

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ
ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ
АУДИОВИЗУАЛ ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ
КОММУНИКАЦИЯ КАФЕДРАСИ**

АБДУРАҲМОНОВА МОҲИРАБОНУ БАҲОДИР ҚИЗИ

**ИНТЕРАКТИВ КЎРСАТУВЛАР: ЯНГИЛАНИШ
ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА МУАММОЛАРИ
(МИЛЛИЙ ВА ХАЛҚАРО ТАЖРИБА)**

**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.Дўстмуҳамедов
2014 йил “9” июнь

ИЛМИЙ РАҲБАР:
_____ ф.ф.д
Х.Дўстмуҳамедов
2014 йил “9” июнь

Тошкент - 2014

М У Н Д А Р И Ж А

	Номланиши	Бетлар
Кириш		3-8-бетлар
Биринчи боб: Интерактив телевидение: янгиликка интилиш, ютуқ ва муаммолар		
1.1.	Тараққиётнинг янги босқичи – ахборий жамиятда интерактив журналистика	8-12-бетлар
1.2.	Интерактив телевидениенинг бошқа ОАВ турларига нисбатан ўзига хослиги	12-17-бетлар
1.3.	Халқаро тажрибалардан: “Мухлисларга мослашадиган телевидение”	17-21-бетлар
Иккинчи боб: Эфир: муаллиф ва аудитория		
2.1.	“Эфирга чиқишга тайёرمىсиз?” Миллий менталитет, “Ниқобдаги одам” ва “тингловчиларга мослашадиган эфир жараёни” ҳақида	21-29-бетлар
2.2.	Интерактив журналистика: жонли эфирда овоз ва тасвир жозибаси	29-33-бетлар
2.3.	Футбол шарҳларини ёритишда интерактив усуллардан фойдаланишнинг ютуқ ва муаммолари	33-42-бетлар
Учинчи боб: Ўзбекистонда тайёрланадиган аудиовизуал материалларнинг дунё медиа майдонидаги ўрни		
3.1.	Рақамли телевидение: интерактивлик янги ва сифатли босқичда	43-49-бетлар
3.2.	Хориждаги “ўзимизники”лар билан ҳам ўзаро интерактив мулоқотни кенгайтириш масалалари	49-59-бетлар
3.3.	Онлайн узатишлар - мамлакатимиз ва дунё ўртасидаги ўзига хос ахборот кўприги	59-65-бетлар
Хулоса		65-69-бетлар
Фойдаланилган адабиётлар ва манбалар рўйхати		

КИРИШ

Инсоният пайдо бўлганидан бери уни тараққиётга ундаган сўзнинг аҳамияти даврлар ўтиши билан янада орта борди. Бугун яна сўз журналистика орқали инсонларни теранроқ фикрлашга, ўз дунёқарашларини ифодалашга, ҳаётини эркинлаштиришга ундамоқда. Бунда аудитория – ОАВнинг таъсир доираси учун хизмат қилувчи восита эмас, балки ОАВ – аудитория фикрини акс эттирувчи воситасига айланмоқда. Демократик жамиятда ҳар бир инсон ёши, жинси, ижтимоий келиб чиқишидан қатъи назар, ўз фикрларини ифода этиш ва у билан ҳисоблашиш ҳуқуқига эгадир.

1944 йилда “20th Century Pictures” кинокомпанияси асосчиларидан бири Дэррил Занук телевизорнинг келажагини шундай “башорат” қилганди: “Телевизор савдоси энг узоғи билан олти ойдан сўнг касодга учрайди. Чунки инсонлар ҳар куни оддий бир кутичага қараб ўтиришга тоқат қилишолмайди”. Мана, шу гапга ҳам етмиш йил бўлибди.

Давр ўтаркан, тезкор равишда ахборот билан таъминлаш борасида телевидениенинг оммавий ахборот воситаларининг бошқа турларига нисбатан имкониятлари кенгроқ эканлиги янада аниқ бўлиб борди. Телевизорни бирданига юз минглаб, ҳатто миллионлаб одамлар томоша қилиши мумкин. Шундай экан, у аввало, кишиларга ўзига хос руҳий озуқа бериб, маънавий эҳтиёжни қондиришга хизмат қилмоғи керак. Бундан эллик йил олдинги томошабин билан ҳозирги томошабин ўртасида қандай фарқ бор? Албатта, давр ўзгарди, ҳаёт ўзгарди. Демакки, томошабинлар ҳам ўзгарди. Бугунги томошабин ўта талабчан, сохталикни ёқтирмайди, юксак маҳорат билан тайёрланган кўрсатувларни танлаб кўради.

XXI аср жаҳон ҳамжамияти томонидан “ахборот коммуникациялари асри” дея эътироф этилмоқда. Бундай шароитда билим, ахборотга эгалик ишлаб чиқариш ва иқтисодий алоқалар устидан ҳукмронлик қилиш имконини беради. Компьютер маданиятининг кириб келиши туфайли

инсоннинг ўз устида ишлашига, ўз малакасини оширишга интилишига асосланган фикрлашнинг, билим олишнинг янги кўриниши юзага келди. Ҳозирги кунда Амударёнинг нариги бетидаги Майманадан, ёки Тинч океанининг қоқ ўртасидаги Ҳонолулу ёхуд кўҳна Европанинг Кембриджидан туриб сизга “чат” ёзаётган дўстингиз атиги ярим соат олдин “O`zbekiston”, “Yoshlar” ёки “Sport” телеканалидан яхшигина бир кўрсатув беришгани ҳақида тўлқинланиб гапирса, ҳайрон бўлишга айтарлик ўрин қолмади.

Битирув малакавий иш мавзусининг долзарблиги ва аҳамияти. Бугунги кунда ОАВ учун энг муҳим вазифалардан бири – интерактивлик, яъни аудиторияни мулоқотга чақириш.

Телевидениеда интерактивлик. Бунда аудиториянинг ҳар бир сўзи эфир орқали яна аудиторияга қайтиб келади. Бу оммавий ахборот воситаси учун жуда муҳим жараён. Одамларнинг фикрларини тинглаш, қизиқишларини кондириш – кенг оммага тақдим этишда икки тарафлама алоқага асосланган оммавий ахборот воситаларнинг аҳамияти катта. Аудиториянинг дунёқараши, кайфияти, менталитети интерактив журналистиканинг у ёки бу даражада такомиллашувини белгилайди. Аввало, интерактив усулда тайёрланган материал аудиторияни фикрлашга ўргатади, унда ўзига бўлган ишончни пайдо қилади. Тўғри, бизнинг кишиларимиз Ғарб кишиларидек кўп гапиришга, ўзини намоёйиш қилаверишга кўп ҳам мойил эмас. Улар гапиришдан кўра тинглашни хуш кўришади. Шунинг учун интерактив усулларни жорий этиш нафақат техникавий (телефон, радио, аппаратура) шу билан бир қаторда урф-одат, менталитет тўсиқларини енгиб ўтишни назарда тутати. Интерактивликка соҳа мутахассислари қаторида эфирни ҳам, муаллифни ҳам, аудиторияни ҳам тайёрлаш зарур. Бошқача қилиб айтганда, янги, эркин жамият қуриш учун, энг аввало, фуқаролар фаоллигини ошириш даркор, интерактив телевидение эса айнан ушбу вазифани бажаради.

Мавзунинг олдига қўйган мақсади ва ундан келиб чиқадиган вазифалар. Шу ўринда масаланинг яна бир нозик жиҳатига тўхталиб ўтсак.

Хўш, бугун телевидение орқали намойиш этилаётган кўрсатувлар ва дастурлар томошабинни нечоғли қониқтимокда?

Бугунги кунда телевидение ахборот узатиш бўйича энг оммавий ахборот воситаларидан биридир. Ер юзидаги миллиардлаб одамлар ҳар куни сўнгги воқеа-ҳодисалардан хабардор бўлиш, ёқтирган кўрсатув ва фильмларидан баҳра олиш учун телевизор томоша қилади. Кундалик турмушимизни теледастурлар, сериал ва рекламаларсиз тассаввур қилолмай қолдик. Биргина теледастурларнинг ўзи саёҳат, музей, кино, концерт ва ҳоказолар ўрнини тўлдирыпти. Тезкор ахборотлар, кўнгил очар дастурлар телевидение орқали намойиш этилаётгани ва дунё танишда телевизорнинг ўрни муҳимлигини ҳеч ким инкор этмайди. Бироқ, зангори экран ортида ўтириб оламга назар солар эканмиз, биз мустақил фикрлашдан маҳрум бўлиб қолаётгандекмиз. Айрим ҳолларда эса телеэкран қаршисида “мих”ланиб ўтирган куйи санъатга, маънавий гўзалликка бўлган эҳтиёжимиз, умуман бу тушунчаларнинг моҳиятига эътиборимиз йўқоляпти. Яъни, ишдан бўш пайтимизда театр, кино ёки концертга, кўргазмалар, музейларга бориб “фаол дам олиш” ўрнига шундоққина телевизор қаршисига ўтириб, пульта кўлга олиб “пассив дам олиш” билан кифояланиб қўя қоляпмиз. Пировардида томоша қилаётган нарсамиздан завқланиш, маънавий ва руҳий лаззат туйиш қобилиятимиз ўляпти. Шунингдек, мутахассисларнинг таъкидлашича, кейинги пайтларда “телеодам”ларда муттассил руҳий тушқунлик ҳолати кўп кузатиляпти. Чунки, истаймизми-йўқми экранда кўрсатилаётганларнинг киши руҳиятига таъсири кучли.

Бу жараёнда бизга яна интерактив усулларини тезкор ва кенг қўллаш ёрдам беради. Тўғри, журналистика доим интерактив усулда тараққий этмаслиги мумкин, аммо доимо аудиториянинг акс-садосини назарда тутиб фаолият кўрсатади. Қайсидир маънода, аудиториянинг фикрини билишга, диалогга, ўз таъсир доирасининг самарасини аниқлашга интилади. Интерактивлик – журналистиканинг ички эҳтиёжларидан келиб чиққан

хусусиятдир. Бу хусусиятнинг интерактив усулда намоён бўлиши бошқа муаммо. Интерактивликнинг кўринишлари журналистиканинг турли жанрларида ҳам намоён бўлади. Оммавий ахборот воситаларига аудиторияни жалб қилишда, унинг оммавийлигини оширишда интерактив журналистика янги йўналиш сифатида ривожланмоқда. Унда асосий муаллиф сифатида аудитория фикр билдиради ва ижодкор бўлади.

Мутахассислар фикрича, фанлар ҳар беш йилда жиддий ўзгараркан. Тиббиёт ходимлари таъкидлашича, дорилар мажмуаси ҳам уч йилда тубдан янгиланади. Журналистика-чи?.. Агар биз кенг аудиторияга ахборот етказишнинг оммавий усуллари ундан ҳам тез ривожланмоқда десак, хато қилмаган бўламиз.

Мавзунинг ўрганилганлик даражаси. Ўзбекистонда оммавий ахборот воситалари, авваламбор, телекўрсатув ва радиоэшиттиришларни ривожлантириш истиқлол йилларида Президентимиз раҳнамолигида амалга ошириб келинаётган ислохотларнинг муҳим йўналишларидан биридир. Сўнгги йилларда қўрилган қатор чора-тадбирлар натижасида телевидение ва радионинг замонавий техник базаси яратилди. Телекўрсатувларни тайёрлаш ва тарқатиш жараёнига замонавий телевизион ускуна ва медиатеchnологиялар мунтазам жорий этилмоқда.

Янги техник имкониятлар теледастурларни томоша қилиш жараёнини давлат, ҳукумат ёки бирон бир сиёсий партия назоратидан холи қилиш имкониятини яратди. Бу эса ўз вақтида мустақил ривожланиш йўлига кирган мамлакатларда ҳукукий-демократик давлат, фуқаролар жамиятини қуришда ниҳоятда қўл келади.

Тадқиқотнинг объекти ва предмети. Анъанавий радио ҳамда телевидениелар овоз ва тасвирга эга бўлганлиги сабабли босмага нисбатан инсон табиатига анча яқин. Натижада мазкур ахборот воситалари бир асрга тўлмасдан беш асрлик тажрибага эга бўлган матбуотдан ўзиб кетди. Интернетда эса улар мисли қўрилмаган янги даражага кўтарилмоқда. Бугун

инсон ўз хоҳишидан келиб чиққан холда ўз ихтиёри билан, ўзига маъқул бўлган теледастурни тузиш имкониятига эга. Инсоният глобал алоқа – мулоқот воситалари даврига кўчди. Ҳозирда ҳар бир киши ўз саводини ўзи чиқариши, ўз малакасини ўзи ошириши, дунёда содир бўлаётган воқеа-ҳодисалардан тезда хабардор бўлиши, асрлар давомида инсоният ақл-заковати билан яратилган барча интеллектуал бойликлардан фойдалана олиши, мазмунли ҳордиқ чиқариши мумкин. Бунда Интернет тармоғи ниҳоятда қўл келади.

