

Қоидага кўра, у қизик тарихга эга шахс ҳисобланади: у бутун ер шарини айланиб чиққан саёҳатчи, мусиқачи, хизмат кўрсатган шифокор ёки таниқли спортчи бўлиши мумкин. Албатта, улар ўз ҳаётларидаги асосий меҳнат фаолиятлари ҳақида жуда қизиқарли қилиб гапириб беришади, кўринмайдиган аудитория билан усталик билан мулоқот қилишади, энг мураккаб нарсаларни ҳам жуда содда қилиб тушунтириб беришлари ҳам мумкин. Спорт телеканалларидаги футбол шарҳловчилари шулар сирасига киради.

Анъанага кўра, шарҳловчи вазифасини кўпинча журналист мамлакат ва дунёдаги сиёсий воқеалар ҳақида сўз юритилган ҳолларда ўтайди. Унинг шахси, кўриниши томошабинга албатта таниш ва қизиқарли бўлади. Одатда, шарҳловчилар қиёслаш, умумлаштириш, таҳлил қилиш имконини берувчи бой ҳаётий тажрибага эга бўлган катта ёшдаги кишилар бўлади. Шарҳловчилар гапга уста бўлиб, улар ўз монологларини камера олдида моҳирона ижро эта олишади. Мулоқотнинг яхши таниш бўлган, фақат ўзига хос индивидуал услубини ўзбек спорт шарҳловчиларидан Мирзаҳаким Тўхтамирзаев, рус сиёсий шарҳловчиларидан Михаил Леонтьевлар ишлаб чиқа олган дейишимиз мумкин.

Интервьюер. Журналистик фаолиятнинг бир шакли сифатида интервьюнинг айрим жиҳатлари телевизион журналистиканинг деярли барча жанрларида мавжуд бўлсада, бироқ интервьюер мустақил касб саналади.

Айни пайтда журналистика соҳасида интервью жанрининг юқори суратда ривожланиб бораётгани, инсонлар талабларини тўла қондира олаётгани бошқа жанрлардан, хусусан фелетон, очерк, памфлетлардан оммабоплиги билан устунлик қилмоқда. Шу ўринда телевидениеда ҳам интервью жанри кенг жамоатчиликни қизиқтира олаётган етакчи тармоқ сифатида намоён бўлмоқда.

Демак, ўз-ўзидан маълум бўладики, интервьюердан ҳам бу борада жуда кўп нарсга талаб этилади.

Интервью пайтида энг асосийси эмоционал куrollанишдир: студиядаги мухит, кўзлар, қарашлар орқали алоқалар, суҳбатнинг табиийлиги. Интервьюда самимийлик ва психологик қизғинликка эришиш учун журналист шахсиятига хос бўлган барча ички заҳираларини ишга солади; у ўз қиёфаси ва қараши орқали кучли қизиқишини, баъзан ҳамдардлигини кўрсатишга ҳаракат қилади. Баъзида у суҳбатдоши ўз нуқтаи назарини аниқроқ ифодалаши учун ўзини тушунмаганга ҳам солади.

Ёш журналистлар бундай ҳолларда ҳаяжондан суҳбатдошларини яхши эшитмаган бўлсалар ҳам, бошларини тасдиқ маъносида қимирлатиб кўйверадиган дамлар ҳам учраб туради. Бу ҳолат томошабинларда ҳам мавзуни тушуниш юзасидан мавҳумликни келтириб чиқаради. Бироқ каттароқ интервьюларни олиб бориш бу жуда ҳам субъектив иш бўлгани учун бунда муваффақиятнинг ягона формуласини чиқариш мумкин эмас: бир интервьюерга ярашган ҳолат, бошқасида ҳам намоён бўлса, бу ғашга тегиши аниқ.

Модератор. Бу атама бизга Ғарбдан кириб келди. Бизда бу “давра столини” олиб борувчи деган маънони билдиради. Модераторлар одатда ўзларини тадбиркорларга хос вазмин тарзда тутишади: ўта жиддий, айтадиган сўзларини тарозига солиб, ўйлаб ва оқилона гапиришади. У муҳокама қилинаётган мавзунинг билимдони саналади. Журналист, табиийки, баҳс-мунозара предмети ҳақида бирор бир ўзининг фикрига эга бўлсада, барибир бетараф бўлиб қолиши керак. Айниқса сиёсий теледебатлар муҳокамаларида.

Модераторнинг профессионализмига унинг юқори лавозимдаги меҳмонлар билан суҳбатлашиш лаёқатига қараб баҳо беришади. Негатив салбийлик доимо кўполлик ва ошна-оғайничилик ҳамда хушомадгўйликни келтириб чиқаради.

Тошкент телеканалининг “Очиқ мулоқот” кўрсатуви олиб борувчилари - модераторлари Хусниддин Эргашев, Дилшод ...лар ижобий имиж ҳосил қила

олган журналистлардан саналади. Мавжуд муаммога ечим қидириш, камчиликларни бартараф этишда айнан кўрсатув модераторларига кўп нарса боғлиқ. Аҳоли турмушини яхшилашга қаратилган коммунал ва бошқа соҳалар бўйича фуқаролардан келиб тушган мурожаатлар ва тўғридан-тўғри мулоқотни бошқаришда уларнинг маҳоратига таянилади.

Экранда содир бўлаётган воқеа – ходисаларга қизиқиш мулоқотнинг фақат мазмуни ёки характери билан белгиланмайди. Балки у шахс диалогда ўзини намоён этади, бошловчининг юморга мойиллиги, айтилган гапнинг кулгили жиҳатларини пайкай билиш хусусияти кабилар эса мулоқотда катализатор вазифасини бажаради.

Хорижлик профессионал модераторлардан ҳаётга донишмандларча ва ақл билан ёндашувчи Михаил Швидков (“Культурная революция”) ва аудотирия олдида эмас, балки уни ичида ишлайдиган Владимир Познерни (“Времена”) мисол тариқасида айтиб ўтиш мумкин.

Шоумен. Ток-шоунинг энг муҳим унсури томошабоплик бўлгани боис шоумен ҳам олий тоифадаги оммани қизиқтира оладиган турли ўйинлар, томошалар ташкилотчиси ҳисобланади. Кўрсатув ёки эшиттириш қатнашчиларининг каттагина гуруҳини белгилайдиган суҳбат йўналишини ушлаб туриш ва шу билан аудитория учун қизиқ бўлган ягона бир ҳаракатни амалга ошириш осон эмас. Шоумен – журналист эмас, балки драматик актёр деган фикр ҳам бор ва бу албатта ҳақиқатга яқин дейиш ўринли. Бу ерда ҳамма нарсаси: юзлар, шубҳалар, паузаларнинг ифодаси ва буларнинг барчасини бирлаштириб турувчи бошловчининг ғамгин ва ҳаёт баҳш этувчи табассуми ҳам муҳим. Ҳар қандай турдаги ток-шоуда бошловчининг реакция тезлиги, ҳазилкашлиги, бошқалар билан тез алоқа ўрната олиш қобилияти ва дўстоналилиги биринчи даражали аҳамиятга эга.

Тележурналист қандай амплуада чиқмасин, қайси жанрда ишламасин, у экранга ўргатиб қўйган кишилари олдида маъсул эканлигини доимо ёдда тутиши керак.

Журналистнинг фаолияти моҳиятига кўра ижтимоий бўлган инсон сифатида кўп сонли одамлар ва уларнинг бирлашмалари манфаатларига тегишли бўлади. Унинг одамлар ақли ва юрагига таъсири уларга шифо бериши ёки, аксинча, яралаши ва ҳатто ҳалок этиши мумкин. Шунинг учун ҳам ҳар қандай жамият, ҳар қандай давлат ўзининг ахборот маконларида муайян “ўйин қоидалари”ни ўрнатиб келишга интиланган, интилмоқда ва интилаверади ҳам.

Журналист, бошқа ҳар қандай касб вакили сифатида маълум мажбурият ва ҳуқуқларга эга. Журналистнинг асосий ҳуқуқ ва бурчлари Ўзбекистон Республикасининг ОАВ фаолиятини турли жабҳаларини тартибга солишчи қонун ва норматив-ҳуқуқий ҳужжатларида қайд этилган. Улар журналист фаолиятининг таҳририят ичидаги муносабатлардан тортиб материални йиғиш ва уни чоп этишга тайёрлаш ҳамда бунинг оқибатларигача бўлган барча томонлари ва босқичларини ўз ичига қамраб олган.

Журналист дейилганда, ОАВда рўйхатга олинган таҳририят учун материалларни таҳрир қилиш, яратиш, йиғиш ёки хабарлар тайёрлаш каби ишлар билан ҳамда ОАВ билан меҳнат ва бошқа шартномавий муносабатлар орқали боғлиқ бўлган ёки шундай фаолият билан ОАВ ваколати билан шуғулланувчи шахс тушунилади.

Журналистнинг касбий мақоми юқорида эътироф этилган шундай фаолиятни бир корхона ҳудудида “кўптиражли” ва бошқа ОАВда амалга оширувчи таҳририятнинг штатдаги ходимларига ҳам, таҳририят билан шартномавий муносабатлари бўлмаган муаллиф ва мухбирларнинг топшириқларни бажарганида ҳам тааллуқли бўлади.

Журналист ахлоқий ҳуқуқ ва мажбуриятларга ҳам эга ва у кундалик ҳаётида уларга доимо риоя қилиши керак. Журналистнинг профессионал этикаси бу юридик жиҳатдан қайд этилмаган, аммо журналистик муҳитда қабул қилинган ва жамоатчилик фикри билан ҳамда касбий - ижодий ташкилотлар томонидан қўллаб қувватланувчи ахлоқий қонун-қоидалар - принциплар, меъёрлар ва журналист ҳуқ-атворига оид қоидалардан иборат.

Журналист қайси амплуада ишламасин образ ва ўзининг шахсий имижини яратишда соҳага доир ҳуқуқий билимларга эга бўлиши, психологияни яхши ўзлаштириши: онг, тафаккур, дунёқараши ривожланган бўлиши керак.

Журналист шахсини бевосита коммуникатор сифатида қабул қилиш ўринли. Бироқ шу фактни ҳам ҳисобга олиш керакки, коммуникатор имижи объектга нисбатан олиб қараганда анча соддалаштирилган. Бундай “ошкора портрет” ўзгарувчан ва аудитория онгида ўзининг “мустақил ҳаётини” кечирази ва доимо “фактологик” ёки “драматургик” жиҳатдан тўлдирилиб яъни “озиқлантирилиб” келиниши керак. У гўё реаллик ва истакдаги ҳолат, қабул қилиш ва тасаввур ўртасида туради.