Масалан, радиога 50 миллион кишидан иборат аудиторияни шакллантириш учун 30 йил керак бўлган бўлса, телевидениега шундай ҳажмдаги аудиторияни шакллантиришга 13 йилгина даркор бўлди. Интернетга эса худди шундай аудиторияга эга бўлиш учун атиги 4 йилгина кифоя бўлган холос. Интернет ОАВ орасида биринчиликни эгаллаш учун фавқулодда илдам суръатлар билан ҳаракат қилмоқда. 1981 йили Интернетга 213 тагина компьютер уланган бўлса, 14 йил ўтиб, яъни, 1995 йилга келиб унга 40 миллион компьютер уланган эди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги. Бугунги оммавий ахборот воситаларининг ривожланишини бундан беш-олти, ҳатто икки-уч йил илгариги давр билан ҳам қиёслаб бўлмайди. Айниқса, кейинги ўн йиллик ичида дунё миқёсида ахборот узатиш, уни қабул қилиб олиш борасида кучли рақобатга эга бўлган информация бозорлари пайдо бўлдики, айтилиши вақтда уларнинг хизматидан барча оммавий ахборот воситалари баробар фойдаланаяпти.

Телевидениенинг бугунги ҳаётимиздаги аҳамияти беқиёсдир. Тележурналист эса ижтимоий воқеликни шунчаки, беэҳтирос қайд этувчи эмас, балки ўз жамияти, халқи, миллати, ватанининг манфаат ва мақсади учун курашчи, фаол, жамоат арбоби ҳам бўлиши зарур. Журналист меҳнатининг маънавий асосини унинг ички дунёси, эътиқоди, мақсади белгилайди. Ўз қалами билан халққа, ватанга, эзгуликка, адолат ва

ҳаққонийликка хизмат қилиш ҳар бир журналистнинг олий бурчидир. Шунингдек, журналист ёзиш ва таҳрир қилишдан ташқари матбуот материалларини уюштириш, уларнинг таъсирчанлигини таъминлаш, самарадорлигини ошириш учун доимий курашиши ҳам лозим. Бу эса журналистдан ижтимоий ҳаётга бевосита аралаша билиш, ишбилармон ва ҳозиржавоб бўлишни талаб қилади.

Янги техник имкониятлар жонли сўзга (оғзаки нутққа) ўзининг дастлабки шакли ва мазмунини қайтармоқда. Фақат энди уни ўн минг-ўн беш минг киши эмас, миллион-миллион кишилар томоша қилмоқда, бир йўла сўзнинг пайдо бўлишига, фикрнинг туғилишига гувоҳ бўлмоқда. Бу эса телевидениенинг буюк сеҳрловчи кучга эга эканидан далолат.

Тадқиқотнинг таркибий тузилиши. Республикамизда журналистика касбига бўлган талаб тобора ошиб бормоқда. Бизда оммавий ахборот воситалари ва уларда хизмат қилаётган ижодкорларнинг эркин, кенг камровли, ошкора фаолият кўрсатишлари, ватанимиз равнақи, халқ бахт-саодати, миллатимиз камолоти йўлида ижод қилишлари учун барча имкониятлар мавжуддир.

Кўрсатувларда ҳаётни ёритишда ҳақиқатдан келиб чиқиб ёндошиш, кенг халқ оммаси мақсадларини кўзлаб ҳаракат қилиш билан бирга, шароитга мослашиш, телетомошабинлар орзу-умидлари, ишончлари, эзгу мақсадлари билан ўртоқлаша билиш зарур. Телевидение бу оғзаки нутқ, кадрда кўрсатув олиб бораётган шахснинг тили, сўз бойлиги, эфирда чиройли фикрлаш қобилияти ҳам муҳимдир.

Мустақиллик йилларида Ўзбекистон телевизион журналистикаси олдида принципиал янги ёндошувлар, янги талаблар, оригинал мавзулар пайдо бўлди. Янги қаҳрамонлар дунёга келмоқда. Янги ёш, талабчан, XXI асрнинг ақлли, зукко авлоди тарбияланмоқда. Улар янги, электрон ОАВнинг ўзига хос хусусиятларини чуқур билишлари зарур. Тараққиёт бўлажак соҳа эгаларининг ўз малакаларини оширишда янгиликлар киритиши, интерактив

воситалардан фойдаланиши, ўқувчи кўз ўнгида ҳаққонийликни очиб беришида кўзга ташланади.

Аудитория қатламининг кенглиги ва уларнинг қизиқиш доираси турлича бўлганлиги боис мавзулар кўлами ҳам ўзгариб бормоқда. Улардан фойдаланишда томошабинга қай тарзда етказишни, интерактив усуллардан фойдаланишни, бошловчи имижини ташкил қилишни тўғри йўлга қўйиш лозим.

БИРИНЧИ БОБ: ИНТЕРАКТИВ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ЯНГИЛИККА ИНТИЛИШ, ЮТУҚ ВА МУАММОЛАР

1.1. Тараққиётнинг янги босқичи – ахборий жамиятда интерактив журналистика

Ўтган асрнинг охирларига келиб, дунё ҳамжамияти тараққиётнинг янги босқичи – ахборий жамиятга қадам қўйди. Ахборот жамияти ғоясини 40-йилларда япон олими И. Масуда илгари сурган бўлса-да, унинг фанга кириб, чуқур тадқиқ этилиши 60–80-йилларда Э. Тоффлер, Д. Белл, З. Бжезинский каби атоқли тадқиқотчилар номи билан боғлиқ. Ўтган давр мобайнида жамиятда айланаётган ахборот ҳажми кескин ошди. Бундай ҳолат ахборот ишлаб чиқариш ва тарқатишда фойдаланиладиган янгидан-янги технологияларни яратишни тақозо этади. Янги технологиялар жамиятдаги маълумотнинг ҳажмини, унинг айланиш тезлигини ва чегара билмаслигини кескин оширибгина қолмай, ахборотни одамларнинг энг муҳим кундалик эҳтиёжларидан бирига айлантирди. Америкалик мутахассис Ф. Махлуп ахборот асрида ҳар бир маълумот одамларнинг эҳтиёжларини қондирадиган зарурий маҳсулот сифатида тайёрланиб истеъмолчиларга тақдим этилади, деб башорат қилган эди. Дарҳақиқат, “1980 йилларга келиб ривожланган мамлакатлар ичида АҚШ мисолида оладиган бўлсак, ўша даврда 3 фоиз аҳоли қишлоқ хўжалиги билан шуғулланган бўлса, 20 фоиз одамлар хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлиб, 48 фоиз мутахассислар ахборот олиш ва тарқатиш билан машғул бўлганлар”. Ҳар қандай ахборий жамиятга ўтишнинг бирламчи талабларидан бири, аҳоли барча қатламларининг ахборотга бўлган эҳтиёжини мумкин қадар кенг қондиришдан иборатдир.

“Маълумки, инсоният ёзув ихтиро қилингунга қадар тахминан уч миллион йил оғзаки алоқадан фойдаланган. Ундан беш юз йил ўтиб телефон, радио ва телевидениега эга бўлди. Анъанавий эшитув-кўрув воситаларидан компьютерларга ўтиш учун эса атиги эллик йил керак бўлди, холос. Бундан кўриниб турибдики, ХХI аср тамаддуни шиддатли равишда инсоният турмуш

тарзини ўзгартирмоқда. Барча тамаддунлар каби мазкур тараққиёт ҳам ўзининг ижобий хусусиятлари билан қаторда кишилиқ жамиятига муайян хавфларни солмоқда”.¹

Ахборот жамиятига ўтиш инсонларнинг иқтисодий ёки ижтимоий табақаланишига ҳам ўз таъсирини ўтказди. Бу даврда у ёки бу маълумотга эғалиқ қилиш одамларни бой қилиши, сиёсий мартабасини ошириши ёки қашшоқлашишга олиб келиши мумкин. Аксарият муаммолар одамларни инфор­мацион ва телекоммуникацион воситаларга эғалиқ қилиши ва улардан фойдалана олишига боғлиқ бўлади. Бугунги кунга келиб, ахборотга эғалиқ қилиш даражаси давлатлар нуфузи ва салоҳиятини билдирувчи кўрсаткичга айланмоқда.

Халқаро тажрибаларнинг кўрсатишича, бугунги кунда давлатларнинг иқтисодий-ижтимоий, маданий тараққиёти кўп жиҳатдан замонавий технологияларнинг ривожланишига боғлиқ бўляпти.

Интерактив журналистика негизида ҳам замонавий ғарб фалсафаси ва социологияси таркибидиги интеракционизм йўналиши туради. Айнан ижтимоий интеракция – “...алоҳида индивид, гуруҳ, ижтимоий системалар, жамиятларнинг ўзаро таъсир кўрсатиш жараёнидир”.² Бу йўналишнинг асосий мақсади – ижтимоий ўзаро боғлиқликнинг рамзий қирраларига эътибор бериш, уларнинг муҳимлигини тан олиш ва таҳлил қилишдан иборатдир. Интеракционизм ва унинг асосий воситаси сифатидаги тил – инсонлараро мулоқотнинг таянч нуқтаси, икки тарафга ҳам таъсир этувчи имконият деган ғояларни илгари суради. Шунинг учун ижтимоий ўзгаришлар, турли жабҳаларнинг фаоллашуви даврида интеракционизм ғоялари кўпгина соҳалар билан уйғунлашади. Жумладан, журналистика билан ҳам.

¹ Жўраев Н. Тарих фалсафасининг назарий асослари. –Т: Маънавият, 2008.

² Социологический энциклопедический словарь. –М: 1998.

Интеракционизм сўзининг луғавий маъносига келсак, “интер” – ўзаро, “акцио” – фаолият, ўзаро фаолият юритиш, бизнинг мавзумизда ахборот алмашиш, кенг маънода эса, ижтимоий таъсир кўрсатиш даражасини кўтариш, яъни мулоқот жараёнида ахборот алмашинувининг икки тарафлама фаоллашувини билдиради ҳамда ўзаро ўрганмоқ, маъноларини англатади.

“Унинг эътиборининг марказида индивидларнинг ўзаро таъсир қилиш жараёни назарда тутилади. Аммо ҳар бир шахс ушбу жараённинг бир субъекти сифатида намоён бўлиши билан бирга абстракт ҳолатда эмас, балки алоҳида ижтимоий гуруҳнинг намоёнчаси, ўзининг ижтимоий вазифасини бажарувчиси сифатида талқин этилади”.³

Ижтимоий гуруҳ кўринишида намоён бўладиган аудитория интерактив журналистикада пассив қабул қилувчи эмас, ахборот олиш ва тарқатишда фаол ижодкорга, ўзининг ички имкониятларини намоён қилувчи ижтимоий интеракциянинг иштирокчисига айланади. Интерактивлик оммавий ахборот воситалари ёрдамида ўзининг жараёнларига барчанинг диққат – эътиборини жалб қилади, шууридаги фикр – мулоҳазаларнинг жонланишига қаратилади.

Аудитория учун эфирга уланиш ва унда ўз фикрини ифодалашнинг бир неча йўллари бор :

- Телефон қўнғироғи орқали студияга уланиш
- Турли сўровномаларда қатнашиш
- СМС орқали овоз бериш
- Пейджинг алоқаси орқали боғланиш
- Электрон почтадан фойдаланиш
- Интернет-чатларда иштирок этиш.

Аммо ҳозирги кунда буларнинг бари интерактивликка ўтишнинг энг бирламчи кўринишлари, холос. Уларда эфирдан ташқари бўлган воситалар орқали тингловчилар ўз фикрларини билдирадилар. Аммо уларда интерактив жараённинг савияси - бу техник воситалар қандай ишлашига боғлиқ бўлади.

³ История социологии в Западной Европе и США. –М: 1999.

Мухлиснинг иштироки у ёки бу даражада ана шундай техник воситаларнинг қандай ишлата олиши ёки уларнинг бор-йўқлигига боғланиб қолади. Эфир ходимлари эса, мухлислар фикридан ўзларига маъқулини танлаш имкониятига эга бўладилар. Шунинг учун овоз бериш, электрон почтадан фойдаланиш, сўровнома ёки СМС танловида иштирок этиш кабилар тўла қонли ҳолислик ва демократик тамойиллар асосида амалга оширилади, деб бўлмайди. Натижалар ҳаққонийлиги, бошловчи ва эфирдаги бошқа мутахассисларнинг этикавий меъёрларга қандай амал қилишларига ҳам боғлиқ бўлади.

Телевидениедаги интерактив дастурлар турларини интерактивлик жиҳатидан қуйидагича таснифлаш мумкин:

1. Тўлақонли интерактивлик:

- А) студиядаги аудитория билан бошловчи ва қаҳрамонлар мулоқоти (ток-шоу, ўйинлар);
- Б) эфирга телефон қўнғироқ қилиш, шаҳар кўчаларидан, воқеа-ҳодиса содир бўлаётган жойдан эфирга уланиш.

2. Қисман интерактивлик:

- А) телефон қўнғироқлар, хатлар, СМСлар;
- Б) ижтимоий сўровлар;
- В) ёзиб олинган интервьюлар.

Телевидениедаги бевосита мулоқотнинг интерактив хусусиятида икки индивидумни бирон масала ечимини топишда ўз нуқтаи назарини ифодалашга интилиш бор. Шунинг учун мулоқот асосида интерактивликни коммуникациянинг бир қисми сифатида талқин қилиш мумкин. Интерактив теледастурлар трансляцияларида кузатиладиган интерактивлик бунда ниҳоятда катта аҳамиятга эга. Масалан, “Тошкент” телеканалида эфирга узатилган “Тошкент ва тошкентликлар”, “Спорт” телеканалида тайёрланаётган “Аптека слушаёт”, “Гол” дастурлари ўзининг ижтимоий масалаларни кўтаргани билан диққатга сазовордир. Бу дастурлар қисман

интерактивлик асосида эфирга узатилади.

Телевидение ва радио ҳамкорлигида олиб борилган интерактив кўрсатувлар тайёрлаш бўйича “Тошкент” телерадиоканалида “Тошкент ва тошкентликлар” кўрсатувини мисол сифатида келтиришимиз мумкин. ТВ орқали жонли тарзда эфирга узатилган бу кўрсатувни бевосита 87.9 FM тўлқинлари орқали радиода ҳам тинглаш имконияти бўлган. Аудитория вакиллари теле-радиоэфирга кўнғироқ қилиб ёки электрон почтага савол йўллаш орқали дастурда иштирок этганлар. Ушбу дастур жиддий ижтимоий мавзуларга бағишланганлиги, аудитория вакиллари бевосита мутасадди раҳбарлар билан танишиш имкониятига эгаллиги ва кундалик муаммоларни ҳал қилишга қаратилганлиги билан бошқа дастурлардан фарқ қилади. Шунингдек, “Тошкент” телеканалида кейинги йилларда эфирга узатилаётган “Очиқ мулоқот” дастурларини ҳам келтириш мумкин.

1.2. Интерактив телевидениенинг бошқа ОАВ турларига нисбатан ўзига хослиги

“Жамият тирик организм, ОАВ қон томир бўлса, улар орқали ахборот ҳаётбахш элексири сифатида ҳаракат қилса, унда буларнинг барчаси юракка, яъни, аҳолига етиб боради”.⁴

Икки томонлама алоқа – интерактивликка асосланган эфир ўзининг таъсирчанлиги ва самарадорлиги билан ажралиб турар экан, унда аудитория фикр билдириш имкониятига эга бўлади. Бундай диалогда тингловчи ўзини етук шахс, маълум дунёқарашлар ва қобилиятларга эга инсон эканлигини намоён қилади. Эфирда мулоқотга чиққан ҳар бир журналист тингловчининг калбига йўл топа оладиган, унга тушунарли ва кўнглига яқин сўзлардан танлаб гапириши керак. Қадим-қадимдан одамлар сўзнинг илоҳий кучига, унинг мўъжизакор таъсирига ишониб яшаган. Яхши тилак, қувончли оҳанг тингловчининг кайфиятини кўтарса, тушкунликдаги овоз салбий таъсир кўрсатади. Масалан, радиони тинглаётган ҳар бир тингловчи ёши, миллати, маълумотидан қатъий назар оддий тингловчилигича қолади. Унинг кайфиятига оҳанг, интонация, шовқин ва мусикалар таъсир этади. Микрофон олдида келган ҳар бир радиожурналист минглаб тингловчилар, уларнинг кайфияти, руҳияти олдидаги маъсулиятни ва жавобгарлигини сезиши керак. Бугунги кунда ФМ тулқинларида фаолият юритаётган кўплаб радиостанцияларда ҳам интерактив усулда эшиттиришлар тайёрланади. Уларнинг мазмуни, йуналиши, услуби ва эфир воситалари турлича. Интерактив усулда эфирга чиқаётган эшиттиришларда тингловчиларнинг фикр ифодалаш усули ҳам ҳар хил. Бунда эфирга телефон кўнғироқ қилиб уланиш, СМС хабар йўллаш ёки хат ёзиш усуллари кузатилади. Бир жиҳатдан аудиторияни ёши, интеллектуал даражаси, ҳажми ва фикр билдириш имконияти, эшиттириш эфирга чиқадиган вақти проектларнинг бир неча йўналишда булишига замин яратади.

⁴ Қурбонова Н. Ахборотлашган жамият ва ёшлар тафаккури. –Т: Akademiya, 2011.

Тўғри, ҳозирги кунда интернет орқали ҳам фикр билдирса бўлади. Аммо унда бевосита мулоқотларнинг асосини ташкил этиб, тингловчининг ишончини қозонган жонли мулоқот йўқ. Интернетда мухлис компьютер билан мулоқот қилади. Радионинг интерактив дастурларидаги сўзнинг жонланиши, ҳар бир тингловчи ва мухлиснинг кўнглига йўл топади. Интернетда бўлмаган радионинг жонли мулоқотидаги самимий овоз жозибаси тингловчини энг муҳими, ҳамдардликка чорлайди.

“Матбуот ва радиоэшиттиришлардан фарқли ҳолда телевизион журналистика эфирга узатилган хабар ҳамда янгиликлар билан бир қаторда уларга тегишли тафсилотларни, кишиларни, ашёвий далилларни кўрсатиш имкониятига ҳам эга. Демак, тележурналистика кишилару воқеа-ҳодисалар моҳиятини, тафсилотларни ниҳоятда муфассал, кенг кўламда, атрофли ва жонли, ҳиссий-образли тарзда намоиш қила олиши билан ажралиб туради”.⁵

Интерактив телевидение ҳақидаги тасаввурлар эса сўнгги йилларда кескин ўзгариб кетди. 90-йиллар охирларида приставкалар, уларнинг учта асосий вазифалари ҳақида гапиришар эди, яъни, интернет, телевидение ва телефондан фойдаланиш тўғрисида. Бу хизматларнинг барчаси канал бўйича тақдим этилади деб тахмин қилиниб келинар эди. Ҳозирда интерактив телевидение деганда қисман интерактивлик орқали тезлик оловчи, яъни, жараёнга томошабиннинг реал иштирокини таъминлаш имконияти мавжуд бўлган интерактив телевидение тушунилади. Бу шоудаги иштирок электрон тижорат (телемагазинлар ва ҳоказолар) бўлиши мумкин.

Европа бозорида интерактив телевидениега сервер функциялари, мижоз таклифлари ва “middleware”ни бирлаштирган дастурий таъминотни таклиф этувчи компаниялар раҳбарлик қилади.

Интерактив телевидение фойдаланувчиларнинг улар томонидан тақдим этилувчи жараёнлар билан фойдаланувчи диалогини таъминловчи телевидениедир. Шундай экан интерактив телевидение қуйидагиларни

⁵ Содик С. Радиожурналистика асослари. Аудиовизуал журналистика. –Т: Mumtoz so'z, 2010.

таъминлайди:

- 1.Информация бериш;
2. Телетекст ва видеотекст хизматларини тақдим этиш;
3. Электрон почта ҳужжатларни узатиш;
4. Видеоконференция ва телеконференцияларни ўтказиш.

Шу ўринда, урф бўлаётган “ток-шоу” жанрига ҳам тўхталсак. Интерактив дастурларнинг ҳаммаси “ток-шоу” жанрида тайёрланадими, ёки уларнинг орасида қандайдир тафовут борми? Бу жанр биринчи бор жонли мулоқот асосида тузилган теледастурларда оммалашган бўлиб, ибора инглиз тилидаги “ток” – гапирмоқ, “шоу” – кўрсатмоқ сўзларидан ташкил топган. Бу жанр тележурналистиканинг алоҳида жанри бўлиб, унда аудитория вакилларининг эфирга уланиши, студияда томошабинлар, соҳа мутахассислари, мутасадди раҳбарлар, журналист, режиссёрлар қатнашуви белгиланади. Радиода техник жиҳатдан бундай имконият мавжуд эмас. Аксарият ҳолатда эфирнинг коммуникация жараёнида икки субъект – мухлис ёки мухлислар ва бошловчи қатнашуви назарда тутилади.

Баъзи мутахассислар эса, радионинг барча жонли мулоқот тарзида олиб борилган дастурларига нисбатан “ток-шоу” терминини қўллашади. Бу жанрни коммуникация жараёнида икки ёки ундан ортиқ коммуникация субъекти қатнашган, улар аудиториянинг турли қатламларига муносиб бўлган интерактив дастурлар учунгина қўллаш мумкин. Юртимизда мустақил ва давлат радиостанциялари фаолиятида соғлом рақобат мавжуд бўлиб, унинг натижасида маълум ихтисослашув вужудга келган. Шунинг учун бевосита мулоқотли дастурлар ўз йўналишига кўра маълум аудитория қатлами учун мўлжалланади ва уларни “ток-шоу” жанрига хос аудиториянинг турли қатламларини қамрай оладиган “оммавий” жанр сифатида эътироф қилиб бўлмайди. Бу хусусиятни миллий менталитет натижасида пайдо бўлган деб ҳам қабул қилиш мумкин.

Юқорида келтирилган фикрлардан келиб чиқиб, интерактив дастурларнинг йўналиши ва тузилишига кўра бир неча қиёсий турларга ажратдик.

1. Маърифий-маданий дастурлар, таълимий проектлар. Асосан маълум тоифадаги тингловчилар учун мўлжалланади. Масалан, мактаб ёшидагилар, ёши катталар, аёллар, мусиқа ихлосмандлари, радиостанция тингловчилари.
2. Викторина ўйинлари. Улар маълум мавзуга йўналтирилган бўлиб, тингловчиларнинг топқирлиги, ҳозиржавоблигини синаш учун ўйналади. Уларда тингловчи тезкор ҳолатда ўзининг ички имкониятларини намойиш қилиши, эфирда ўзининг овозини кўпчилик тинглаши мумкинлигидан завқланиши мумкин. Кўп жихатдан бу ўйинлар барча ёшдаги ва тоифадаги тингловчилар учун мўлжалланган. Унда иштирок этиш учун маълум билим, ихтисослашув ёки ёш чегаралари мавжуд эмас.

“Ток-шоу” дастурларида аудиториянинг фикри импровизация ҳолатини келтириб чиқаради ва дастурга тирик ҳаёт нафасини етказди. Сухбатдош мутахассис ёки мутасадди раҳбар бўлса ҳам оддий тингловчи дастур доирасида эфир орқали унга ўз фикрини ифодалайди, саволлари бўлса беради. Ток-шоу жанри қайсидир маънода мутасадди раҳбарлар билан аудиториянинг очикдан-очик мулоқот қилиш имкониятини яратади. Шунинг учун интерактив журналистика ватани бўлган ғарб давлатлари ва АҚШда ток-шоу жанрларидан сайлов олди компанияларида кенг фойдаланилади. Радиодаги ток-шоу жанри тингловчини инкогнито қолишини таъминлай олгани учун телевизион дастурларга нисбатан тингловчилар манфаатларини ҳимоя қилади. Ўзини таништиришни истамаган тингловчилар холис фикр билдириш, кундалик ҳаётда айтолмаган саволларини айтиш имконияти пайдо бўлади. Бу эса мутахассисларни мулоқот жараёнида айтишни истамаган маълумотларни беришга мажбур қилади. Шунинг учун ривожланган

давлатларда ток-шоу дастурларига раҳбар ва мутахассислар жиддий тайёргарлик кўришади. Бунда улар нафақат мавзуга доир маълумотларни билиши, ўзларининг рухий ҳолатини назорат қилишни ҳам ўрганишларига тўғри келади. Телевидениедаги ток-шоуларда сайлов олди компаниялар чоғида партия вакиллари билан махсус визажист, имиджмейкер, рухшунослар иш олиб борадилар.

“Замонавий телевидение журналистлари олдига қўйиладиган бир қанча талаблардан хабардор бўлмаган мутахассис ҳар томонлама сифатли ва мазмундор кўрсатув тайёрлай олмайди. Аудиториянинг қабул қилиши ҳам қийин кечади. Буни тўлиқ англаш учун аввало, телевидениеда бошқа оммавий ахборот воситалари журналистларидан фарқ қилувчи айрим жиҳатларни яхши ўрганиш ёш ижодкорлар учун жуда зарур”.⁶

Териш, корректура, верстка, монтаж каби узоқ технологик жараёнлар интерактив журналистикада йўқ. Энг йирик янгиликлар сайтлари эса ўзига хос дастур бўйича ишлайди. Масалан, www.lenta.ru сайти учун одамлар ахборотни янгиликлар лентасига жойлаштириб, сўнг матнни веб-интерфэйс ёки FTP папкаларга қўшилади. Яндексда эса, янгиликлар бошқача тайёрланади. Унда қидирувчи робот партнерлар сайтига кириб, улар учун махсус тайёрланган экспорт сайтини ҳар 10-15 дақиқада олиб туради. Натижада www.ntwc.yandex.ru партнёрлар янгиликларининг матнига гиперссилкада (мақоланинг номи) ва Lead – қисқача анонс пайдо бўлади. Шундай қилиб, янгиликлар радио, ТВ ёки газетада чоп этилишидан олдин веб кенгликларида пайдо бўлади. Бугунги кунда мутахассисларни электрон ОАВлар матбуотнинг ўрнини боса оладими, деган савол ўйлантиряпти. Бугунги кунда шундай сайтлар борки, улардан бир кунда 100 000 га яқин ўқувчилар фойдаланишади. Масалан, www.newyorktimes.com. Уларга бугунги кунда обуначилар энг сўнгги янгиликлар учун каттагина пулларни

⁶ Каримов А. Аудиовизуал журналистика (тележурналистика). –Т: ИШОНЧ, 2012.

тўлашади. Шунинг учун замонавий газета ва журналлар ҳам интернетда ўзининг веб-саҳифаларини очишга мажбур бўлишмоқда.