Коммуникатор имижининг таркибини ташқи кўриниш, характер, ҳуқ-атвор услуби, коммуникатив хусусиятлар, “ғоявий пойдевор” ва энг асосийси, коммуникатив етакчининг психологик сифатлари, яъни у ҳақдаги таассуротларнинг барчаси ташкил этади. Охири айтилган фикр аудитория эҳтиёжларига мос тўғри типаж танлашда ўта муҳим ҳисобланади. Зеро тадқиқотларимизнинг кўрсатишича, тип доирасидаги коммуникатор мукамал равишда, ҳар томонлама қабул қилинади. Бир неча мисоллар келтирамиз.

Маълумки, “персонификациялашув” Ўзбекистон оммавий ахборот воситаларининг тадрижий тараққиёти ва демократлашувининг асосий белгиларидан бири бўлиб қолди. Ўз исмидан уялиш, “биринчи шахс номидан гапирмаслик” замонавий журналистикада салбий одат дея ҳисоблаб келинган. Ўтган тарихимиздаги муаллифсиз аноним мақолаларнинг кўпайиш ҳолатлари ҳам бевосита журналистлар (публицистлар) эркинлигини чекланиши билан боғлиқ эди. ОАВни қамраб олган персонификациялашув ўзига хос равишда дастурларнинг бошловчилари, даврий нашрлар журналистлари хатти-ҳаракатларида ўз аксини топди. Коммуникаторлар ижодида изчил жонлантирилиб борилган ниқобли образлар пайдо бўлди.

Элеанора Болтабоеванинг “Ўзингни англа”, Равшан Ҳақимовнинг “Тўғрисини айтганда” (ўзб.), Сергей Шолоховнинг “Тихий дом”, Константин

Эрнстнинг “Матадор” (рус.), Коран Жохарнинг “Коран Жохар қахвахонасида” (хинд.) деб номланган муаллифлик дастурларида индивидуал коммуникаторларнинг ўзига хос ва эса қоларли образлари яратилган.

Элеанора Болтабоеванинг дастлаб “Ассалом Ўзбекистон” дастурининг жума кунги сонларида “Сиз билан Элеанора Болтабоева ва жума куни ижодкорлари бўлди” дея хайрлашиш услуби (бошқалардан фарқли равишда дастур сўнггида доимо дастур ижодкорлари, жумладан ўзининг номини айтиб ўтиши) уни оммага танитди ва дастурнинг жума кунги сонига бўлган қизиқишларни оширди. Томошабинлар ишончига кирган бошловчи вақт ўтгач “Ўзингни англа” муаллифлик кўрсатуви билан экранлардаги чиқишлари кўламини оширди. Савия ва мазмун жиҳатдан кўпчиликка манзур келаётган кўрсатувда бошловчининг ишончли имижини катализатор вазифасининг ўтамоқда.

“Тихий дом” кўрсатуви бошловчиси Сергей Шолохов ўз ижодини бадиийлаштирилган сахна трюклари билан фаол боғлайди, турли хилдаги ўйинларни қўллайди. Ваҳолангки, ёшлар орасида “стёб” деган ном олган мулоқот услуби асосида киноя ётади. Демак, киноя орқали томошабинни сергак туриб кўрсатувни томоша қилишини таъминлаш услуби айнан “стёбча” ўзига хос имиж.

Константин Эрнстнинг “Матадор”и эса аксинча, ҳар қандай киноя ва ҳатто юмордан ҳоли. Дастур ўз томошабинларига ўзининг маданият эталонини таклиф этади. Унинг шундай ташқи ялтироқлиги ва ўзига ишончлилиқни талаб этиши, яъни, Европага дам олишга бориб келиш учун маблағ тўплаш оладиган ва киноюлдузлар парадини кўра олиш ҳамда мовий денгиз бўйидаги энг қимматли меҳмонхонада дам олиш имкониятига эга бўлганлар маданиятини ва киборлар имижини кўрсатиш - кўрсатув ва албатта бошловчининг ҳам имижини шакллантирган. Шуниси қизиқки, Россиядаги экспертларнинг сўровномаларига кўра “Матадор”даги бу образ ёши каттароқ бўлганлар

томонидан ҳам қабул қилинган. Демак “бошловчининг кўркамлиги, хушмуомалалиги ва ўта жиддийлиги”¹⁷ томошабинларни ўзига жалб қилган.

“Тўғриси айтганда” кўрсатуви бошловчиси Равшан Ҳакимовнинг “Бунга жавоб берасизми, ахир сиз тўғриси айтишга келгансиз” қабилидаги ундовлари меҳмонларнинг кутилмаган эксклюзив жавоблар беришига сабаб бўлади. Кўрсатувни “қахрамонимизнинг саволларга қанчалик тўғри жавоб берган-бермагани унинг виждонига ҳавола” деб тугатиши эса кейинги келадиган меҳмонни ҳам, томошабинни ҳам сергак торттиради. Студияда ўзининг эркин тутиб худди меҳмонини бамайлихотир “суд қилаётган”дек сўровга тутиши иштирокчидан “ҳақиқатни фақат ҳақиқатни айтиш”ни талаб қилиши бошловчининг ўзига хос имижига айланиб улгурган.

Тележурналист имиж, ниқоб танлашда изчилликни ҳам эсдан чиқармаслиги лозим. Бу борада яратган имижи кўрсатувининг ғояси ва мақсадига мос тутиши кераклигига эътиборли бўлиши талаб этилади.

Юртимиз ва хориж телевидениесидаги 100 дан ортиқ турли хилдаги дастурларни таҳлил қилиш давомида маълум бўлдики, диалогли ҳамкорлик амалга оширилганда, журналист ва аудитория ўртасидаги ўзаро тушунишга эришишни фақат мулоқот мазмуни миқёсида кўриш камлик қилади. Қабул қилишнинг эмоционал, ҳиссий жиҳатлари коммуникаторнинг асосий, кўпинча, муҳим, белгиловчи мақсадларидан бири ҳисобланади ва мулоқот иштирокчиларининг аниқ йўналтирувчисига айланиб қолади.

Профессионал журналист – экспертлар орасида ўтказилган сўровга кўра, коммуникатор учун массмедиа фаолиятидаги ролли қатнашишларни моделлаштириш энг самарали иш ҳисобланади. Буни конкрет мисолларда кўрсатиб беришга ҳаракат қиламиз.

Масалан, рус тележурналисти Леонид Якубович аудитория онгида, энг аввало, шартли равишда «артист» деб аталадиган ижтимоий-психологик рол ижрочиси сифатида муҳрланиб қолган. Бундай тоифадаги коммуникаторлар

¹⁷ “Аргумент и факты”. 2007-йил 24- март.

ташқи кўриниши жиҳатидан ёқимтой бўладилар. Доимо дид билан кийинган, келишган қадди-қоматли бўладилар. Ҳақиқатдан ҳам улар бошловчи ролини хуфёна эмас, балки, аксинча, ошкора тарзда “ўйнайдилар” ва бу ишда улар, ўз шахсларига эътиборни кучайтирмайдилар, бироқ суҳбатдошларига моҳирлик билан соя ташлай биладилар. Масалан, Якубовичнинг ўзи яхши дикцияга эга, нутқининг темпи ҳам аниқ ва тушунарли тарзда гапириш имконини беради. Унинг нутқи ритмли бўлсада, бироқ темпи ўзгариб туради. Қандайдир сўзлар ёки жумлаларга алоҳида диққатни жалб қилмоқчи бўлганида, у шошилмасдан гапиради. У ўзининг «Поле чудес» номли дастурларида паузалардан жуда кўп фойдаланади. Улар ахборотни оғзаки тарзда етказишда зарур усул сифатида иш беради. Паузалар вақтида у гапиришдан тўхтайди ва худди шу пайтда бошловчи ахборот етказишнинг новербал усулларида кенг кўламда фойдаланади. Масалан, кўзларини юқорига кўтариши ёки қисиб қўйиши, оғир хўрсиниб қўйиши мумкин. Дастурдаги паузалар, кўпинча, очиқ-ойдин фикр билдираётган ёки бўлмағур шеърни ўқиётган суҳбатдошни тўхтатиш усули сифатида намоён бўлади. Бу ҳақда унга очиқ-ойдин айтиш мумкин бўлмагани ва бундан у кўпмиллионли аудитория олдида қаттиқ ранжиши сабабли ҳам бошловчининг ифодали юз ва қўл имо-ишораларини қўллайди ва бу ҳам унинг тажрибасидан далолат беради ва жуда таъсирчан чиқади.

“Ассалом Ўзбекистон” дастурининг бошловчилари саломлашиш ва хайрлашишни телевизион хушмуомалаликнинг «формуласи» сифатида намоён этадилар.

“Заковат” телеўйинининг муаллиф ва бошловчиси Абдурасул Аддуллаев ўзининг сирли яширинлиги билан омма эътиборини тартади. Барчанинг қулоғига яхши таниш овози унинг одамлар нигоҳида намоён бўла олиши билан характерланса, баъзи ҳолатлардаги кутилмаган кўринишлари яъни бевосита иштирокчи ўйинчилар билан ёнма-ён ўтириб махсус саволни эълон қилиши кўрсатувга қизиқишнинг ошишига сабаб бўлади.

Қизиғи шундаки, ижтимоий-психологик ролларни ҳам коммуникаторлар, ҳам аудитория ижро этади. Бу роллар бир-бири билан ички боғланишга эга бўлган нисбатан доимий хатти-ҳаракатлар тизими билан характерланади. Бу тизим бошқа шахсларнинг хулқ-атвориға жавоб тариқасида намоён бўлади. Аудитория вакилларининг кўпчилиги ОАВ маҳсулотини қабул қилиш мобайнида ошкора ёки яширин тарзда бирор бир “ролда иштирок” этишга интилишини ҳисобга олмасликнинг иложи йўқ, акс ҳолда, бу оммавий-коммуникацион таъсир кўрсатиш омиллари самарадорлигини билиб туриб қисқартиришни англатади.

Қабул қилиш пайтида бундай маҳсулот субъектлари томонидан нафақат рационал баҳолаш, балки вербал (сўз орқали ифодаланган) мазмун ҳамда конкрет асар ёки кўрсатувнинг эстетикаси орқали юзага келувчи ҳис-туйғулар, эмоциялар, эффектлар ҳам кўз остига олиб қўйилади.