1.3. Халқаро тажрибалардан: “Мухлисларга мослашадиган телевидение”

Тўла қонли интерактивлик ҳаммабоп “broadcasting” технологияси тизимидан “narrowcasting” ва “индивидуал” тизимга ўтишликни белгилайди. “broadcasting” тизими ҳозирда юртимизнинг барча теле ва радиостудияларида қўлланилади. Яъни, бунда эфирга узатиладиган ахборий маҳсулот барча аудитория учун ягона бўлади. Тингловчи бунда берилаётган материалнинг пассив қабул қилувчиси бўлишга маҳкум. “Narrowcasting” ва “индивидуал” (баъзи маълумотларда “шахсий”, “персонал”) тизимида эса тингловчи ва мухлислар ахборий маҳсулотни ўз хоҳишларига кўра ўзгартирадилар, ўзларига керак бўлганини танлаб оладилар, узатилаётган маълумотларга қўшимчалар қиладилар. Шундан келиб чиқиб, *интерактив дастурларни баъзи мутахассислар тингловчиларга мослашадиган эфир жараёни* деб ҳам таърифлашади. Россиялик мутахассис Роман Спорышев эса “Интерактивное телевидение в мире и в России” номли рисоласида қуйидаги таснифни беради: “Одатда Ғарбда интерактив телевидениени “мухлисларга мослашадиган телевидение” шаклида қўллашади. Ҳозирда интерактив телевидениенинг асосий мухлислари Европа худудидадир. Иккинчи ўринда АҚШ, сўнг Япония ва бошқа Осиё давлатлари туради. Бунда интерактив телевидение ўзининг бажараётган функциясига қараб,

*интернет - ТВ, (enhanced – TV ёки commerce - TV)

*шахсий - ТВ, (personal - TV)

*интерактив - ТВ, (interaktiv - TV)

*ақлли - уй (Smart Home)

каби тўртта асосий йўналишда фаолият юритади. АҚШнинг ўзида телевидениенинг бундай усулидан икки миллиондан ортиқ оилалар фойдаланишади”.⁷ ИТВга уланиш пуллик телеканалга мухлис бўлишга ўхшайди. Томошабин махсус телеприставка сотиб олиб кабель ёки спутник

⁷ <http://www.relga.rsu.ru>

каналга уланиб, абонент тўловини амалга ошириши лозим. Мураккаб телеприставкаларга симсиз клавиатура ва сичқонча ҳам тақдим этилади.

Тижорий (commerce - TV) ТВ тарзида АҚШ, Япония ва Европа давлатларида Direc TV канали фаолият кўрсатиб, у Microsoft компаниясининг Web TV технологияси асосида тузилган. Бунда рекламани кўраётган томошабин тугмани босиши билан маҳсулотни уйига буюртма қилиши мумкин. Чунки провайдерда томошабиннинг манзил ва маълумотлари бўлади. Бунда асосан озиқ-овқат маҳсулотлари, журнал, китоб, видеоўйинлар рекламаси тақдим этилади. Яъни, ИТВнинг имкониятлари реклама бизнесига ҳам янги қулайликлар яратади. Шунинг учун тижорий ТВдан олинadиган даромадлар провайдерларнинг реклама вақти ва абонент тўловидан тушадиган даромадга нисбатан кўпдир.

Шахсий (personal – TV) дастурларнинг сеткасида томошабинларга қачон ва нимани кўришни танлаш мумкин. Буюртма берилган дастурлар “pay per new” тизими асосида тўланади. Ҳар бир буюртма қилинган дастур бир доллар атрофида туради. Баъзи кўрсатувларни қисқартириб ҳам кўриш мумкин. Кўпгина дастурларда иштирокчи, бошловчи, муаллифлар ҳақида кўшимча маълумотлар берилади. Буюртма қилинган видео “VIDEO on Demand” виртуал видеопрокат тарзда фаолият юритади. Унда ушбу кинофильмни бошига ёки охирига айлантириб кўриш, ижодкорлар ҳақида кўшимча маълумотга эга бўлиш мумкин. “TIVO” ва “Record TV” компаниялари АҚШ, Европа ва Япония аҳолиси учун буюртма асосида видео кўриш имкониятларини яратади. Уларнинг қурилмалари мухлис ТВни томоша қилиб туриб, бошқа каналларда эфирга узатилган фильмларни ёзиб олишни таъминлайди. АҚШнинг ўзида телевидениенинг бундай усулидан икки миллиондан ортиқ оилалар фойдаланишади.

Интерактив (Interaktiv – TV) дастурлари, асосан, томошабинларга берилаётган ТВ маҳсулотига ўз муносабатини билдириш билан бирга унда фаол иштирок этиш имкониятини яратади. Бунда томошабин шоуларга ҳам

муаллиф бўлиш, декорация ва бошловчиларни танлаш, кўрсатув сценарийси тадрижий ривожланишини кўрсатиши мумкин. Бугунги кунда Британиянинг “Be Sky Be” фирмаси футбол матчи трансляцияси пайтида томошабинга ўзи истаган камерасидан намойишни кўриш имкониятини яратган. Ушбу фирманинг 5-6 миллионлик обуначилари бор.

Ақлли уй (Smart Home) – бунда телевизор уй хўжалиги ва маиший хизмат воситаларини бошқарувчисига айланади. Масалан, уйнинг эгаси офисда ёки дала ховлида туриб уйидаги микротўлқинли печда берилган рецепт асосида овқат тайёрлаши, хоналарнинг ҳароратини мўътадиллаши ёки уйнинг хавфсизлигини назорат қилиши мумкин. Лекин бу турдаги хизматлар жуда қиммат бўлиб, уларга талаб ва таклифнинг ўсиши кузатилмаяпти.

Маълумотларга қараганда, интерактив ТВ 42% америкаликлар хонадони ва 26% европаликлар хонадонига кириб борган. АҚШ билан бу борада Буюк Британия, Германия, Швеция давлатлари рақобатда. Лекин бу давлатларда интерактив сервислар битта платформа базасида фаолият кўрсатади. Масалан, спутниклар орқали. Истеъмолчиларга, мутахассислар текширувларига кўра, асосан рақамли видеомагнитофоннинг ўзига хос функциялари қизиқтирар экан. Бунда дастурларни тўхтатиш, уларни қайта айлантириб кўришни мисол қилиш мумкин. Масалан, Майкрософт Ультимэйт ТВда шундай қулайликлар мавжуд. Баъзи Зон Визион каби телеканаллар аудиторияни кенгайтириш мақсадида Привэйт Блю каби каналларни ташкил этдилар.

Шунинг учун интерактив телевидение ривожланган телеканаллар фаолиятига баъзи чекловлар белгилашади. Масалан, АҚШ давлатидаги бир воқеани мисол қилиб олайлик.

2001 йил АҚШ алоқа ва телекоммуникациялар мустақил комиссияси Америка он-лайн ва Тайм Варнер компанияларининг бирлашишига рухсат берди. Бирлашишнинг мақсади ахборотга алоқадор бўлган барча фаолият йўналишларини бирлаштирувчи йирик холдинг яратишдир. Иккала компания

ўзаро ҳаракат қилиш орқали интерактив телевидениени, телевизион веб сервислар ва бошқа замонавий ТВ Интернет хизматларини ривожлантириш имкониятига эга бўлишди.

Лекин шу билан бирга комиссия уларга бирлашиш учун учта шарт қўйди.

1. АОЛнинг юқори тезликли кўрсатув тармоқларига бошқа рақобат Интернет провайдерларининг киришини таъминлаш.
2. Инстант Мэйсажинг платформасининг энг йирик 3 та конкурентларига очиб бериш, уларнинг бу платформа тармоғи билан таъсир қилиш имкониятини яратиш.
3. АТ эндТ компанияси бир қисм акциясини Тайм Уорнерга сотиш керак.

Комиссиянинг фикрича, бу бирлашувдан улар замонавий ахборот технологиялари такомиллашиши ва янги технологиялар тезроқ сингдирилишини имкониятини кўзлаган. Бугунги кунда АҚШ истеъмолчиларининг 29 миллиони АОЛга обуна бўлган бўлса, Тайм Уорнер 20% кабел ТВ мухлисларига хизмат кўрсатади.

Интерактив телевидениенинг пайдо бўлиши ва ривожланишини ўтган асрнинг саксонинчи йилларида пайдо бўлган Си ЭнЭн телеканали мисолида кўрайлик.

1982 йили СиЭнЭн хед лайн нюз ташкил этилиб, шу йили Кубадан тўғридан-тўғри эфирга чиқа бошлади.

1991 йили Эрондан, 1994 йил Шимолий Корейадан жонли эфир кўрсатувлари ташкил этилди.

1992 йили сайлов компанияси пайтида ток-шоу жонли тарзда олиб борилади.

1995 йил СиЭнЭн Халқаро алоқалар хизмати ташкил этилди.

Ривожланган давлатларда интерактив ТВ – Интернет тармоғи ва кабел ТВни уйғунлашувини белгилайди. Яъни, аудитория тезкор кўрсатувларни Интернет тармоғига обуна бўлиб кўриш мумкин. ТВ – тезкор, шу билан

бирга икки тарафлама алоқага замин яратмоқда. Гарчи бу йўналиш ватани Европа бўлса-да, бугунги кунда АҚШда интерактив ТВ кенг оммалашмоқда. Давлат ва нодавлат телеканал дастурлари, у ёки бу даражада қонунлар ва чекловларга бўйсундирилган. Интернет ва интерактив ТВ тезкорлиги худуд танламаслиги, унинг АҚШда тез оммалашишига замин яратди. Шу билан бирга бундай замонавий ахборот технологиялари ўзини иқтисодий 100% оқлаши ва соф даромад келтириши, унинг тараққий этиши учун яна бир туртки бўлади.

ИККИНЧИ БОБ: ЭФИР: МУАЛЛИФ ВА АУДИТОРИЯ

2.1. “Эфирга чиқишга тайёرمىсиз?” Миллий менталитет, “Ниқобдаги одам” ва “тингловчиларга мослашадиган эфир жараёни” ҳақида

Бир вақтлар юртимизда жонли эфир йўлга қўйила бошлаганида, эфирга уланиш катта ёшдаги мухлислар учун ёшларга хос бачканалик, енгилтаклик тарзида қабул қилинган. Катта ёшдаги аудитория аввалдан ўрганиб қолгани тарзда радио тинглашга одатланганлар. Ўзларининг ёш хусусиятига кўра эса, янгиликни жуда секин қабул қиладилар. Вақтли матбуотда бу орада жуда кўп танқидий фикрлар билдирилди. Аммо миллий менталитетни ҳисобга олиб, ошқора фикр билдириш шарқона одобга тўғри келмаслигини ҳисобга олсак, бундай реакция табиийдир. Шу билан бирга эфирни эндигина бошқараётган бошловчилар, уларга бир оз тортиниброқ кўнғироқ қилаётган тингловчилар ўзларида ана шундай тарбия билан сингган тўсиқларни енгганлари юртимизда жонли эфирнинг шаклланишида қўйилган илк қадамлар бўлди. Аудиториянинг эфирга таъсири ана шунда билинди. Тингловчилари фақатгина ёшлардан иборат бошловчилар дастурлар тузилишини, эшиттиришлар савиясини ёшларга мослаштиришди. Шунинг учун, интерактив дастурларни баъзи мутахассислар тингловчиларга мослашадиган эфир жараёни деб ҳам таърифлашади. Жумладан, ғарбда интерактив телевидение иборасининг синоними сифатида “мухлисларга мослашадиган телевидение” шаклида қўллаш одатга кириб қолган. Бунга асосан интерактив дастурларга ижодкорлар ва аудиториянинг ҳалигача одатланмаганлигидир. Улар интерактив дастурларда этикавий ва касбий ахлоқ меъёрларига тўла риоя қилмаётганликлари бунга яққол далил бўла олади. Шундай бўлса-да, интерактив жараёнлар келгусида оммавий ахборот воситаларнинг кенг тарқалган фаолият турига айланиши муқаррар. Чунки кўп нарсани вақт ҳал қиляпти. Масалан, кейинги пайтда юртимизда ҳам, барча қатламдаги тингловчилар давлат ва мустақил радиостанцияларнинг интерактив

дастурларида иштирок этиб, эфирга уланишади. Вақт ўтиши билан телефон кўнғироқлари орқали эфирда ўз овозини эшитиш барча тингловчилар учун одатий ҳолга айланди. Шунинг учун жонли эфир аудиториясини ўрганиш, унинг қизиқишлари, талаб-истаклари билан бир қаторда эфир ва бошқа тингловчилар олдидаги мажбуриятларининг мезонларини яратиш бугунги давр талабларидан бирига айланган.