Демак, ҳар қандай журналистик асарни таъсир этиш воситалари (сўзлар, новербал коммуникация усуллари, эстетик конструкциялар, “ролда иштрок этишни” фаоллаштириш усуллари ва ҳ.к.) тизими сифатида талқин этиш мумкин. Бунда ОАВ аудиториясида бирор бир жавоб топиш учун улар онгли ва олдиндан кўзлаб қўйилган мақсадга бўйсиндирилган тарзда ташкиллаштирилади. Ҳар қандай ижодий фаолиятда бўлгани каби бу ерда ҳам ботиний онг ёрдамида амалга “конструкциялаш, қуриш” имкониятлари бўлиши мумкин, лекин, бу асосан журналистнинг индивидуал ижодий фаолиятида устивор бўлади. Бундай ҳолда оммавий–коммуникацион технологиялар фаолиятини юқори даражада прагматик моделлаштирилиши ҳақида ҳам сўз юритиш мумкин. Таъсир этиш воситалари структуралари таҳлил қилинганда, биз жавоблар структураларини ҳам моделлаштиришимиз зарур бўлади. Бундай вазиятда “ижод” тушунчасини бундай маҳсулотни яратувчиларига нисбатан ҳам, унинг истеъмолчиларига нисбатан ҳам қўллашимиз мумкин. Зеро, аввал ҳам таъкидлаганимиздек, бирга ижод қилиш, гуманизм принципларига асосланган чинакам демократик давлатга хосдир.

ОАВ аудиториясининг тизимли кўрсаткичларидан бири бўлган ахборотни қабул қилишнинг эмоционал жиҳатларига таъриф берилганда, коммуникаторларнинг бошқа ижтимоий-психологик роллари ҳақида ҳам тўхталиб ўтиш керак. Булар жумласига 24 та рол киради. Масалан, “аналитик”, “лирик”, “агрессор”, “ўзимиздек жайдари” ва шу кабилар. Айтайлик, “Давр ҳафта ичида” кўрсатувининг бошловчиси Тўлқин Алибеков – типик “аналитик”. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, масалан, заковат, билим доирасининг кенглиги, кенг кўламли тарзда фикрлай олиш, босиқ-вазминлик, салоҳиятlilik, респектабеллик кабилар унга хос ички шахсий фазилатлардан. Коммуникабеллик, ўз энергияси, қувватини бошқаларга улаша олиш, ўзига ишонч, ўз ғояларини сингдира олиш ва ҳоказолар унинг профессионал, касбий фазилатларидандир. Муҳаббат Ҳамроева – “лирик”, зеро унинг экспертлар томонидан муваффақиятли деб эътироф этилган дастурлари айнан мана шундай йўсинда яратилган. Экранларимиздан “Одамлардан бири” кўрсатуви орқали кириб келадиган Саодат Ўрмонова – типик “ўзимиздек жайдари” тоифасидан. “Роллар” ижрочиларини фарқлаш коммуникаторнинг муваффақиятли фаолиятини башорат қилиш ҳамда уларнинг ОАВ аудиториясидаги “рол ижро этувчилар” билан ўзаро алоқа ва муносабатлар вариантларини ҳам ўрганиб ҳисобга олиш имконини беради.

Бугунги кундаги оммвий мулоқот амалиёти ОАВ аудиторияси кўрсаткичлари тизимидаги муаммоларнинг яна бири, яъни ахборотни қабул қилишнинг эмоционал жиҳатларини ажратиб кўрсатиш имконини беради. Ўз вақтида америкалик тадқиқотчи Ж.Голдхабер коммуникаторнинг харизматик моделини тасвирлаб берган эди. У ўзининг кўп йиллик коммуникацион амалиётни таҳлил қилишга бағишланган асарларида телевизион кўрсатувнинг муваффақияти, одатда, унинг ахборий мазмунидан кўра, кўпроқ янгиликларни олиб бераётган шахснинг “харизма”сига боғлиқлигини исботлаб бера олган. “Харизма” унинг тушунчасига кўра, шахсий магнетизм, оҳанграболикни

билдиради. Голдхабернинг хулосаларига кўра, АҚШ телевидениесида 3 хил типдаги харизматик шахс намоён бўлган:

- “қаҳрамон” – аудиториянинг онгида идеаллаштирилган шахс: жасур, ташаббускор, биз эштишни хоҳлаган нарсалар тўғрисида гапиради;
- “антиқаҳрамон” – “оддий” одам, “бизга ўхшаганлардан бири”, бундай коммуникатор билан бирга биз ўзимизни “ҳавфсиз” хис этамиз;
- “мистик шахс” – ташқи кўринишидан бизга ёт, бегона бўлган, ўзгача, бизга тушунарсиз, ғавқулодда бирор бир жиҳатини кўрсатадиган коммуникатор.

Оммавий-коммуникатив амалиёт нуктаи назаридан олиб қараганда, харизма – бу ривожланишга маҳкум этилган сифат. Турли даврларда ОАВ аудиторияси томонидан турли “савиядаги ёқимтойликка эга бўлган” турли типдаги харизматик коммуникаторлар маъқул бўлган. Олиб борган таҳлилларимиз натижасига кўра, бугунги телевизион амалиёти телебошловчилар муҳитидаги харизматик коммуникаторларни олдинги ўринга олиб чиқмоқда.

Албатта, харизма – бу нафақат ўзига хос биологик жалб этувчанлик, инсоний жозиба, балки ўз хулқини ўзи томонидан ташкил эта билиш, ўзига ўзи режиссёр бўлиши ҳамдир. Имижмейкерлик фаолиятига профессионаллари, жумладан маслаҳатчилар, психоаналитиклар, режиссёрлар, визажистлар, логопед ва педагогларни ҳам таклиф этиш мумкин. Бизнинг онгимиз ташқи таъсирлар шаршарасидан дунёни стереотип тарзда қабул қилиш орқали ҳимояланади.

Журналист (коммуникатор) имижининг 4 та функцияси ёки вазифасини қайд этиш мумкин:

- номинатив (ўзига ўхшаганлар ичидан ўзи ҳақида хабар қилиш, нима қилиб бўлса ҳам улар орасидан ажралиб чиқиш);
- эстетик (аудитория олдида пайдо бўлиш таассуротини “олийлаштириш”, меъёрийлик, бадиий дид хиссини намойиш эта билиш);

- психологик (коммуникатор харизмасига эътиборни қаратиш);
- манзилга эгалик (ўзининг мақсадли аудиториясига эга бўлишлик).

Ана шу барча тўрт функция муваффақият билан телевизион амалиёт, радио ёки даврий матбуотда ишлаётган ҳар қандай журналист фаолиятида турли шаклларда намоён бўлади. Журналистларни сўроққа тутган экспертларнинг фикрига кўра эса, уларнинг ичида, кўпинча, психологик функция устувор келади.

Психолог Вильям Джеймс шахснинг мистик ҳолатлари - айтиб улгурмаганлик, интуитивлик (ички ҳиссиёт), қисқа муддатлилик, “иккинчи туғилиш” ва ҳоказолардан иборатлигини эътироф этади. Кўпинча коммуникатордаги интуитивлик уни харизматик типдаги ахборотни излаш йўналишини аниқлаш имконини беради; қолган сифатларни эса унинг кейинги трансформацияси (ўзгаришлари) контекстлари, яъни моҳиятан иккиламчи дейиш мумкин холос.

Масалан, “нутқий беифодалилик” журналистга жумбоқли, охиригача номаълум бўлиш имконини беради. Бу чексиз давом этиши мумкин эмас, чунки аудитория учун бундай ҳаёт тарзи ва ижодни “тасдиқловчи” ёки “фош этувчи” фактлар зарур бўлади. Худди шу каби мулоқотнинг “қисқа муддатлилиги”да ҳам у охиригача намоён бўлавермайди; журналист жавоблардан ўзини олиб қочади, шахсий ҳаёти сирлидек туюлади ва шу кабилар.

“Иккинчи туғилиш” – бу бирор бир воқеадан кейин “тушунилишдан холи”, “алоҳида деб тан олиниш” усули. Бир сўз билан айтганда, ижодий фаолиятни бундай мазмунда ташкил этилганда, интуитивлик ўта муҳим аҳамият касб этади.

Телевизион харизмага эга бўлган шахсларда тележурналист имижини шакллантириш осон кечади. Истараси иссиқ бошловчи томошабинга худди ўзига яқин таниш, эски кадрдондек туюлади. Қайсидир жиҳати билан томошабинлар меҳрини қозониш баъзида ўз-ўзидан, айрим ҳолларди ўта

машаққатли кечади. Телевизион харизма бўлмаган тақдирда, сунъий масстер класлар маълум натижалар бериши мумкин.

ОАВ аудиториясининг кўрсаткичлари тизими “қатъий”, бир хил унсурларни ўз ичига олган ва чегаралаб қўйилган бўлмаслиги керак. У доимо ривожланувчан, очиқ ва ҳар қандай ўзгаришларга ҳозиржавоб бўлиши лозим.

Буни алоҳида таъкидлаб ўтиш жуда муҳим, зеро ОАВ аудиторияси, ишонч ҳосил қилганимиздек, турғун эмас, дунёқарашлари ривожланиб бораётган ва яшаш тарзи, эҳтиёжлари, манфаатлари, қадриятлари такомиллашаётганлиги билан чамбарчас боғлиқ коммуникатив жамоадир.

Аудитория кўрсаткичлари тизимини баҳолашда унинг соддалик, ишонччилик, тезкорлик каби сифатлари ҳам муҳим аҳамият касб этади. Шу боисдан, назаримизда, “аудитория – коммуникатор” муносабатларида хулқ-атвор аспекти омилини алоҳида ажратиб кўрсатиш зарурат. Бунда аудиториянинг журналист билан ўзаро алоқаларида унинг жавобларининг адекватлиги (тўғрилиги) назарда тутилади.

Бу бир қарашда оммавий коммуникация амалиётида ўз-ўзидан юзага келувчи ҳодисадек туюлади. Лекин шуни унутмаслик керакки, аудиториянинг конкрет вакили ахборотнинг маълум қисмини журналист берган имижнинг унинг материални етказишдаги ўринли ягона мумкин бўлган шаклига мос ва жўялилиги ҳақидаги шахсий тасаввурларига мос тушгандагина ўзлаштиради. Акс ҳолда, ўзаро таъсирлашувларнинг самарадорлиги амалда нолга тенг бўлиб қолади.

Қиёслаб кўрамиз. Сиз меҳмонга келдингиз дейлик. У ёки бу вазиятда сиз ўзингизни қандай тутишни билмайсиз. Бироқ “темир” қоида бор: уйнинг эгалари ўзларини қандай тутсалар, сиз ҳам ўзингизни шундай тутишингиз керак. Оммавий коммуникатив муносабатларда ҳам шундай бўлмайдими? Мен, энг аввал, менинг журналистлар ҳақидаги тасаввурларимни ойнадек акс эттираётганларни ўқийман, тинглайман...