“Бугунги кунда ёшларимиз нафақат ўқув даргоҳларида, балки радио, телевидение, матбуот, Интернет каби воситалар орқали ҳам ранг-баранг ахборот ва маълумотларни олмоқда. Жаҳон ахборот майдони тобора кенгайиб бораётган шундай бир шароитда болаларимизнинг онгини фақат ўраб-чирмаб, уни ўқима, буни кўрма, деб бир томонлама тарбия бериш, уларнинг атрофини темир девор билан ўраб олиш, ҳеч шубҳасиз, замоннинг талабига ҳам, бизнинг эзгу мақсад-муддаоларимизга ҳам тўғри келмайди”.⁸

Телевидениеда ташқи кўриниш муҳлисга анонимлик беролмайди. Ниқоб остига кириб эфирга чиқиш ҳолатлари ҳам бор. Масалан, Россиялик журналист Владимир Познернинг “Ниқобдаги одам” ток-шоуси. Аммо улар ўз самарасини бермагани учун жуда қисқа вақт давомида эфирга узатилган. Юз-кўзи бўлмаса-да, одамнинг бўй-басти, ўзига хос хатти-ҳаракатлари унинг кимлигини билдириб қўйиши, натижада у ўзи сезмаган ҳолда таниш-билишларига аён бўлиб қолиши мумкин.

“Умуман, телерадиожурналистикада мустаҳкам ўрин эгаллашда журналистнинг шахси катта аҳамиятга эга. Радио ёки телемикрофондан миллионлаб тингловчи ва томошабинга қарата сўз айтаётган журналист шахс даражасига кўтарилмоғида гап кўп”.⁹

Шуни алоҳида таъкидлаш керакки, тўғридан-тўғри эфирдаги маърифий-маданий дастурлар, интеллектуал ўйинларнинг савияси куп жиҳатдан бошловчи ва муаллиф фаолиятига боғлиқ. Жонли мулоқотнинг

⁸ Каримов И.А. Юксак маънавият – енгилмас куч. –Т: Маънавият, 2008.

⁹ Дўстмуҳаммад Х. Халқаро журналистикада гуманитар ҳуқуқ ва касб этикаси. –Т: Perfect Print, 2011.

“сценарийси” бошловчи-муаллифнинг қўлида бўлади. Дастурнинг мазмунли ва самарали ўтишида бошловчининг малакаси, маҳорати ва касб ахлоқ меъёрларига қай даражада риоя қилишига кўп нарса боғлиқдир. Ўзбекона одобгария қилиб ҳол-ахвол сўрашиш коммуникация жараёнининг самимий тарзда кечиши учун шароит яратади. Тўғри жавоб бермаган ёки айтаётган гапидан адашиб кетган иштирокчи бутун аудитория олдида ўзини ноқулай ҳис қилиши мумкин.

Бугунги кунда бевосита дастурлар чоғида бу жараёнга тайёр бўлмаган ёки унинг моҳиятини тўла тушунмаган бошловчилар ҳам учраб туради. Аммо, жонли эфир олиб борувчиларининг маълум меъёр ва мезонлар асосида фаолият юритишлари чет давлатларда қонун-қоидаларга мувофиқлаштирилган. Масалан, “ТСН (Телевизионная Служба Новостей) Ахборот Агентлиги 1998 йилда имзолаган меморандумида қуйидагиларга эътибор берилган:

“Олиб борувчига қуйидагилар таъқиқланади:

- *“Мен” олмошини ишлатиш*
- *Меъёрда бўлмаган лексикани қўллаш, профессионализм, арго ва жаргон сўзларни ишлатиш*
- *афоризм, анекдотларни келтириш*
- *эфир пайтида техник суҳбатлар олиб бориш*
- *эфирда узр сураш”*.¹⁰

Бу қонун-қоидалар ижодкорни бўғиш учун, унинг ҳар бир хатти-ҳаракатини назорат қилиш учун эмас, балки тўғридан-тўғри эфир самарасини ошириш, аудитория ҳурматини қозониш учун таъсис этилган. Ушбу ОАВ олиб борувчиларининг малакаси, эфир самарасига кўра, бу мезонлар қанчалик холисона эканлигини билиш мумкин. АҚШ Профессионал Журналистлар Жамияти томонидан 1993 йили қабул қилинган ЭТИКА КОДЕКСИнинг учиничи бўлимида эса, қуйидагилар эътироф этилган:

¹⁰ Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. —М: Медея, 2003.

*“Журналист ва муҳаррирларнинг шахсий ҳаёти – уларнинг касбий фаолиятига зид келмаслиги керак. Биринчи ўринда, журналистнинг жамият олдидаги маъсуляти туради. Ва бу – унинг касбини белгиловчи асосий омилдир”.*¹¹

Бошловчининг эфирда ўзини тутиш маданияти етарли даражада бўлса одатда бу билинмайди, аммо унинг маданият даражаси ҳатто нисбатан ҳам паст бўлса бу тезда ва яққол кўзга ташланади.

Агар у суҳбатни тугатишни, хулоса билан якунлашни унутиб қўйса, каерда нукта қўйишлигини билмаса ва ҳар гал саволида яна илгариги мавзуларга кетма-кет қайтаверса. Мухбир ўз ҳаяжонини, муносабатини яшира олмай билдириб қўйса. Бу журналист эҳтироссиз бўлиши керак, дегани эмас, албатта. Журналист кўпчиликни қизиқтираётган муаммолар бўйича ўз фикрини, муносабатини билдириши ҳам керак эмас, деган гап эмас.

Агар журналистнинг сўзларида унинг шахсий муносабати, меҳри ёки нафрати-ғазаби, муҳокама қилинаётган масала маъқул ёки маъқул эмаслигини мухбир билдириб қўйса.

Агар журналист суҳбатда телетомошабинларни қизиқтираётган муҳим масалалар эмас, балки ўзининг сўзларини, фикрини, муносабатини, саволларини энг муҳим, деб ҳисобласа.

Агар суҳбатдошининг сўзларини диққат билан эшитишни, тинглашни билмаса ва унинг ўйлаш учун сақлаган сукутини навбатдаги савол учун қилинган пауза деб тушунса. Иштирокчи фикрини тугатмасдан мухбир томонидан берилган саволдан ёмон нарса йўқ!

Агар суҳбатдошингиз, сиз — мулоқотдагиларнинг бирининг томонини олаётганингизни сезиб қолса, бир томоннинг ёнини олиб, маъқул кўриб, унга ҳайрихоҳлик билдириб иккинчи томонга қарши эканлигингизни билдириб қўйсангиз ва шу билан сиз қайси томонда эканлигингиз ошкора бўлиб қолса.

¹¹ Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. - М: Медея, 2003.

Бу одатда бир томонни диққат билан эшитиб, иккинчи томонни жавоб бераётган пайтидаги бепарво бўлиб туришингизда, ўзингизни тутишингизда маълум бўлади.

Баҳс (дискуссия) — discussio лотин тилидан олинган бўлиб, тадқиқ этиш, кўриб чиқиш, муҳокама қилиш деган мазмунни билдиради. Баҳс (Мунозара) — телевидение экранидаги киши диққатини ўзига тортувчи жанрлардан биридир. Баҳсда телетомошабин жонли фикрнинг туғилиши, унинг ривожланиши, мақсадга қараб йўналишини яққол кўриб туради. Телетомошабин унда, турли фикрлар тўқнашуви жараёнининг шохиди бўлади.

Фикрлар тўқнашуви одатда кўрсатувни томоша қилиб ўтирган телетомошабинларни ҳам муаммони тадқиқ этиш жараёнига жалб қилиш хусусиятига эга.

Бошловчи бу ҳолларда студияга таклиф этилган ёки ундан ташқаридаги иштирокчилар ва баҳсда иштирок этаётган аудитория билан мутахассислар ўртасида ўртакашлик, воситачилик вазифасини бажаради.

Интерактив дастурлар бошловчиси ақлли, кутилмаган ноқулай, қалтис вазиятлардан тез ва муваффақиятли, ғалаба билан чиқибкета оладиган, сўзга чечан, ҳазил-мутуйибага мойилроқ, тингловчини ўзига ром қила оладиган, студияда йиғилганлар ўртасида тез, енгил ва мулойим ҳаракат қиладиган ёқимтой журналист бўлиши керак.

Бу телетомошабин орзиқиб кутадиган кўрсатувлар қаторида бўлиши шарт. Студияда телетомошабин уланадиган телефонлар ўрнатилиши, улар билан мулоқот қилиш имкониятининг ҳамиша муаммосиз бўлиши талаб этилади.

“Кейинги йилларда хилма-хил мавзуларда интерактив шаклдаги эшиттириш ва кўрсатувлар кўпайиб бормокда, тўғридан-тўғри дастурлар тайёрланмокда. Бундай ҳолатда (хоҳ ТВда, хоҳ радиода) журналистнинг, бошловчининг масъулияти ҳар қачонгидан ортади. Бу вазиятда у нафақат

ўзи, балки дастурда иштирок этаётган тингловчи ё теле томошабин учун ҳам жавоб беради. Бу эса унинг ўз соҳасида касб этикаси меъёрларини нечоғли чуқур билиши ва унга амал қилиш малакасидан далолат беради”.¹²

Олиб борувчи шоуменнинг тезкор, ақлли ва нозик-нафис реакцияси, сўз бойлиги ва артистик маҳорати бўлиши зарур. Бу жараёнда яна бир нечта жиҳатларни қаламга оламиз. Яъни, оммавий мулоқот шаклидаги кўрсатувларнинг тили ва услуби, мулоқотнинг фаол ва сушт иштирокчилари билан эфирда ишлаш йўл-йўриқлари, ошкора нотиклик маҳорати, тингловчининг нутқий фаоллиги, бошловчининг ижтимоий онгни шакллантиришдаги, уни бошқаришдаги роли ва ҳуқуқий чегара масалалари, бошловчи – ижтимоий нотик, ширин суҳбатдош, саволга тутувчи (интервьюер) сифатидаги роли, аудиториянинг мулоқотга муносабатини фаоллаштириш масалалари, мулоқотнинг техник воситаларга асосланганлиги ва улардан унумли фойдаланиш, нутқий алоқа ҳамкорлиги масалалари, макон ва замон бирлиги жуда муҳимдир.

“Журналист қайси ОАВда фаолият юритмасин, у албатта ёзма нотиклик маҳоратини эгалламоғи, шу хусусда муттасил ўз тажрибасини ошира бормоғи лозим. Бу ҳам журналист касб этикасининг муҳим кўрсаткичига айланади”.¹³

Маълумотларга кўра, АҚШ телестудияларида бошловчиларни аввал ёш, ёқимтой, келишган йигит-қизлардан танлаш одат қилинган эди. Лекин бу тажриба ўзини оқламади. Натижада бу йўлдан воз кечиб яна ёши каттароқ бўлса ҳам нутқи бой ва равон, тажрибаси катта, чуқур мулоҳаза-мушоҳада қила оладиган, ақлли, зиёли бошловчиларга қайтишди. Ва ниҳоят, бу дастурларнинг рейтинги яна ошди.

Бошловчи жисмонан соғлом, ёқимтой, ахлоқий пок, яхши ташқи кўринишга, ёқимли овозга эга, сўзларни тўғри талаффуз қиладиган, чуқур,

¹² Дўстмуҳаммад Х. Халқаро журналистикада гуманитар ҳуқуқ ва касб этикаси. –Т: Perfect Print, 2011.

¹³ Дўстмуҳаммад Х. Халқаро журналистикада гуманитар ҳуқуқ ва касб этикаси. –Т: Perfect Print, 2011.

атрофлича билими бор, ҳаётни, инсон психологиясини яхши биладиган, тўғридан-тўғри эфирда учраб турадиган турли қалтис вазиятларда ўзини йўқотмай, керакли сўз айтиб, тўғри йўл топа оладиган ва бошқа қатор ажойиб хислатларни ўзида мужассамлаштирган шахс бўлиши керак.

Бошловчи ҳам маълум бир мавзуларда, жанрларда ихтисослашиши мақсадга мувофиқдир. Шундай ҳоллар учрайдики, маиший мавзуларда ёки дейлик, портрет жанрида донг таратган таниқли журналист бирон бир давлат арбоби ёки сиёсатчи билан яхши суҳбат уюштиролмай том маънода мағлубиятга учрайди, телетомошабинларни ғашини келтиради.

Янгиликлар борасидаги ажойиб бошловчи эса таҳлилий шарҳда ёки аудитория билан мулоқот олиб боролмай қийналади.

Бундай ҳолларда режиссёрлар бошловчи билан узоқ ва тинмай ишлаши керак, уни тарбиялаши лозим.

Яна бир нарсани таъкидлаш жоизки, минг яхши ташқи қиёфага эга бўлиб яхши ёза олмаса ундай журналистдан яхши бошловчи чиқмайди.

Интерактив эфирда олиб боровчи журналистнинг ахлоқи ва ўзини тутиши фақат унинг шахсий иши, ўзига хос ижод йўли бўлолмайди. Интерактив эфирдаги ижодкор мавзу, йўналиш, жанр танлашда эркин бўла олади. У истаганича эфир имкониятларидан фойдаланиб, эркин ижод қилади. Эфир имкониятлари журналистнинг барча қобилиятлари намоён бўлиши учун замин яратган. Аммо бу эркинлик журналистга ҳам маълум мажбуриятларни юклашини ижодкор билиши зарур. Мутлоқ эркинлик бўлмайди, у ижодкорнинг шахсий тамойилларидан келиб чиқиб ўзи томонидан назорат қилинади. Шу кунгача тайёрланган журналистларнинг касб-ахлоқ этикасига оид кодекслари, ОАВлар ходимлари учун тузилган меморандумлар ана шу мақсадга йўналтирилган. Журналистлар кенгаши, жамиятлари фаолиятлари ва хатти-ҳаракатларини ўзлари бошқарсалар, ташқи таъсирлардан етарлича ҳимояланадилар. Турли суд процесслари, санкцияларининг олдини олган бўладилар. Шу ўринда журналистнинг ички

маданияти, интеллектининг даражаси аудитория томонидан ҳолисона баҳоланади.