Шуниси қизиқки, “коммуникатор-аёл” типдагилар аудитория назарида қуйидаги хусусиятларга эга. Жумладан, доимо атроф-муҳитни ўрганади; авторитетларни (обрўлиларни) тан олмайди; осонгина қарор қабул қилади; ички ҳиссиётга ишонади, таянади; ғаройиб нарсаларни кўздан қочирмайди; ҳиссиётга берилувчан; қизиқтирмаган нарсага диққатини жамламайди; одатда, ҳиссий билиш ақлий билишдан устун туради;

Бундай типдаги коммуникаторларга қуйидагича ижодий усуллар қўллаш хос: ҳиссий босимга эришиш мақсадида аудитория билан бирор бир “ўйин ўйнаш”; “ох” ва “ах”лар орқали ўқувчи ёки томошабинни “хушёр торттириш”; қизиқтирувчи пичинглар, журналист тахмин кўринишидаги башорат “охирги далил” сифатида; фактларни баён қилиш услубида контекстга алоқаси бўлмаган “лирик чекиниш”; хулоса ўрнида кимнингдир фикридан фойдаланиш ва х.к.

Масалан Зайнаббегим Юнусованинг “Қопқон” ва “Суппер келинчак” лойиҳаларида ҳудди шу ҳолатларни кузатишимиз мумкин. У кези келганда пичинг қилади, кесатиклардан фойдаланади, баъзида гапиришга қийналиб турган иштирокчини илҳомлантириб юборади, ўрни билан яхши фикр билдирган қатнашувчини рағбатлантиришни ҳам унутмайди.

“Коммуникатор-эркак” типи “ўз мақсади”га ишонади; одамларга таъсир ўтказиш кучига эга; бир марта ва тўғри ҳаракат қилишга интилади; яхши умумлаштиради, намоёниш этади, исботлайди; ақл билан ҳал этадиганларга қаттиқ ишонади; қийинчиликлар ижодий жараёни рағбатлантиради; прагматик; шахсий ўзаро муносабатлар иккинчи даражали; вақт йўқотиш ва самарасизликка чидамайди; журналистик асарларда, одатда, муаллиф белгилаб қўйган чизик бўйича аниқ ҳаракат қилади; кўрсатув мақсадини олдиндан эълон қилади. Бундай типдаги коммуникаторлар қуйидагича ижодий усуллардан фойдаланадилар: вазиятни тахлилий баҳолаш шартлиги; муаллифнинг конструктив позициясини аниқ баён этиши; ҳужжатли тасдиқлардан фойдаланиш; баҳолаш лексикасидан кенг қўламда фойдаланиш; фактларни

баён этиш услуби аввалдан коммуникатор томонидан танланган асар шаклига боғлиқ ва ҳ.к. сифатларга эга.

Жамият билан информацион алоқаларни янгилаш инсонга хос табиий эҳтиёж журналистиканинг ОАВ аудиторияси вакиллариининг субъективлигига таъсир ўтказишнинг энг самарали йўли ҳисобланади: улар замирида охиروқибатда одамларнинг хулқ-атвори, яшаш тарзига таъсир қилувчи сохта ёки ҳаққоний манзара ва образларни яратиш акс этади. Айнан худди шу ердан инсоннинг хис-туйғулари, қадриятлари, фикрлаш тарзини хуфёна бошқариш имконияти ишга тушади. Бу энг аввало, журналистиканинг ижтимоий институт сифатида фаолиятидаги прагматик аспект билан боғлиқдир.

Энди асосий диққатни бугунги кунда ОАВнинг амалий фаолиятида долзарб бўлган журналист имижини шакллантириш деб номланган муаммога жалб этамиз.

Аввал ҳам таъкидланганидек, замонавий шароитлардаги ОАВ аудиторияси барча турдаги коммуникаторларни фарқлашга мойил. Булар қаторида оммавий сиёсатчилар, журналистлар, барчага таниш одамлар (“популярдузлар”, “спортчилар”, “қаҳрамонлар” ва ҳ.к.) бўлади. Шахси номаълум коммуникаторларни ҳам ўзига хос равишда аниқлаш мумкин. Бу асосан, даврий нашрлар, теледастурлар ёки телеканалларда кузатилади. Ҳар қандай киши кўпинча ўзига ёққан номни, газетани масалан эркалаб аташи мумкин. Масалан “Ўзбекистон адабиёти ва санъати” газетасини “ЎзАС”, “Афанди” газетасини “Хўжа Насриддин”, “Айланай кўрсатувини” “Айнаниб кетай” тарзида аташади. Бу ўз-ўзидан уларга бўлган меҳрнинг юқорилигидан далолат.

ОАВ фаолияти соҳасидаги **имижнинг асосий хусусиятларини** қуйида келтирилган уч вазиятни ҳисобга олган ҳолда тавсифлаш мумкин:

Биринчидан, коммуникатор имижини объектга нисбатан доимо соддалаштирилади;

Иккинчидан, аудитория онгида бу имиж ўзининг мустақил ҳаётига эга, бу эса, унинг ўзгарувчанлигидан ва ўзгаришидан далолат беради;

Учинчидан, у реал ва исталаётган ҳолат ҳамда қабул қилиш ва тасаввур орасида бўлади.

Имижнинг шаклланиш жараёнини ҳам бир неча босқичларга бўлиш мумкин:

- журналистнинг, энг аввало, ўзаро ҳамкорлик учун танлаб олган мақсадли гуруҳларни аниқлаши;

- индивидуал коммуникатор ҳамкорлик қилиш учун танлаб олган ўқувчиси, радиотингловчиси, телетомошабиннинг қизиқишларини тажриба тарзида бўлса ҳам ўрганиши керак. У яратмоқчи бўлган образ бор ва бўлиши мумкин бўлган аудиториянинг кутган истакларини акс эттириши керак.

ОАВ амалиёти ва журналистларнинг сўровномалари асосида аниқланишича, **“иш берадиган” имижнинг бешта хусусияти бор:**

- ўз аудиториясининг “тилида” гапира олиш;
- бугун нималар бу аудиторияни ҳаяжонлантираётганини билиш;
- зийрак ақл ва ҳазилга мойиллик.
- коммуникаторнинг “ижтимоий роли” деб аталувчи тўғри типни танлаш ва унга мос тушиш;

- журналист шахсига диққатни тортиш. Психологлар бу хусусда эътироф этишларича, биз илк сўзларимизни айтмасдан туриб, гапиришни бошлар эканмиз. Демак, ташқи кўриниш, кийим, ўзини тутиш ва шунга ўхшаш кўп жиҳатлар коммуникатив контактнинг дастлабки лаҳзалариданоқ коммуникатор ва коммуникант ўртасидаги ўзаро алоқаларнинг истиқболини белгилайди.

Вербал (матнли) қатор – журналист нимани қандай ва қанчалик далилли, ишонарли тарзда баён эта олиши.

Ўз аудиторияси ҳамда эҳтимол ўз ўқувчиси, телетомошабини, радиотингловчиси бўла оладиган, бироқ айрим субъектив сабабларга кўра бўла олмай қолган реципиенти ишончини қозона олиш қобилиятини шакллантириш лозим. Бу ерда журналистнинг ноёб шахсий сифатлари, профессионалиги, ўз ишини яхши билиши ва ҳатто ОАВ аудиториясининг у ёки бу гуруҳига мос

равишда бирор бир “қаҳрамон қолипи”да намоён бўла олиши ҳақида ҳам сўз юритиш мумкин.

Энг асосий босқич - журналист (коммуникатор) ўзи учун ўзи ёки профессионал имижмейкерлар ёрдамида тўртта оддий саволга жавоб бериши керак:

Ø профессионал сифатида мен нимага эришмоқчиман?

Ø Мен нима қила оламан (табиатан менга фақат бир нарса берилган)?

Ø Бугунги кунда мен шахс сифатида кимман (тарбия, маълумотлилик жиҳатидан)?

Ø Натижага эришиш учун мен нима қилишим керак?

Хулоса чиқарамиз: журналист имижига фақат ҳаракатда шакллантирилиши мумкин. Бунда асосий диққат унинг ютуқли томонларига қаратилади ва кўриниши керак бўлмаган жиҳатлар эса яширилади ёки бошқача тарзда талқин этилади.

Мен кўп йиллардан буён бир қизни билардим. У доимо спорт кийимида юришни маъкул кўрарди. Кўпинча елкага илиб олинadиган рюкзакчада, сочлар ассиметрик услубда бир томонга йиғилган, ундаги ҳамма нарса бир-бирига монанд ва уйғун, ўзи ҳам енгил ва эркин ҳаракатлар қиларди. Охирги марта кўрганимда у погончалари ва пистонлари бор сариқ куртка, кўк жинси шим ва оқ кроссовкада эди. Кейин у таржимон-гидлар тайёрланadиган курсларда ўқий бошлади. Кунлардан бир куни мен ўша эски кадрдонимни шаҳарда учратиб қолдим ва юз берган ўзгаришлардан ҳангу-манг эдим. Тиззадан беш-олти сантиметр пастроқда бўлган тўқ кўк рангли кўйлак, қирраси учли тўрли ёқа, сочлари пешона атрофида учбурчаксимон қилиб турмакланган, жиддий боқишларидан – у гўё ўрта асрлар давридаги фотосуратдан тушиб қолгандек туюларди. Бу ретро стили эди!

Узр сўраб, мен бу нима экан, дея қизиқсиниб сўрадим: услубни алмаштиришми ёки оддий қайта кийиниш?

“Мен Ўзбекистон тарихи давлат музейига экскурсия ўтказишга кетяпман, - деди танишим, - шунинг учун ўз ҳикояларимни ўша давр муҳитини яратган ҳолда сўзлаб бериш ниятим бор”. Ахир, бу ақлли, профессионал, ўз касбининг устасининг гапи эмасми? У нима учун шунга монанд равишда кўринишда бўлиш кераклигини англаб етган ва шу мақсадга яраша сунъий образ, яъни биз мулоҳаза юритаётган мавзу юзасидан айтилганда, ўз имижини ярата олган эди. Демак янги қоида келиб чиқади: Имидж бу - бирор бир мақсадга йўналтирилган сунъий образ.

Бир оз фурсат ўтгандан кейин мен яна ўша танишимни учратиб қолдим. У ҳарбийча кийиниб олган, бош кийими-ю этиклари ўзига ярашган, мардонавор шахдам қадамлар билан борар эди. Унинг ортида бир гуруҳ мактаб ўқувчилари тизилишиб “бир-икки, бир-икки” дея сафдан адашмай қизиқиш билан одимларди. Тушундимки, бу сафар уларнинг саёҳати бирор бир ҳарбий билим юрти ёки бўлмасам шу соҳага оид музейга уюштирилган. “Яхшиямки, ҳаётнинг ёрқин томонидан юришни билади, - дея ўйлаб қолдим мен. Ахир, оқила қиз эмасми?” вазиятдан келиб чиққан ҳолда ҳар доим ўзи учун янги имиж яратишни ўрганиб олган.

Шубҳасиз, имиж - бу фақат кийим алмаштиришгина эмас. Бошқалар кўз ўнгида маълум кўринишда намоён бўлиб, уларга таъсир этиш мақсадини кўзлаган ҳолда, биз шунга мос имо-ишоралар, қадди қоматни тутиш, гапириш услубимизни мослаштирамиз, шунга мос тақинчоқ ва безаклар танлаймиз. Дейлик бирор кишининг олдига интервью олгани борганимизда ҳам барча нарса ручкамиздан тортиб қўлимизда турган блокнотимизгача аҳамиятга молик бўлади. Бизни кўришларига ўрганиб қолинган атрофимиздаги интерер ҳам эътибор марказида бўлади. Бунда, албатта, у кимга мўлжалланганини, яъни кишиларнинг ёши, жинси, ижтимоий мавқеи, қизиқиш ва эҳтиёжларини ҳам ҳисобга оламиз (бу ёшлар ёки нафақа ёшидагилар, ишчилар жамоаси ёки VIP персоналар, диний ташкилот ёки кичик жамоалар ҳам бўлиши мумкин). Бунда яна “жанр” қонунларини, яъни бизнинг образимиз “ишлаши” мумкин бўлган

муҳит хусусиятларини ҳам билишимиз керак: ишбилармонлар ҳаёти, артистик боекма, талабалар аудиторияси ва ҳ.к. Лекин мазкур соҳаларнинг ҳар бири ўзига хос жиҳатларга эга; масалан, ишбилармонлар соҳаси молиявий ва туристик хизмат, косметика ва машинасозлик ишлаб чиқарувчилари, фермер ва реклама агентлари орқали намоён бўлади. Шунга кўра таъсир кўрсатиш методи, усули ҳам аниқланади. У ҳис-туйғуларга тўла ёки ишонч ҳосил қилдирувчи, сирли паришон ёки ҳаммага тушунарли бўлиши мумкин.

Имиж - бу кўплаб омилардан жамланувчи яхлит образдир. Уни яратиш устида рухшунослар, PR мутахассислари, протоколистлар, социологлар, хореографлар, стилистлар, визажистлар, продюссерлар иш олиб борадилар.

Инсон имижи ҳақида сўз юритилганда бир неча имиж турлари намоён бўлади:

- муҳит имижи (офис, кабинет, автоулов) яратилган предметлар, яъни, масалан, ёзилган мактуб, визит картаси, совға ва гулларнинг моддийлаштирилган имижи;

- вербал имиж (лот. *verbalis* - “сўзга оид”) бу гапириш ва ёзиш услуги;

- кинетик имиж - мулоқотнинг новербал воситалари: имо-ишоралар, юз ва тана ҳаракатлари;

- габитар имиж (лот. *habitus* - “ташқи”) - бунга костюм, соч турмаги, турли безаклар ва бошқалар киради;

- ментал имиж - дунёқараш ва ахлоқий нуқтаи назарлар, ижтимоий стереотиплар;

- фон имижи. Фон имижи узоқ билвостита масофали ва бевосита яқин мулоқотли бўлиши мумкин. Узоқ билвостита масофали фон имижи - бу одамлар биздан кўра бошқалардан, яъни *mass media* (ОАВ), радио ва бошқа манбалардан оладиган маълумотлардир. Бундай ахборот сизнинг образингизни мазмун билан тўлдиради, бироқ атрофдагилар томонидан сиз қандай қабул қилинишингизга ҳам шубҳасиз таъсир кўрсатади. Одамлар онгида акс этаётган образ ёки сиз қолдираётган таассурот “имиж” сўзи билан ифодаланади. Ғарб

журналистикасида узоқ билвостита масофали фон имижини яратишга хизмат қилган фактлар: ўйлаб топилган ҳикоялар, ёлғон-яшиқлар, ғийбатлар, албатта ҳаққоний бўлиши шарт эмас. Бироқ ўзбек журналистикасига бу кабилар ярашмайди. Ўзимизнинг фазилатларимизни муболағалаштиришимиз қутилмаган ноқулай вазиятларни келтириб чиқариши мумкин. Ортиқча мақтовлар асосида юзага келган умидларга мувофиқ келиш ҳам баъзан қийин кечади. Мулоқотга киришаётганда, сиз ҳақингиздаги фикрни нотўғри ёки тўғрилигини исботлашга тайёр бўлишингиз керак.

Бевосита яқин мулоқотли фон имижи сиз суҳбатлашаётган инсонлар орқали ҳам юзага келади. Улар сиз ҳақингиздаги маълумотларни ташийдилар. “Дўстинг кимлигини айтсанг, сен ким эканлигингни айтаман”, “Муҳит қиролни яратади”, “Бир хил патли қушлар бирга учишади”, “Қозонга яқин борсанг, қораси юқади”. Шундай қилиб, сизнинг шахсий имижингизни фақат ўзингиз эмас, балки сизнинг яқинларингиз, оила аъзоларингиз, ҳамкасбларингиз, ҳамкорларингиз бир сўз билан айтганда атрофингиздагилар яратади.

Имиж - омма билан бирга ишлайдиганлар манекенлар, фотомоделар, шоу–дастурлар бошловчилари, артистлар, сиёсатчилар, ўқитувчилар, бизнесменлар меҳнат фаолиятининг ажралмас қисми ҳисобланади. Уларнинг имижи, шубҳасиз, вазиятга мос тушсада, лекин кўп ҳолларда борлиқ билан мутаносиб келмай қолади.

Кунлардан бир куни ёш бастакор машҳур украин қўшиқчиси Эдит Пиафга унинг учун ёзган қўшиғини олиб келади. Шунда қўшиқчи “У жуда ҳам ажойиб ва уни албатта куйлашади”, - деб жавоб беради-ю сукут сақлайди. Бу қўшиқ бахтли ва тантанавор муҳаббатни тараннум этарди, шунинг учун бу Пиаф учун мос келмасди. “Менинг мавзуим - бахт излаш ва умри қисқа бўлган бахтни йўқотишдир”. Эдит ҳаётида ҳар доим ҳам омадсиз бўлмаган: унинг доимо дўстлари ва мухлислари бўлган, у мириқиб кулишни, ҳазилни ёқтирарди шу билан бирга ҳаётини қутилмаган тарзда ва бекордан бекорга исроф қилиб яшашга ҳам ўрганиб қолган эди.

Саҳнага чикқач, у ярадор кушча образини яратарди. Бу образни яратишда репертуар, сахна безаклари, имо-ишоралар ва қоматнинг турли вазиятларини ҳисобга оларди. Мукаммал артистик дидга эга бўлган буюк ғожеавий кўшиқчи ўз ижоди концепцияси ва ўзи яратган имиж талқинини аниқ англари эди. Дунёга донғи чиқишини орзу қилиб саҳнага чиқишга шошаётган замонавий ёш кўшиқчилар ундан ўрнат олиши керак. Жойлардаги айрим “юлдузлар” ҳам яхши овозга эга бўла туриб, мукаммал саҳна образини ярата олмайдилар: айрилиқ ҳақида кўшиқ айтишсада, уларнинг фонида рақс гуруҳи спортчиларга хос ҳаракатлар қилади.

Ёки яна бир мисол, тингловчилар нафасларини ичларига ютиб ўтирган “Украинанинг олтин овози” бераётган соло концертида, кўшиқчи аёл қарсақларга жавоб бера туриб, “Концертдан олдин роса озмоқчи бўлдим, лекин эплай олмадим” деб юборса бўладими!? Шунча меҳнат билан яратилган образи чил-парчин бўлди-кетди !¹⁸

Шубҳасиз, жуда чиройли илтифотлар ва одатлар ортида даҳшатли мақсадлар яшириниши ҳам мумкин. Бироқ, одамларнинг яхшилиқ ниқоби остида катта-кичик алдовлар ва нуқсонлар яшириниши мумкинлиги бизни мукаммалликка интилишларимизни сўндирмаслиги керак.

Ташқи белгилар орқали ички ҳурмат кўрсата билиш санъати – бу чинакам ғазилат бўлибгина қолмай, балки бу ўзимизга ёқмайдиган одамларга нисбатан ҳушмуомала ва оғир-босиқ бўлишни талаб қиладиган кўникма ҳамдир. Донишмандларнинг “ташқисини қил, буни қилганинг учун Худоим ичқисини ҳам бераркан” деган ибораси азалдан маълум. Бошқача қилиб айтганда, яхшилиқнинг ташқи белгилари аниқланганда, ичимиздаги ҳар қандай ғазилат кўпайиб боради. Айнан худди шу нарса ижобий ментал имиж яратиш жараёнининг ўзгинасидир.

¹⁸ Монахов Г. Ишбилармонлик нутқ одоби ва имиж. Киев. 2008. С 77.

Ижодкор шахснинг ментал имижини яратиш билан бирга баъзан нотўғри танланган образлар ҳам бўладики, бу ўша инсоннинг бошқалар олдида ҳурмати тушишига сабаб бўлади.

Ҳозирги жамиятимизда евроамериканчалилик касали авж олмоқда. У энг кулгили, ҳажв қилишга арзийдиган даражагача бориб қолган. Масалан, ҳаммасини “евростандарт” бўйича қилишга интилишни олсак: евро-таъмир, евро-ойналар, евро-косметика, евро-мода ва бошқалар. Эндиликда концерт томошаларида американчасига қўллаб-қувватлаш мақсадида хуштаквозлик қилиш одат тусига айланган. Уларнинг нутқидаги “о’кей”, “вау”, “шет”, “инаугурациялар”, “репрезентациялар” каби сўзларни айтмайсизми? Халқаро ўзлашмалар хусусида гапирмоқчимасмиз. Ачинарлиси шундаки, тақлидчилик вируси шахсни ўлдиради, гапиришни унутган киши эса, жонлилигини ҳам йўқотади. Николай Гоголнинг ҳозирги замон вакиллари ҳақидаги сўзлари ҳозир ҳам ўз долзарблигини йўқотмаган. Маълумки, ёзувчи айтганидек, “улардан эшитишга арзигулик бирорта ҳам русча сўз эшита олмайсиз, лекин французча, немисча ва инглизчалари билан сизни кўмиб ташлашадики, ҳатто улар қилганидек французчасига бурундан гапиради, инглизча талаффузда эса қуш каби юз тузилишларини ҳам ўзгартиришади ва худди шундай қила олмаганлар устидан кулишади ҳам; бироқ русчада ҳеч нарса дея олишмайди, фақат ўз ватанпарварликларидан дала ҳовлида русча дидга мос ёғоч уйни куриб олишдан бошқа ҳеч нарсага ярашмайди”.