Журналистлар ҳар қандай мамлакатда жамиятнинг пешқадам зиёлилари сифатида ҳурмат қилинади. “Матбуот ва ахборот воситаларини тўртинчи ҳокимият сифатида эътироф этиш ҳуқуқий давлат оёққа туришининг муҳим шартларидан биридир”.¹⁴ Ҳар қандай вазиятда халқ ўз ичидаги дардларини, турмушида юз бераётган қийинчиликларнинг ечимини топишда оммавий ахборот воситалари ходимларига суянади. Журналистлар ҳам ўзларига бўлган ана шундай ҳурмат ва эҳтиромни доимий сақлаб қолиш, ўз мухлислари ишончини қозониб ишлашлари улар учун касбий зарурат эканлиги шубҳасиз. Айнан шундай самарадорликка эришиш учун журналист ҳар қандай вазиятда касбий ахлоқ принципларига амал қилиши керак ёки айрим ахлоқ кодексларида таъкидланганидек, кундалик меҳнати жараёнида ўзини оддий шахс эмас, айнан журналист эканини ёдидан чиқармай ишлаши, оммавий ахборот воситалари ходими биринчи навбатда ўз касбий ахлоқи талабларини билиши зарур.

Одатда, мутахассисдан талаб қилинадиган биринчи вазифа ўз соҳасини яхши билиш. Шу пайтгача ана шундай қоида бор эди. Энди унга чет тилларидан бирини мукаммал ўрганиш ва компьютер технологиясидан хабардор бўлиш каби янги талаблар қўшилди. Жаҳон талабига жавоб берадиган тележурналист хорижий тиллардан бирини тўлиқ билиши билан бир қаторда, компьютер билан ҳам муомала қилишни тушуниши зарур. Устига-устак биз деярли ҳар куни ана шу икки бегона соҳага тез-тез эҳтиёж сезамиз. Бу давр талаби.

¹⁴ Каримов И.А. Ўзбекистон халқи ўз йўлидан қайтмайди. –Т: Ўзбекистон, 1996.

2.2. Интерактив журналистика: жонли эфирда овоз ва тасвир жозибаси.

Жонли эфир тезкор ахборот, овоз ва оҳанг жозибаси билан тирик экан, жонли сўзнинг аҳамияти, унинг лисоний муаммолари долзарблиги ҳеч қачон йўқолмайди. Замонавий руҳшунослар инсоннинг фақатгина овози, оҳанги, интонацияси, темпи орқали аудитория эллик фоизгача ахборот мазмунини англай олишини аниқлашган. Жонли эфир тилидан самарали фойдаланилган журналист куйидаги натижаларга эришиши мумкин.

1. Аниқлик орқали ахборотни тингловчилар томонидан мумкин қадар тез илғаб олишлари.

2. Таъсирчанлик билан материалларнинг зерикарлилигидан қочиш.

3. Қизиқарли, ҳиссиёт билан сўзлаш тингловчилар эътиборини қозонишга олиб келади.

4. Интонация ва ритмдан ўринли фойдаланиш мухлисларни берилаётган материалларнинг ҳаққонийлигига ишонттиради. Ўз нутқи орқали журналист аудитория ишончини оқлаши ёки йуқотиши мумкин. Самимий бўлмаган ҳар қандай оҳангни тингловчи ҳеч қандай махсус тайёргарликсиз дарров илғайди. Шунинг учун журналист оҳанг самимийлигига ўз эътиборини қаратиши лозим.

Самимий айтилган сўз – ҳар қандай мухлиснинг юрагига кириб боришнинг калитидир. Чунки одамлар эзгуликка, худди гул куёшга талпингани сингари интилишади. Айниқса, жонли эфирдаги материал тайёрлаётган журналист мухлислар билан мулоқотга киришар экан, сўзларининг самимийлигига катта эътибор қаратиши лозим бўлади.

“Штамплардан, кўпмаъноликлардан, бошқача талқин қилиниши мумкин бўлган ҳолатлардан қочиш керак. Эфирга узатиш жараёнида тингловчи шахсий фикрини шакллантириш, хулоса чиқариш имкониятларига эга булиши керак”. Айниқса, муҳим мавзудаги материалларда аниқлик билан айтилган маълумотлар тингловчиларга етиб бориши осон бўлади. Сўзларни

лўнда-лўнда талаффуз этиш, ҳар бир жарангсиз ундошга ҳам эътиборли бўлиш, мавзуга қараб урғуларни тўғри ишлатиш эфирда аниқликка эришмоқчи бўлган ҳар бир журналист олдида қўйиладиган асосий мақсаддир. *“Маълумотларни ўқиётганда темп, ритм аҳамияти беқиёсдир ва бунда битта маълумотни иккинчисидан ажратиб турадиган пауза ҳам керак. Шундай фикрлар борки, маълумотларни ўқиётганда темпнинг тезланиши, уларнинг қабул қилишга ҳалақит бераркан. Дақиқада 122 та сўз талаффуз қилиш темпнинг энг юқори даражасидир. Масалан, АҚШда темп жуда тез. 125 та сўздан 180 та сўз талаффуз қилинганлиги аниқланган”*. Бозор иқтисодиётига ўтиб бўлган Россия ва АҚШ журналистика амалиётида бундай тез темп ўринлидир. Бизда эса бундай тез ўқиладиган маълумотларни қабул қилишга тингловчиларимиз тайёр эмас. Ундан ташқари ўзбек тилининг хусусиятлари ҳам бошқача. Аглюнатив тилда қўшимчаларнинг кўплиги сабабли уларни жуда тез айтишнинг иложи йўқ. Шунинг учун бизнинг фикримизча, ўзбек тилида жонли нутқ тезлиги бир дақиқада 100-110 та сўздан иборат бўлгани маъқул.

Лекин тез темпда эфирга узатилган материал вақт, молиявий жиҳатдан анча самарали бўлади. Ҳар бир сонияси пулга чақиладиган бозор иқтисодиёти даври журналистикаси учун тез темп молиявий жиҳатдан самарали бўлади, агарда тингловчилар бунга тайёр бўлишса, албатта.

“Ритм бутунлиги – жанрлар алмашуви, сўзларнинг уйғунлашуви билангина эмас турли ритмларнинг ўзгариб туришига ҳам боғлиқ. Сухбатдош сўзларининг қабул қилинишига ҳам, фикрларнинг ўзлаштирилишига ҳам ритмлар ўзгариб туриши таъсир қилади. Ҳаёт давомида биз биологик ритмларимизни ўзгартириб турамиз, сўзларимиз ритмини ҳам...”. Бир меъёردа берилган ритм ўз сунъийлиги билан таъсирчанлик кучини камайтиради. Табiiй ҳолатда ҳам ҳар бир сўзлагувчи инсон кайфияти, ўзининг руҳий ҳолатига монанд сухбат давомида ритмини ўзгартириб туради. Эфирда журналист тингловчиларга қайси ритм қандай

таъсир қилишини ўзлаштириб, ўз фаолиятида ўринли қўллаши зарур. Олиб борувчи журналист нафақат матн устида, балки микрофон олдида ҳам ижод қилади. У ҳар бир жумлага, сўзга, матндаги кульминация нуқталарига, сюжет якунларига алоҳида эътибор қаратади. Келинг, ҳозир журналист бир матн устида қандай ишлаши мумкинлигини кузатайлик. *“Ўзининг ҳар бир янги фикрини у шошмасдан баён қилишга ҳаракат қилади. Тингловчилар ўзлари билмаган ҳолда аста-секинлик билан унинг руҳий дунёсига кириб боришади. Сўнг, темпнинг оҳиста тезлашиши кузатилиб ва ниҳоят бир фикрнинг якунини юқори темпераментли хулоса тугаллайди. Муаллиф фикрининг энг муҳим жиҳатларини тез темпда изҳор қилади. Оқибатда тингловчи маълумотларни мантиқан эмас, ҳиссиётлари орқали қабул қилади. Қиска пауза – нафас ростлаш, иккита фикр ўртасидаги танаффус. Сўнг бу жараён яна такрорланади”*. Бевосита усулда тайёрланилган онлайн репортажлар аксарият ҳолатларда муҳим воқеа-ҳодисалар содир бўлаётган жойлардан, байрам тадбирларидан, спорт мусобақаларидан тўғридан-тўғри олиб борилади. Бунда журналист ҳам кузатиб, ҳам таҳлил қилиб, шу билан бирга тингловчиларга таъсирчан етказиб бера оладиган мутахассис сифатида шаклланиши давр талабига айланмоқда.

“Китобий” ўқиб бериладиган дастурлар ўрнига эркин сўзлашадиган дастурларнинг пайдо бўлиши, одатдаги штамплардан, стандартлардан ҳалос бўлиб жонли, янгича жозибали хусусиятга эга бўлмоқда. ...Мумтоз риторикага асосланиб, қуйидаги коммуникатив хусусиятларга эътибор қилиш керак бўлади”. Бу хусусиятлардан баъзиларини бугунги кун жонли эфир олиб борувчи журналистлар фаолиятида пайдо бўлаётган муаммо сифатида кўрсатиб ўтмоқчимиз:

1. Тозалик – адабий тилга бегона бўлган элементлардан ҳалос бўлиши.
2. Сўз бойлиги, турфахиллик.
3. Жойида қўллашлик – мулоқот шарт ва мақсадларига жавоб берадиган дастур тилини ташкил этиши.

4. Адабий тил шартларига *риоя қилган ҳолда маълум қонун-қоидаларга бўйсунини.*

Кўпинча рус тилидаги сўзларнинг аралашиб кетиши, кўшимчаларни аниқ талаффуз қилмаслик, битта сўзни жумлада икки марта ёки ундан кўпроқ ишлатишлик тажрибасиз журналистлар йўл кўядиган хатолардандир. Баъзилар жуда секин сўзлашадилар, баъзилар тезликни маҳорат белгиси деб тушуниб жуда тез гапиришга ҳаракат қиладилар. Аслида, тезликнинг меъёрини ҳар бир журналист ўзига ўзи белгилай олмайди. Эфир тилидан келиб чиққан ҳолда жумлалар жуда узун, турли хил қўшма гаплардан тузилиши ноўрин бўлади.

“13 тадан (баъзи манбааларда 7 тадан) кўпроқ сўзлардан ташкил топган жумла тингловчи онги билан қабул қилиниши қийин бўлади.

- Бир сонияда 2 тадан 5 тагача сўздан кўпроқ талаффуз қилинган нутқ англашилмайди.

- 5-6 сониялик паузасиз ўқилган жумлаларнинг тушунилиши мураккаблашади”.

Бу қонун-қоидалар маълум доирада талаб этиладиган чекланишлар деб қабул қиладиган журналистлар топилади. Улар эфирдаги олиб борувчилик фаолиятини фақат эркин ижод қилишлик деб тушунишади. Аслида бу қонуниятлар аудиториянинг руҳий ҳолати, фикрий ва онг қобилиятларини ҳисобга олган ҳолда, узоқ тажрибалар, кузатувлар натижасида пайдо бўлган. Дастурда берилаётган ҳар бир факт, далил, рақамлар таҳлилий жиҳатдан жуда муҳимлигини ҳисобга олсак, уларнинг баъзилари тингловчига етиб бормаса, муаллиф ўз мақсадига эришолмайди, ўз фикрининг тингловчи томонидан қабул қилинишини таъминлаб беролмайди. Интерактив журналистика талабига монанд журналист ва тингловчи ўзаро ҳамкор сифатида бевосита мулоқотли дастурларда фаолият кўрсатишар экан, журналист аудиториянинг имкониятлари, хоҳишларини инобатга олиши

керак. Тажрибаси ортган журналистлар аста-секин эфир тили маданиятини
хам эгаллай бошлайди.

2.3. Футбол шарҳларини ёритишда интерактив усуллардан фойдаланишнинг ютуқ ва муаммолари

“Техника тараққиёти ахборот беришнинг янги шакли – “аппарат хабарлар”ни вужудга келтиради. Бундан буён томошабинлар қандай мавзун, қайси навбатда, куннинг қай вақтида кўришни ўзи ҳал қилади. Агар томошабин хоҳласа, ўз қизиқишлари ва истагига мувофиқ, янги ахборотларни ажратувчи ва тузувчи хонаки масъул котибга айланади. Энди жамоатчилик осонгина ўз талабларига мувофиқ, ўзи истаган мавзуларни, дастур етакчисини, янгиликларни “тарозуда тортувчи” ва шарҳловчини ўзи топиб олади”.¹⁵

Юртимиз телеканалларида кўрсатув жараёнида аудитория билан интернет орқали боғланиш усуллари ҳам кенг қўлланилмоқда. Масалан, “Sport” телеканалида 2009 йил 20 декабрда эфирга узатилган журналист Давлат Турдиалиев томонидан тайёрланган “Гол” кўрсатувида ҳам ана шундай интерактив жараён яққол намоён бўлган. Ушбу кўрсатувда мураббий Бахтиёр Ашурматов студия меҳмони сифатида иштирок этиб, журналист Рустам Қўчқоров интернет орқали мухлислар саволларини эфирда ўқиб эшиттиради. Томошабинлар Сарвар Мирзаев ва Бахтиёр Азаматовларнинг: “Нега футболчиларга ватанпарварлик руҳи етишмайди?” деган саволлари журналист билан студия меҳмонининг суҳбати жараёнига ўзига хос импровизация ҳолатини олиб кирган. Интернет орқали берилган саволлар кўрсатувнинг баҳс-мунозарали диалог тарзида кечишига имкон яратиб, жонли эфир жозибасини кўрсатиб берган.