3.3. Журналист имижида касб этикаси

(халқаро кодекслар мисолида)

Ҳар бир соҳада бўлгани каби журналистикада ҳам амалий фаолиятни тартибга солиб турувчи қатъий қонунлар ва ахлоқ кодекслари мавжуд. Қонунчилик “нимани ёзиш” чегараларини яъни ОАВ мазмунини шакллантирса, ахлоқ “қандай ёзиш”ни - шахсга ҳурмат, маданият, аниқлик, холислик, шаклу-шамоилни белгилайди. Қонунларнинг ижроси олдида барча бирдек жавобгар, кодексларга риоя этиш эса журналистнинг эстетик дунёси, касб одобига боғлиқ.

Этикага бағишланган луғатларда “касб этикаси” атамасига “кишилар ўртасидаги касб фаолияти билан боғлиқ муносабатларга маърифий тус берадиган хулқ-атвор кодексларидир”¹⁹ дея таъриф берилган. Шу ўринда журналист учун ахлоқ кодекси шартми? - деган ҳақли савол туғилиши табиий. “Кодекс-мантикий тизимлаштириш хусусиятига эга қонун бўлиб, ўзида ижтимоий муносабатларнинг маълум бир соҳасини батафсил тартибга солувчи нормаларни бирлаштиради”.²⁰ Журналистнинг ахлоқ кодекси яратилишининг муҳим аҳамияти шундаки, агар ўзини - ўзи чеклаш амалиёти ҳаётга татбиқ қилинмаса, журналистикани чекловчи бошқа кучларнинг таъсири кучайиши аниқ. Бу хориж тажрибасида ҳам ўз исботини топди. Шунинг учун ўз-ўзини цензура қилиш, ўзини-ўзи бошқариш каби иборалар тез-тез ишлатиладиган бўлди. Кодексида ифодасини топган касб одоби шартларига риоя қилиш ҳар қандай журналистнинг ижодий маҳорат чўққиларини забт эта боришига кўмак беради.

Яна бир жиҳати шундаки, амалда кенг қўлланиладиган мукаммал кодекс журналистнинг ҳам ҳаётий, ҳам ижодий позициясини мустаҳкамлайди, яъни у сира иккиланмайди, икки ва ундан ортиқ қадриятлар орасида йўлсизликка учрамайди. Бу ҳақда Россия ошкораликни ҳимоя қилиш жамғармаси раиси А.

¹⁹ Словарь по этике. - М.: Политиздат, 1981.-С.274.

²⁰ Саидов А., Таджиханов У., Одилқориев Х. Давлат ва ҳуқуқ асослари. Основы государства и права. Шарқ. - Т:2002.Б.41.

Симонов шундай дейди: “Маънавий авторитетлар маънавий ҳуқуқлар шаклланган жойда пайдо бўлади”.²¹

ОАВ соҳасига оид кодекслар асосан XX асрнинг аввалидан яратила бошланган. Жаҳон журналистикасида XX асрнинг айниқса 60-80 йилларида кодексларнинг кўпайиши кузатилган.

Жаҳон журналистика кодексларининг яратилиш тарихига эътибор берсак:

-Америка газета муҳаррирлари жамияти томонидан 1923 йилда “Журналистика қонунлари кодекси” қабул қилинган. 1933 йилда эса “Вашингтон Пост” газетаси Ю. Меерлар оиласи тасарруфига ўтиши билан, биринчи навбатда газета эгалари кодексининг ахлоқий нормаларини эълон қилган.

-Францияда эса дастлаб 1918 йили “Француз журналистларининг касб бурчлари хартияси” қабул қилинган бўлса, 1938 йили унга қўшимчалар киритилди.

-1954 йил Халқаро журналистлар федерацияси томонидан “Журналист одоби принциплари декларацияси” қабул қилинган. Профессional журналистлар жамиятининг “Ахлоқий нормалар кодекси” 1996 йили амалга киритилган.

Умуман “Европа давлатларида қабул қилинган касб кодексларининг яратилиш даври кўпроқ 90-йилларга тўғри келса, социалистик тузум ҳукмронлик қилган республикаларда, айниқса МДХ давлатларида асосан асрнинг сўнгги йилларида кодексларни жорий қилиш қизғин тус олди.”²²

Бундай тенденциянинг бош сабаби нимада эди?

XX асрнинг охирига келиб ахборот глобаллашуви жараёнлари муқаррар тус олди, бошачароқ таърифланадиган бўлса, ахборот оқимини жиловлашнинг иложи бўлмай қолди, натижада матбуотни цензура остида тутиб туриш имкони йўқолди, демократик тамойиллар биринчи планга чиқиши муқаррар воқеликка

²¹ Профессиональная этика журналиста. -М.: 2002. Галерея. -С.19.

²² Дўстмуҳаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари. – Т.: Янги аср авлоди, 2007.Б.41.

айланди. Бундай шароитда матбуот эркинлигининг ўзига хос масъулиятини белгиловчи мезонлар ҳам бўлиши зарур эди. Худди шу заруриятни адо этиш журналистнинг касб кодекслари ва касб одоби нормаларига, яъни ўзини-ўзи бошқаришга қаратилган ҳужжатлар зиммасига тушди. **Масалан: Россия Федерацияси** Думаси матбуот эркинлигини чеклашга қаратилган қонун лойиҳаларини яратишга зўр бергани сайин мамлакатдаги ОАВ тизимида касб кодексларини ишлаб чиқишга эътибор кучайган. **Англия** Парламентида мана шунга ўхшаш ҳаракатлар зўрайган паллада матбуот соҳасида ўзини-ўзи бошқариш тизимини яратиш ташаббуси эълон қилинган ва Матбуотга оид шикоятларни кўриб чикувчи матбуот қўмитаси ташкил этилган.

Жаҳон журналистикасида касб кодексларининг умумий характериға назар ташланса, уларда кўп жиҳатдан ўхшашликларни кўриш мумкин. Яъни, деярли ҳар бир кодексида журналистнинг жамиятда тутган ўрни, унинг касб бурчига садоқати, ахборотни ҳаққоний ва холис тарқатиш, ахборот манбаи билан муносабатлари, ахборотни холис тарқатиш билан унга муносабат билдириш ҳуқуқи ва меъёрлари, айбсизлик презумпциясига риоя этиши ва шу сингари бир қатор мисолларни келтириш мумкин. Шунингдек, ҳар бир мамлакат журналист касб кодексининг ўзига хос **ажралиб турувчи хусусиятлари ҳам бор.**

Италия “Журналистлар мажбурияти хартияси”да шахс дахлсизлигига урғу берилган.

Латвия “Одоб кодекси”да ҳақиқатга зид ахборот бериб юборилган ҳолатларда журналист томонидан зудлик билан ОАВ нинг кўринарли жойида узр эълон қилиниши зарурлиги норма сифатида киритилган.

Литва “На ноширлар, на журналистлар янгиликларни ўз журналистларининг мулклари деб ҳисобламасликлари керак. Оммабоп ахлоқ кодексида ахборотни тарқатишни ташкил этувчилар ахборотга (биринчи бандида) товар деб қарамасликлари керак. Ахборот олиш ва

тарқатиш имконияти - инсоннинг асосий эркинликларидан биридир” дейилади.

АҚШда Радио ва телевизион ахборот дастурлари режиссёрлари ассоциацияси томонидан ишлаб чиқилган касб одоби кодексида “ахборот дастури учун янгиликларни саралаб олиш ҳуқуқи фақат режиссёрга берилган.

Хўш, Ўзбекистонда-чи?

Республикамиз ОАВ соҳасидаги мустақиллик даври ўзгаришлари ўзбек миллий журналистикасида касб одоби кодексини яратиш эҳтиёжини кун тартибига қўйди. Ўзбекистон Миллий матбуот маркази Самарқанд бўлими томонидан миллий журналистикамизда биринчи мартаба “Журналистларнинг ахлоқ кодекси”ни яратишга уриниш бўлди. Албатта ушбу кодекс мукамалликка даъво қилмайди. Қолаверса, у лойиҳа сифатида эълон қилинган. Эҳтимол у келажакда такомиллаштириладиган кодекс учун асос вазифасини ўташи мумкин эди. Афсуски, лойиҳа Республика журналистлари томонидан муҳокама этилмади, унинг моддаларига сайқал берилмади. Сўнгги вариант сифатида қабул қилиниб, амалиёт учун тавсия этилмади.

2006 йилнинг бошларида ташкил топган Ўзбекистон мустақил ОАВ ва ахборот агентликларини қўллаб - қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди ўзининг дастлабки тақдимот конференциясидаёқ “Босма ахборот воситалари ва ахборот агентликлари журналистларининг ахлоқ-одоб кодекси” ҳамда “Босма ОАВ ва ахборот агентликлари хартияси”ни эълон қилди. Дастлаб миллий журналистикамизда қўлланила бошланган кодексда “инсон шаъни ва қадр-қимматини ҳурматлаш” ҳамда “инсон шаъни ва унинг ҳаёт кечиришга бўлган ҳуқуқини ҳурмат қилиши, инсон ҳуқуқлари ва унинг шаънини ҳақоратлар, ғийбатлар, уйдирма ва айбловлардан ҳимоялаши” кўринишидаги қайтариқ бандлар сингари номукамал ишланган деб топилган баъзи сабабларга кўра мазкур кодекснинг ҳам умри узоққа чўзилмади.

Айни пайтда мамлакатимизда журналист касб одобига оид амалий кодекс мавжуд эмас. Ваҳолангки қуйидаги ҳолатлар яҳлит кодекс ташкил этилишини тақозо этади:

- материалдаги маълумотларнинг ҳаммаси ҳам текширилаверилмаслиги;
- ҳолислик учун мавжуд барча маҳаллий ва халқаро манбалардан фойдаланилмаслиги;
- воқеа-ҳодисаларни баҳолашда субъективликка йўл қўймасликка кўпам аҳамият берилмаслиги;
- мақолалар, репортажларда бир ёқламаликнинг мавжудлиги, барча томонларнинг нуқтаи назарлари тўла қамраб олинмаслиги;
- тезкорликка эътибор берилмаслиги.

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда журналистик фаолият жараёнида касб этикаси мезонларига аҳамият қаратиш, касб ахлоқи кодексини ишлаб чиқиш ўта долзарб аҳамият касб этади.

Хулоса

Журналистнинг профессионалиги ёки у етказаётган маълумотларнинг ҳаққонийлиги томошабинлар томонидан тўғридан-тўғри эмас, балки билвоста, яъни шу одам ҳақидаги маълумотлар, масалан унинг қай даражада қимматлилиги, қонунчилик ёки ахлоқ меъёрларини бузганлиги ҳақидаги фактлар кабилар асосида қабул қилинади. Бундай ҳолатда унинг латент образи ҳақида гапириш ўринли. Маълумки, образни ташкил этувчи ушбу хусусиятлар кўрсатувни бевосита кўриш (эшиттиришни тинглаш) натижасида намоён бўлмайди. Улар бошқа манбалардан олинadиган конкрет шахс ҳақидаги билимлар, маълумотларни тўплаш ҳамда психологик (ботиний) миқёсда инсонни субъектив қабул қилиш натижасида аниқланади. Буларнинг барчаси асосида бизда журналист ҳақида тўлиқ тасаввур, яъни унинг образи ҳосил бўлади.

Профессионаллик ва ахлоқий стандартлар ҳамда қонунчилик меъёрларига риоя қилиш журналист фаолиятининг асосини ташкил қилади ва шакллантириладиган образга бевосита таъсир кўрсатади. Хуршид Дўстмуҳаммаднинг “бугунги кунда мамлакатимизда оммавий ахборот воситалари соҳасига доир қонунлар яратиш борасида катта тажриба орттирилди”²³, деган фикрларини тўла қўллаб-қувватлаймиз. Бунда айниқса журналистларнинг ўз касбий ҳуқуқ ва бурчларидан хабардорлиги бевосита имиж яратишда ас қотади.

Тележурналистларнинг яхлит образи, хусусан, уларнинг этник хатти-ҳаракатлари, касбий кўникмалари, темперамент хусусиятлари ва шу кабилар ҳақидаги тасаввурлар – бизнинг субъектив қабул қилиш хусусиятимиз ҳамда бошқа манбалардан олинган иккинчи даражали маълумотлар таъсири натижасидир.

Мулоқотнинг новербал воситалари бошловчи учун тасвирий, ифодали воситалар бўлиб хизмат қилибгина қолмай, балки непрофессионалликнинг

²³ Дўстмуҳаммад Х. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари. –Т: Ўзбекистон, 2005. Б.15.

белгиси сифатида ҳам намоён бўлиши мумкин: ортикча ҳаяжон ёки ўзига ишонмаслик гавдани тутиб турилишида, кўзларнинг ифодасида, имо-ишораларнинг кўп ёки, аксинча, жуда ҳам камлигида сезилиб қолиши мумкин.

ОАВдаги тил маданияти савияси журналист образи ва жамоатчиликнинг уни қабул қилиши билан бевосита боғлиқ. Журналист рейтинги ва она тили этикаси муаммоларини бир медалнинг икки томони дейиш мумкин.

Иш берадиган имижни шакллантириш учун тавсия қилинадиган дастур:

1. Телебошловчининг профессионаллик даражаси
2. Телебошловчи этикаси
3. Телевизион сўзлашув маданияти
4. Телевизион журналистикага оид билимлар
5. Актёрлик маҳорати асослари
6. Телебошловчининг имижини ҳосил қилувчи технология
7. Телевидение шароитидаги визаж
8. Телебошловчининг шахсий усулини яратишдаги колористиканинг роли
9. Телебошловчининг ранг-баранг усулларда кийиниши
10. Мастер класслар

ОАВ ҳолати ва ролига қараб жамиятнинг ички ҳаёти, ривожланиши ва фуқароларнинг маънавий-маданий дунёсига баҳо бериш мумкин. Бу борада аввало журналистлардан катта масъулият талаб этилади. Ўзларида ижобий қиёфани сақлаб юришда нафақат иш фаолияти жараёнида балки одамлар олдида юрганда ўз хатти-ҳаракатларини назорат қила билиши зарурий шартлардан саналади.

Хулоса қилиб айтганда, халқимиз менталитети, анъана ва қадриятлари негизи билан суғорилган ўзбек миллий журналисти имижини шакллантириш бугунги журналистикамизнинг олдида турган долзарб вазифалардан биридир.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари, ҳукумат қарорлари ва бошқа ҳужжатлар

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. - Тошкент: Адолат, 2011.
2. Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик кодекси - Тошкент: Адолат, 1996.
3. Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида. Тўртинчи ҳокимият. -Тошкент: Меҳнат, 2003.
4. Ўзбекистон Республикасининг “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонуни. Тўртинчи ҳокимият, -Тошкент: Меҳнат, 2003.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонуни. Халқ сўзи, 2007 йил, 15 январ.
6. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги Қонуни. Халқ сўзи, 2004 йил 11 феврал.

II. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримов асарлари

1. Каримов И.А. Ўзбекистон: миллий истиқлол, иқтисод, сиёсат, мафкура. т. 1. – Тошкент: Ўзбекистон, 1996.
2. Каримов И.А. Биздан озод ва обод Ватан қолсин. т. 2. – Тошкент: Ўзбекистон, 1996.
3. Каримов И.А. Ватан саждагоҳ каби муқаддасдир. т. 3. – Тошкент: Ўзбекистон, 1996.
4. Каримов И.А. Бунёдкорлик йўлидан. т. 4. – Тошкент: Ўзбекистон, 1996.
5. Каримов И.А. Янгича фикрлаш ва ишлаш – давр талаби. т. 5. - Тошкент: Ўзбекистон, 1996.
6. Каримов И.А. Хавфсизлик ва барқарор тараққиёт йўлида. т. 6. – Тошкент: Ўзбекистон, 1998.
7. Каримов И.А. Биз келажагимизни ўз қўлимиз билан қураимиз. т. 7. –

Тошкент: Ўзбекистон, 1999.

8. Каримов И.А. Озод ва обод Ватан, эркин ва фаровон ҳаёт пировард мақсадимиз. т. 8. – Тошкент: Ўзбекистон, 2000.

9. Каримов И.А. Ватан равнақи учун ҳар биримиз масъулмиз. т. 9. – Тошкент: Ўзбекистон, 2001.

10. Каримов И.А. Хавфсизлик ва тинчлик учун курашмоқ керак. т. 10. – Тошкент: Ўзбекистон, 2002.

III. Мавзуга доир махсус адабиётлар

1. Абдуазизова Н. Мустиқил Ўзбекистон журналистикаси тарихи.- Т.:Академия.2007.

2. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста: Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003.

3. Berneys E. L. The Later Years. Public Relations Insights 1956-1986. Rhinebeck: Free Press, 1986.

4. Блэк С. PR: Международная практика. -М.: Довган, 1997.

5. Девис Д. Албука телевидения. -М.:Искусство, 1962.

6. Саппак В. Телевидение и мы . -М.:Искусство, 1963.

7.Дўстмухаммедов Ҳ. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари. –Т.: Ўзбекистон , 2005.

8. Засурский Я.Н. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990-2004. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

9 .Муҳамедов М., Файзиева Ф., Абляева В. Телевидение асослари. – Т.: Ворис-нашриёт, 2009.

10. Худойкулов М. Журналистикага кириш. Ўқув қўлланма. -Т.: ЎЗМУ 2005.

11.Луғат-маълумотнома. Журналистика, Реклама, Паблик Рилейшнз. 1700 атама. Муаллифлар Ф.Нестеренко ва бошқ. Т.: Зарқалам.2003.

12. Прохоров. Е.П. Журналистика и демократия. -М.: Аспент Пресс. 2004.

13. Труд журналистика: профессионализм, творчество, мастерство. Уч.пос. II-том, Т.НУУЗ, 2002 г.
14. Социология журналистики. -М.: Аспект Пресс, 2004.
15. Пресса и общественное мнение. -М.: 1986.
16. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. ўқув кўлланма. Муаллифлар: Қ.Эрназаров ва бошқ. -Т.: ЎзМУ. 2002.
17. Чумиков А. Связи с общественностью. -М.: Дело, 2000.
18. Юровский А.Я., Борецкий Р.А Основы телевизионной журналистики.- М.: МГУ, 1966.
19. Шепель. В.М. Имиджиология. -М.: Народное образование, 2002.
20. Фихтелиус Э. Журналистиканинг ўн қоидаси. -Т.: Шарқ.2002.
21. International Encyclopedia of Communications Publised Jointly with the Annerbery School of Communications. Univ. of Pencilvania-Oxford univ. Press.NY, Oxford. 1989. Vol.1-4.
22. International Centre for Media studies (ISMI) Malaesia.1995.
23. Everette E. Denis. John S. Merriel. Media debats. Issues in Mass Communication. New York 1991.
24. Carole Rich. Writing and reporting news Wadsworth-Thomson learning. 1997.
25. Тафаккур гулшани. -Т.: Гафур Гулом нашриёти.1989.
26. Ҳақиқат манзаралари. -Т.:Янги аср авлоди. 2007.
27. Засурский Л.Н.и другие. Система средства массовой информации России. -М.: Аспект Пресс, 2001.
28. Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции. Учебное пособие.1997
29. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. Учебное пособие. 2004.
30. Прохоров. Е.П. Журналистика и демократия. -М.: Аспект Пресс. 2004.

IV. Газета ва журнал материаллари

1. Бадалова У.И. Тўртинчи ҳокимият эгалари, “Тафаккур” журнали
05.02.2010

2. Туробова М.Т. Агар огоҳ сен, “Ўзбекистон матбуоти”
журнали 02.03.2012

WEB ресурслар

1. <http://www.mtrk.uz>
2. <http://www.books.ru>
3. <http://www.bookz.ru>
4. <http://www.uzreport.com>
5. <http://www.google.com>

Имиж - терапия (имиж муолажа) нима дегани?

Чжун Юань Цигун системаси Инсон - Коинот ва уларнинг ўзаро боғлиқликлари ҳақидаги жуда қадимги билимлардан иборат таълимот. Бу энг самарали тиббий цигун йўналишларидан бири бўлиб, у 1993 йилнинг ёзига “сирли билимлар” жумласига киритилган эди. Бу техника имиж-терапия ёки фикр образлари орқали муолажа деб аталади. Ҳозирда бу тиббий амалиёт айнан фикрлар образлари номи билан танилган. Бу қадимги даволаш усулларида бири бўлиб, у асосан дори-дармонлар ва махсус тиббиёт асбоблари бўлмаган вақтда қўлланилган. Бу табиий даволаш усули бўлгани учун ўз даврида одамлар ҳозирда биз таблетка дорилардан қандай фойдалансак, худди шундай тарзда ишлатишган.

Бизнинг давримизга келиб бу усул энг янги даволаш методларидан бирига айланди. Бундай ҳол бошқа кўпгина нарсалар билан ҳам содир бўлган: қадимги усуллар унутилиб, кейинчалик уларни яна янгича назар билан эслашган.