Шунингдек, “Sport” телеканалида жонли эфир имкониятлари матч трансляцияларида ҳам кенг қўлланилиб келмоқда. Масалан, 2010 йил 13 апрель куни соат 17.30-20.00 гача тўғридан-тўғри жонли эфирга узатилган “Пахтакор-Ал-Айн” жамоаларининг ўйини трансляциясини таҳлил қилайлик. Ушбу матч намоёишини студияга чақирилган футбол мураббийи Баҳодир

¹⁵ Фихтелиус Э. Журналистиканинг 10 қоидаси. –Т: ШАРҚ НМК, 2002.

Мирзаев билан журналист Норбек Ниёзовнинг суҳбати очиб берди. 20 дақиқалик суҳбатдан сўнг бевосита майдонда фаолият кўрсатаётган мухбир Дилшод Тўхтабеков тўғридан-тўғри stand up қилиб матч бошланиши арафасидаги майдондаги ҳолатга томошабинларни олиб киришга ҳаракат қилди. Шундан сўнг, 17.30-19.00 гача бевосита шарҳловчи Комил Жумаев томонидан футбол шарҳи жонли тарзда эфирга узатилди. 18.48-18.50 гача танаффус пайтида студиядаги суҳбат давом эттирилиб, матчдан сўнг бўлиб ўтадиган пресс-конференция трансляцияни якунлади. Ушбу дастурни жанр хусусиятлари бўйича таснифлайдиган бўлсак, бунда шарҳ, студиядаги суҳбат, тўғридан-тўғри репортажлар композицияси томошабинлар эътиборига ҳавола қилинади. Яъни, телевидениенинг интерактив имкониятларидан фойдаланилган ҳолда, замонавий журналистика кўринишлари ёрдамида футбол ишқибозларига энг тезкор ахборот маҳсулоти тақдим этилганини эътироф этиш мумкин. Шу билан бирга, тўртта коммуникация субъекти иштирок этган матч доирасида турлича нуктаи назарлар ифода этилиб, мавзунини атрофлича муҳокама қилишга ўз ҳиссасини қўшади.

Умуман олганда, бугунги кунда, “Sport” телеканалида бошқа телеканалларга қараганда кўпроқ интерактив дастурлар ва интерактивлик талабларига мос кўрсатувлар бериб борилмоқда. Телеканал орқали дунёнинг қай бурчагида бўлмасин, ҳар қандай спорт тури бўйича ўтказилаётган мусобақанинг жонли эфирда берилиши ҳам интерактивлик хусусиятларидан далолат бериб турибди. Масалан, Канадада бўлаётган хоккей, Австралиядаги теннис мусобақаси, Германиядаги бокс кечаси, Испаниядаги “Эль классико” ёки халқаро олимпиада мусобақаларининг жонли эфирда тўғридан-тўғри узатилиши ҳам қисман интерактивликка мос келади. Чунки, интерактивликни таъмилайдиган аудитория ушбу мусобақаларни кўриб, телеканалга қўнғироқ қилишади, кўпинча мусобақаларнинг трансляцияси

тугаганидан сўнг барча ишқибозлар интернетдаги турли ижтимоий сайтлар орқали ҳам фикр юритишади, баҳс-мунозара қилишади.

Бундан ташқари, телеканалда бир қанча дастурлар борки, уларни ҳам интерактив кўрсатувлар қаторига қўшиш мумкин. Мисол учун, журналист Зафар Имомхўжаев томонидан тайёрланиб, эфирга узатиладиган “Футбол шарҳи”, журналист Даврон Файзиев муаллифлиги остида жонли эфирга берилаётган “Турдан тургача” мулоқот дастури, Дилшодбек Тўхтабеков бошловчилигидаги “Бугунги футбол” кабилар жонли эфирда телетомошабинлар эътиборига ҳавола қилинади. Ушбудастрлар билан бир қаторда, футбол ўйинлари олдида ташкил этиладиган жонли эфирда футбол мутахассислари билан бўладиган суҳбат жараёнлари ҳам интерактивликка жавоб беради. Тўғри, улар тўлиқ интерактивликни таъминламайди. Тўлиқ интерактивликни таъминлаш учун албатта, аудиториянинг, яъни, мухлисларнинг иштирокини ҳам таъминлаш лозим. “Sport” телеканалида ишқибозлар ўзлари хоҳлаган футбол учрашувларини ёки бошқа спорт турларини намоёиш қилишларини сўраб мурожаат этишлари мумкин. Масалан, Европада бир вақтнинг ўзида миллий биринчиликларда кўплаб бири-биридан қизиқарли учрашувлар бўлади. “Sport” телеканали эса бириккита учрашувни жонли эфирда тўғридан-тўғри олиб беради, холос. Таҳлил қиладиган бўлсак, бошқа қизиқарли учрашувларнинг ҳам ўз аудиторияси, ишқибозлари бор. Айнан эфирга олиб берилмайдиган учрашувларнинг қизиқувчи мухлислари бўлиши мумкин. Шунингдек, агар футболишқибозлари ўзларини қизиқтирган ўйин трансляциясини сўраб, “Sport” телеканалига мурожаат қилишса, телеканал ходимлари ҳам энг кўп овоз тўплаган футбол ўйинини олиб кўрсатишса нур устига аъло нур бўларди. Шунингдек, телеканалнинг аудитория билан интерактивликни боғлаши учун яна бир жиҳат: масалан, қизиқарли футбол учрашуви бошланишидан икки соат олдин беллашувга бўлган қизиқишни аниқлаш

мақсадида аудиторияга муҳим ўйин олдидан қуйидагича саволлар бериши мумкин:

Қайси жамоа ғалаба қозонади?

Ҳисоб қандай кўриниш олади?

Дуранг натижа қайд этиладими?

Қайси ўйинчи учрашувнинг энг зўр футболчиси бўлади?

Ёки, масалан, “Эль классико” учрашуви ўтказиладиган бўлса, қуйидагича саволлар бериш мумкин:

“Реал Мадрид” жамоаси ғалаба қозонадими?

“Барселона” клуби ғалаба қозонадими?

Ҳисоб очилмайдими?

Йирик ҳисоб қайд этиладими?

Дуранг натижа қайд этиладими?

Энг кучли футболчи ким?

Шу каби саволлар “Sport” телеканали ижодкорлари томонидан берилса, интерактивликни таъминлашда асосий омил бўлади. Бунинг натижасида футбол ихлосмандлари ўз овозларини СМС, телефон қўнғироғи ёки интернет орқали бериб борадилар. Ушбу жараёни дастурнинг бир қанча ходимлари назорат қилиб, овозларни фоиз ҳисобида жонли эфирда, экраннинг пастки қисмида ёзувли титрларда бериб боради. Бу жараён жонли эфирга бериладиган футбол шарҳи давомида ҳам бериб борилади. Бу ҳолат шарҳловчига ҳам ўз таъсирини ўтказади. Масалан, ўйинни шарҳлаётган шарҳловчи ўзининг севимли клубига эмас, балки овозлар сони жиҳатига ҳам эътибор қаратади.

Шунингдек, “Sport” телеканалидаги жонли эфирдаги бир қатор қисман интерактивликка эга бўлган кўрсатувларни тўлиқ интерактивлаштириш мумкин. Масалан, журналист Дилшодбек Тўхтабеков бошловчилиги остида жонли эфирга узатиладиган “Бугунги футбол” дастурини таҳлил қиладиган бўлсак, энг аввало, кўрсатувнинг яхши йўлга қўйилгани ва футбол

ихлосмандлари учун айнан керакли дастур эканлигини айтиш мумкин. Аммо ушбу дастурни янада жонлаштириш, яъни, интерактивлаштириш мақсадга мувофиқ бўларди. Бунинг натижасида, мухлисларнинг қизиқиши ва сони янада ортади. Бундан эса, телеканал, албатта кўрсатувнинг ўзи ҳам яхшигина даромад қилиши мумкин. Аниқроқ айтадиган бўлсак, кўрсатувга телеэкран қаршисидаги мухлислар иштирокини ҳам жорий этиш лозим. Ушбу ҳолатда дастур бошланишида куннинг барча муҳим ва қизиқарли учрашувларининг рўйхатини бериб бориш мумкин. Анонсда Олий лига учрашувлари, Европа ва бошқа қитъалар миллий биринчиликларининг, энг қизиқарли беллашувларнинг бошланадиган вақтлари билан кўрсатиш керак. Ана шунда ҳар ким ўзи хоҳлаган ўйинга ўз овозини беради. Қайси футбол баҳси мухлислар томонидан кўп овоз тўпласа, ўша учрашувни ишқибозлар эътиборига ҳавола қилиш керак. Энг муҳими, телеканалга нисбатан мухлисларнинг ишончи ортади. Ахир, футбол ишқибозларининг хоҳишини инобатга олиш канал фаолиятининг муҳим омили ҳисобланади.

Телеканалда шарҳловчилар ва муҳаррирлар ўзлари ёктирган жамоалар ўйинларини олиб беришади. Масалан, “Реал Мадрид”, “Барселона” клубининг ҳаракатларини кўриш албатта қизиқарлироқ. Лекин, бошқа чемпионат вакиллариининг ёки бошқа клубларнинг ҳам ўз мухлислари бор. Адолат қарор топиши учун мухлислар ўз севимли жамоалари беллашувларига овоз бериб, энг кўп овоз тўплаган учрашувни трансляция қилиши мақсадга мувофиқ.

Яна бир кўрсатув: жонли эфирда бериладиган Зафар Имомхўжаев муаллифлигидаги “Футбол шарҳи” дастури ҳам интерактивликка яқин. Ушбу кўрсатувда асосан ўзбек футбол ҳақида яъни, миллий биринчилигимиз ўйинлари, миллий терма жамоаларимизнинг ва клубларимизнинг халқаро майдонлардаги учрашувлари таҳлили қилинади. Зафар Имомхўжаев кўпроқ қайси мавзуда фикр юритадиган бўлса, студияга ўша мавзуга мос мутахассисни таклиф этиб, жонли эфирда мулоқот қилади. Кўрсатувнинг

жонли бўлишига вилоятлардан мухбирлар томонидан турли лавҳаларнинг берилиши ҳам сабабдир. Шунингдек, ёзиб олинган интервьюлар ҳам берилади.

Битта футбол учрашувини турли нуқталардан ўнга яқин камера тасвирга олиши майдондаги бирор бир ҳолатни ҳар томонлама аниқ кўрсатиши билан биргаликда, экран қаршисидаги томошабинларга ҳар қандай маълумоту-ахборотларни етказиш каби қулайликларни намоёйиш этади. Бунда, бир вақтнинг ўзида экран қаршисидаги футбол мухлиси майдонда ва майдон ташқарисида рўй бераётган ҳар қандай ҳолат ва вазиятларни кўради. Ахир, футбол беллашувига тегишли бўлган жараёнлар ишкибозлар учун жуда муҳим. Бу ҳам интерактивликнинг қисман бир кўриниши ҳисобланади.

Масалан, Испаниянинг “Реал Мадрид” футбол клуби ўз учрашувини ўтказадиган майдон “Сантьяго Бернабеу”да бирор бир жамоа билан ўйин ўтказмоқда. Ушбу қизиқарли беллашув лавҳаларини тўртта камера стадионнинг тўрт томонидан ва битта камера юқоридан тасвирга олса, трибунадаги мухлислар эътиборида, жамоараҳбарларию, клубнинг захирадаги аъзолари ва энг муҳими, жамоанинг бош мураббийи учун ҳам камида биттадан камера ишлаши талаб этилади. Тасаввур қилайлик, масалан, “Реал Мадрид” футбол клуби мағлубиятга учраётган бўлса-ю, бош мураббий захирадагилардан кимнидир майдонга тушишини ишора қилса, ёки майдондаги футбол фанатларининг аҳволини ва шунга ўхшаш вазиятлар тасвирдан четда қолиб кетмаслиги керак. Айрим футбол ўйинларини битта камера тасвирга олади. Агар юқоридаги матч ҳам битта камерада тасвирга олинганида, бундай пайтда ҳатто майдонга ким тушди, у кимнинг ўрнига тушди, нечанчи дақиқада тушди, қизиғи шундаки, бу ҳолатларни учрашувни шарҳлаб бораётган шарҳловчи ҳам билолмай талмовсираб қолади. Экрани қаршисидаги оддий томошабин эса нима қилсин? Демакки, шундай ҳолатларни тўлиқ трансляция қилиш учун аввало кўплаб камераларнинг бир

вақтнинг ўзида оператив ишлаши талаб этилади. Шу ўринда, айтиш керакки, “Реал Мадрид” футбол клуби стадиони учрашувларни жуда сифатли тасвирга олиб трансляция қилади. Шунингдек, жамоанинг “Marca” номи остида ўз шахсий телеканал, радиоканал, газетаси ва интернет сайти фаолият юритиб, клуб футболчилари ҳақида ва клуб билан бевосита алоқадор бўлган барча маълумотларни тезкорлик билан айнан ана шу оммавий ахборот воситалари бутун дунёга тарқатишмоқда.