Фикрлар образи орқали даволаш хитойчасига “Н-сян Ляо Фа” дейилади, таржимаси **манзара, образ** маъносини англатади. Бу тизим чиндан ҳам инсон организми нима эканлигини тушунишга имкон беради. Умуман олганда, ҳаёт нима эканлигини, атрофимизда рўй бераётган воқеа-ҳодисаларни тушуниш образ демакдир, яъни бирор бир образни юзага келтиради. Агар бошда салбий образ сақланса, бирор бир ёмонлик кутилаётган бўлса, у ҳолда сиз билан албатта бирор бир ёмонлик содир бўлади. Агар сизнинг онгингизда доимо ёқимли манзаралар мавжуд бўлса, у ҳолда сиз доимо ўзингизни бахтиёр ҳис этасиз.

Имиж-терапия, имиж-даволашда муайян образларнинг тананинг бирор бир қисми ёки аъзосига таъсири ҳамда у ёки бу образ билан уларнинг қандай функцияси боғлиқ ва қандай образлар жисмоний тананинг функцияларига таъсир қилиши ўрганилади.

Имиж-терапия нуқтаи назаридан олиб қараганда, одам танаси уч қисмдан, яъни **жисмоний тана, энергия (қувват) ва руҳдан** иборат. Улардан қай бири муҳимроқлигини аниқлаш мушкул. Хитой файласуфи Лао-цзи уларга шундай таъриф беради: “Тана – ҳаётни ўзига сиғдиради. Руҳ ҳаётни бошқаради: агарда шулардан бири ўз мақомини йўқотса, у ҳолда бу уларнинг уччаласига ҳам зиён етказди. Шунинг учун руҳ йўл кўрсатса, тана уни кетидан эргашади, бу ижобий натижалар беради, лекин аксинча бўлганда, бу зарар келтиради”.

Агар биз касал бўлиб қолсак, масалан, суяк синса ёки эт кесилса, бу жисмоний тана муаммоси ҳисобланади. Мабодо буйрагингиз ёки ўт пуфагингизда тошлар бўлса, у ҳолда бу сиздаги энергия (қувват) билан боғлиқ муаммоларга ишорадир. Оёгингиз оғриётган бўлса, у ҳолда бу энергетик каналларнинг ёпилишидан далолат беради. Эрталаб сиз чарчоқ ҳисси билан уйғонсангиз – бу паст даражадаги қувватдан нишона. Агар сиз тажовузкор бўлсангиз ва тез-тез арзимаган баҳоналар туфайли жанжаллашаверсангиз – бу сизда ёмон энергиянинг кўплигини билдиради.

Баъзан касалланишингиз тана ёки қувват муаммолари билан боғлиқ бўлмайди. Бу онгингиз ёки руҳингиз билан ҳам боғлиқ бўлиши мумкин. Масалан, ҳаётингизда ёқимсиз ҳолатлар ва омадсизликлар кўпайиб кетса, у ҳолда сизда депрессия – тушкунлик ҳолати авж олиши мумкин. Ёки атрофингиздагилар билан қандайдир тушунарсиз ҳолатлар рўй бераётган бўлса, у ҳолда сизда кўрқув ҳисси пайдо бўлиши аниқ. Баъзида эса ҳеч қандай сабабларсиз кайфиятингиз тушиб кетади ва сиз ўз яқинларингизга жahl қиласиз.

Шундай қилиб, агар сиз касал бўлган бўлсангиз, сизда жисмоний, энергетик ва руҳий касалликлардан бири юзага келган бўлиши мумкин. Кўпинча ҳар учала турдаги касалликлар комбинацияланиши кузатилади. Масалан, агар сизда доимо кўрқув бўлса, бу руҳ билан боғлиқ муаммодир. Сиз нима қилган бўлсангиз ҳам сизда кўрқув ҳиси йўқолмаётир. Бу сизнинг жисмоний миқёсда буйракларингиз билан боғлиқ муаммолар борлигини англатади. Улар нотўғри ишлаётганлиги ёки уларнинг қайсидир қисми сезгирликни йўқотганидан далолат. Ҳаммаси ўзаро боғлиқ: жисмоний миқёсда буйраклар билан боғлиқ муаммолар ва руҳий миқёсдаги кўрқув. Шунинг учун бундай вазиятда руҳ ва тана муаммоларини бир - бири билан боғлиқ ҳолда ҳал этиш керак. Жуда кўп ҳолларда касаллик ҳар учала сабаб билан боғлиқ бўлади, яъни: жисмоний тана оғриғи, қувватнинг сусайиши ва руҳий тушкунлик каби муаммолар. Астма касалини мисол қилиб олинганда ҳам, худди шу нарса кузатилади: аввал одам совуқ қотади, бронхит билан оғрийди, танани нотўғри овқатланиш ва дорилаш туфайли шлаклар билан тўлдириб юборади, бу биринчи жисмоний миқёс дейилади. Кейинчалик сурункали бронхит ва харсиллаш авж олади – бу, энди, энергетик миқёс. Бунлай ҳолатда одам тинчини йўқотади, асабий, жиззаки, баъзан ёвуз бўлиб қолади, бу руҳий миқёс ҳисобланади.

Бугунги кунга келиб замонавий тиббиёт тараққиёти ҳар учала турдаги касалликларни даволаш имконини бермайди. Жисмонийларининг айримлари ҳато муваффақиятли равишда даволаниши мумкин. Бунга жарроҳлик йўли

билан даволашлар киради. Энергетик миқёсда даволашга биров яқинлашилди; булар жумласига турли физиологик муолажалар, ванналар, лой билан даволашлар, фитотерапия кабилар киради. Қайсидир миқёсда ахборий касалликлар ҳам даволанмоқда. Бу ўз вақтида кўрсатилган психологик, руҳий ёрдам бўлиши мумкин. Бироқ умумий қилиб олганда санаб ўтилган уч турдаги касалликларни бир вақтнинг ўзида даволаш қийин.

Хитой тиббиётида машҳур цигун – терапия ва биз айтиб ўтган имиж-терапия одам организмининг ҳар учала жиҳатини бирлаштирган ҳолда ва бир пайтнинг ўзида даволаш имкониятига эга. Бу даволаш техникалари ижобий натижалар бермоқда.

Биз фикр юритмоқчи бўлган имиж-терапия сеансларида бир пайтнинг ўзида бемор организмининг жисмоний, энергетик ва ахборий жиҳатларига таъсир кўрсатилади. Дастлабки хатти-ҳаракатлар мижознинг заифлашган энергетик тизимига таъсир ўтказишга, яъни: Ци марказларини жонлантириш, ёпилиб қолган каналларни очиш ва организмнинг туғма даволаш кучини, хусусиятларини қайта тиклашга киришилади. Ташхисни аниқлаш пайтида олинган маълумотлар ёрдамида организм ичидаги Ци энергияси тақсимлаб чиқилади, бир аъзодаги ортиқча энергия олиб ташланади ва бошқаларига жойлаштирилади, касалланган органдаги ифлосланган энергия (кувват) аниқланади ва чиқариб юборилади, меридианлардаги сиқилмалар очилади, тана юзасидаги акупунктур нуқталар фаоллаштирилади. Агар бирор бир аъзолардан бирининг энергетикаси зарарланган бўлса, у ҳолда шифобахш Мантрларнинг овозли кучидан фойдаланилади, бу айниқса аллергия касалликларда ижобий натижалар беради. Баъзан хасталанган аъзо ёки тана қисмига шифобахш товушлар ёрдамида мақсадли таъсир ўтказиш натижасида аллергияларнинг “йўқотилиши”ни кузатиш мумкин. Айни пайтда мижознинг Коинот билан бирлашиши содир бўлади ва ташқи космик энергия жалб қилиб олинади.

Шунингдек, имиж терапия бу-ажойиботлар, гўзаллик ва яхшиликлар билан даволаш демакдир. Бунда дардманд одамнинг аввало руҳига, кувватига сўнг танасига таъсир кўрсатилади. Инсоният табиятан шундай яралганки, у ширин сўз, эзгу ният, меҳр-оқибат ва гўзаллик шайдоси. Бетоб инсонни қаровсиз қолган гулга қиёс этиш мумкин. Агарда унга тўғри парвариш кўрсатилса яна чирой очиб ҳаётга кулиб қарай бошлаши аниқ. Бу борада имиж терапевтнинг сўзлари сувга, юзлари ширмой нонга, кўзлари эса нурга қиёс бўлиши талаб этилади. Биргина калом билан беморни ҳаётга қайтариш ва аксинча умрига нуқта қўйиш мумкин. Сизнинг кўзларингиздан бемор тузалиши учун ишонч йўқ экан деб билса, ҳар қандай табобат кароматлари ҳам

ожишлигича қолаверади. Ёқимли, бежирим ташқи кўринишингиз беморни ҳаёт гўзалликларидан баҳра олишга ундаса, ич-ичингиздан чиқаётган “ҳаммаси яхши бўлишига” бўлган самимий ундов унга куч беради.

Қарангки, имиж терапия ёрдамида инсон ўзини-ўзи даволаши ҳам мумкин экан. Кайфиятингиз бузулиб депрессия ҳолатига тушган бўлсангиз дарҳол ҳамма нарсани унутиб дунё ажойиботларидан, гўзалликлардан баҳра олишга урининг. Энг чиройли либосингизни кийинг-у, тезлик билан режани тузинг: ўзингиз ҳаёл қилган бетакрор манзарага ошиқасизми, кўпдан бери кўрмаган дўстингиз дийдорига шошиласизми? Хатто чўнтакда автобусга етарли пул бўлишининг ўзи кифоя: энг маҳобатли дўконга бориб сувенирларни томоша қилишингиз; кийимлар дизайнидан андаза олишингиз, кўриб кўзни қувнатишингиз (ахир дунё тажрибасида window shopping-кўриб ҳарид қилиш деган нарса ҳам бор); очиқ ҳавода сайр қилиб руҳни яйратишингиз мумкин.

Агарда жисмоний ёки ахборий танада энергетик дисбаланс (номутаносиблик), Цининг ёпилиши ёки тўхтаб қолиши намоён бўлмаган бўлса, у ҳолда имиж-терапиянинг бир неча сеансларининг ўзиёқ етарли бўлади. Сурункали касалликларда эса, 12-14 ва ундан ортиқ сеанслар керак бўлади.

Болалар кўпинча тез шифо топишади, бир курс давомида ўзларини тиклаб олишади. Барчаси касалликнинг давомийлигига боғлиқ. Катталарга имиж-терапиянинг бир неча курсларидан ташқари уйда бажариш учун қўшимча машқлар ҳам зарур бўлади (йога машқлари). Агарда бемор ғайратли бўлса, у ҳолда албатта натижа тезда кўзга ташланади. Охирида Лао-цзи айтганидек, “Танани бошқариш ва моҳиятни озиқлантириш учун меъёрида уйку ва хордиқ, шунга мос озуқа ва ичимлик, мўътадил ҳиссиётлар, соддалаштирилган фаолият талаб этилади”.