Трансляциялар орқалиқўрамизки, бирор бир муҳим қизиқарли футбол учрашуви олдидан муҳбир ўйин ўтказиладиган майдонга бориб, учрашувдан бир соат олдин футболчиларнинг шарт-шароитлари, ўйинга бўлган қизиқиши ва шунга ўхшаш муҳим вазиятларни, мухлисларнинг стадионга ташриф буюришлари каби ҳолатларни тўғридан-тўғри эфир орқали экран каршисидаги футбол ишқибозларига етказишади. Ва энг муҳими, футбол учрашувини ҳам стадиондан туриб шарҳлашади. Бу эса трансляциянинг жонли ва ишонарли чиқиши учун муҳим омил саналади.

Жонли эфирда бирор бир футбол ўйини кетмоқда. Шарҳловчи бор диққат-эътиборини учрашув шарҳига қаратади. Энди ушбу шарҳни интерактивлаштирадиган бўлсак, шарҳловчи ўз эътиборини ўйиндан чалғитмасдан учрашувнинг биринчи бўлимини шарҳлайверади. Унгача бошқа бир мутахассис параллел равишда интернетда ёки телефон кўнғироқларини қабул қилиб мухлислар билан ишлайди. Яъни, бунда журналист эфирда жонли тарзда кетаётган футбол ўйинининг қизиқарли вазиятларини, чигал ҳолатларини муҳокамага қўяди. Футбол ишқибозлари интернет ёки телефон кўнғироқлари орқали ўз фикрлари, мулоҳазалари, таклифларини ва тушунмаган вазиятларининг изоҳини сўрашади. Бу орада учрашувнинг биринчи бўлими ўз ниҳоясига етиб, ўн беш дақиқалик танаффус берилади. Айни шу пайтда танаффусдан фойдаланиб, шарҳловчилар футбол ишқибозлари билан ҳам жонли мулоқотни юзага келтиришади. Мухлисларнинг саволларига жавоб беришади, ўйин

муҳокамасига ишқибозларни ҳам жалб этиб, дастур билан, телеканал билан аудитория, яъни мухлислар, ишқибозларнинг яқинлик муносабатларини шакллантиришади. Демак, иккинчи бўлимни ҳам шарҳловчи диққат билан шарҳлайди ва учрашув якунида яна 10-15 дақиқа мухлислар билан ишлайди. Ана шундай пайтда ишқибозларни қизиқтирган ёки чигал вазиятларнинг кичик лавҳалари ҳам келтирилиб, муҳокама қилинади. Бунга мисол келтирадиган бўлсак, масалан, кўпинча Англия чемпионатида ҳакамларнинг нотўғри қарорлари ёки футболчиларнинг ажабтовур ҳаракатлари кузатилади. Айнан ана шундай лавҳалар муҳокама қилинади. Бизда кўпинча Европа миллий биринчиликларидаги ва Европа Чемпионлар Лигасидаги кўплаб муҳим учрашувлар тун ярмидан ўтганидан сўнг намойиш этилади. Демак, тунги соат иккидан ошган бўлишига қарамай, футбол ишқибозлари телевидение дастурига ўзларининг муносабатларини билдириш билан бирга унда фаол иштирок этишади. Бундан келиб чиқадики, аудитория билан телеканал ўртасида яқинлик муносабати ортади. Бунинг натижасида телеканалнинг, дастурнинг ишқибозлари сони кўпаяди.

Шунингдек, жонли эфирнинг бошқа бир қатор ютуқлари ҳам бор. Интерактивлик жараёни юзага келиши учун жонли эфирда аудиториянинг ҳам иштироки таъминланар экан, бунинг самараси шундан иборатки, интерактивлик аудиторияни ушлаб қолиш вадасурнинг узоқ фаолияти учун зўр йўналиш ҳисобланади. Шу билан бирга жонли эфирнинг энг муҳим ютуқлари шундан иборатки, ахборотнинг тезкорлиги, ҳаққонийлиги ва таъсирчанлиги ортади. Ёки, аудитория учун турли имкониятлар пайдо бўлади. Интерактив жонли эфирда оддий одамлар хоҳ уйда бўлишсин, хоҳ кўча-куйда бўлишидан қатъи назар, эфирга дастурдаги мавзу юзасидан ўз фикр-мулоҳазаларини, таклифларини ва муносабатларини изҳор эта олишади.

Футбол шарҳловчиси экранга чиқиб ёки экран ортидан бир фикрни билдиришидан олдин: “Менинг ҳаракатларим қуйидаги талабларга жавоб

берадими, йўқми?” деган саволни ўзига бериши ва жамоатчилик муҳокамасига қўймоқчи бўлган масала бўйича қатъий қарорга келган бўлиши ва шундан кейингина микрофон ва камера қаршисига келиши керак. Бунинг учун шарҳловчи энг аввало, баъзи саволларга жавоб бериши лозим:

- Бугун экрандан айтган гапларимдан кейин эртага кўпчилик олдида уялиб қолмайманми?
- Кўрсатувдан сўнг мен ўз мухлисларимнинг кўзларига соф виждон билан бемалол тик қарай оламанми?
- Ахборот беришда, уни ёритишда ўз шахсий манфаатларим (яъни ўзим ишқибозлик қиладиган жамоага ён бериб шарҳлаш) мақсадларимни, фойдамни кўзлаб ёндошмадимми?
- Эҳтиросга берилиб тўғри вазиятни ноҳолис шарҳлаб қўймайманми?
- Ноҳолис ёндошиб, бир жамоани бошқасидан устун қўйиб, ўша жамоа мухлисларини бездириб қўймайманми?
- Экран олдида туриб майдондаги вазиятларни холис баҳолайман, деб профессионал спортчиларни камситиб қўймайманми?

Шу ўринда бир мисолни айтишимиз мумкин. Мамлакатимиз футбол клублари ёки бош терма жамоамизнинг бундан ўн йил олдинги учрашувлари шарҳларида журналистлар жамоаларимиз ютқазилса ҳам уларнинг ёнини олиб шарҳлашарди. Бундай ноҳолислик мухлисларни нафақат футболчилардан балки, журналистлардан ҳам кўнглини қолдирарди. Шунинг учун шарҳловчи ўз позициясида туриб, вазиятни ҳаққоний ва реал баҳоласа ва фикр юритса, буни ишқибозлар ҳам тушуниб, муаммонинг ечимини топишга ҳаракат қилишармиди? Шунингдек, шарҳловчи тўғридан-тўғри эфирга нутқи равон, мулоҳазаси яхши бўлган мутахассисни таклиф этиши лозим. Мисол келтирадиган бўлсак, бизда миллий терма жамоамизнинг ёки

клубларимизнинг халқаро мусобақалардаги муҳим беллашувлари бошланишидан ярим-бир соат олдин жонли эфирда футбол шарҳловчилари студияга бир-иккита футбол мутахассисларини таклиф этиб, бошланадиган учрашув атрофидаги вазиятларни муҳокама қилишади. Айрим пайтларда студияга чақирилган мутахассислар эфир талабларига жавоб бермайди. Уларнинг нуткида ғализликлар, ҳар хил шева ва жаргон сўзларидан фойдаланишлар учраб туради. Бунинг устига, айримларининг нуткида муаммолари бўлса ҳам таклиф этилади. Бу эса экран қаршисидаги томошабинларга албатта хуш келмайди.

Жонли эфирда журналистдан ҳам, тўғридан-тўғри студияга уланадиган аудиториядан ҳам, таклиф этилган футбол мутахассисларидан ҳам, аввало, муҳокама қилинаётган мавзудан четлашмаслик, этикага риоя этишлик, шева ва жаргон сўзларидан фойдаланмаслик талаб этилади. Бундай жараёнда энг муҳими журналист жуда профессионал бўлиши лозим.

“Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонуннинг 23-моддасига кўра: телевидение, радиоэшиттириш таҳририятлари телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришлар материалларини (плёнкаларни) улар эфирга берилганидан сўнг бир ой давомида сақлаб туришлари, олдиндан ёзиб олмай, тўғридан-тўғри эфирга бериладиган кўрсатувлар ва эшиттиришларни рўйхатга олиш дафтарини юритишлари, уларнинг мавзуи, намоёиш этилган (эфирга берилган) куни, бошланган ва тугаган вақти, уларни олиб борган кишининг фамилияси ва исмини қайд этиб боришлари шарт.

Телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришларни рўйхатга олиш дафтари унга сўнгги ёзув киритилган кундан бошлаб бир йил давомида сақланади. Тарихий, илмий ва бошқа йўсиндаги аҳамиятга молик материаллар қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда сақланиши керак.

Шунингдек, жонли эфирда журналист ва аудитория ҳар қандай гап-сўзларни айтмасликлари ва давлат манфаатларига зид ишларни қилишлари ёки телефон орқали тўғридан-тўғри эфирга уланган мухлис вазиятдан

фойдаланиб хоҳлаган гапини гапирмаслиги учун қатъий қонунларни ишлаб чиқиш талаб этилади.

УЧИНЧИ БОБ: ЎЗБЕКИСТОНДА ТАЙЁРЛАНАДИГАН АУДИОВИЗУАЛ МАТЕРИАЛЛАРНИНГ ДУНЁ МЕДИА МАЙДОНИДАГИ ЎРНИ

3.1. Рақамли телевидение: интерактивлик янги ва сифатли босқичда.

Ахборот-коммуникация технологияларининг яна бир муҳим элементи рақамлаштириш, яъни ОАВ мазмунини рақамли форматга ўтказишдир. Газеталар компьютерда терилади ва Интернетда уларнинг электрон версияларига кириш мумкин. Рақамли радио частоталар сонини кўпайтиради ва уни Интернетга уланиб, компьютер орқали ҳам тинглаш мумкин бўлади. Телевидение ҳам рақамли форматга ўтиб бормоқда. Бу ҳол барча анъанавий ОАВларга кириш ва улардан фойдаланиш имкониятини осонлаштиради ва кенгайтиради.

Рақамли телевидение. Республика аҳолисини сифатли теледастурлар билан таъминлаш мақсадида, 2015 йилга қадар телетомошабинларга теледастурларнинг илк ижтимоий пакетини (бугунги кунда 12 теледастур) тақдим этиш билан бирга рақамли телевидениега ўтиш мўлжалланган. Улардан 7 таси мамлакат (жумладан, 4 та давлат, 3 та нодавлат телерадиокомпанияларининг теледастурлари) ва 5 таси хорижий дастурлар.

Рақамли телевидениенинг ерусти трансляциясидан асосий мақсад: радиотўлқинли спектрни самарали қўллаш ва кўпдастурли телевизион кўрсатувларни узатиш бўйича сифатли хизмат кўрсаткичларини оширишдан, интерактив хизматларни жорий этиб, юқори сифатли телевизион видеотасвирларни бериб боришдан иборат.

Одатдаги телевизион кўрсатувлардан янги, янада сифатли даража – рақамли телекўрсатувларни ердан туриб эфирга узатишга ўтилгани телевидение соҳасида улкан ўзгаришларга сабаб бўлди. Рақамли телевидениенинг одатдаги телевидениедан асосий фарқи шундаки, унда тасвир ва товуш ғоят тиниқ, ранглар ёрқин ва ҳар бир детал аниқ акс этади.

Ўзбекистон МДХ мамлакатлари орасида биринчилардан бўлиб рақамли телевидениега ўтган ва республикамизда рақамли телевидениени жорий этиш 2007 йилдан бошланган эди. Тошкент ва Бухорода ердаги рақамли телевидение тажриба зонасининг ташкил этилиши янги турдаги кўрсатувларга босқичма-босқич ўтишни бошлаб берди.

Президентимиз Ислом Каримовнинг 2012 йил 17 апрелда қабул қилинган “Ўзбекистон Республикасида рақамли телевидениега техник ва технологик ўтишга доир Давлат дастури тўғрисида”ги қарори бу борада муҳим дастурий ҳужжат бўлиб хизмат қилаётир. Мазкур ҳужжатда, биринчи навбатда, техник ва технологик тараққиёт инобатга олинган ҳолда, рақамли телевидениени жорий этиш соҳасидаги меъёрий-ҳуқуқий базани такомиллаштириш, рақамли телевидениега икки босқичда, яъни 2012-2015 ва 2016-2017 йилларда ўтиш кўзда тутилган.

Шунингдек, қарорда янги турдаги хизматлар, жумладан, интерактив ва мобиль телевидениени жорий этиш ҳам режалаштирилган. Дастурга мамлакатимизда рақамли телевидение сигналларини қабул қиладиган замонавий қурилмаларни ишлаб чиқаришни ривожлантириш ва аҳолини таъминлашга оид бўлимнинг киритилгани алоҳида эътиборга лойиқдир.

Бунда рақамли телевидениенинг умумфойдаланиладиган ижтимоий пакетини тайёрлаш, шакллантириш ва эфирга узатиш ҳамда теле, радиоархив материалларни рақамли форматда таржима қилишнинг техник имкониятларини таъминлаш алоҳида аҳамият касб этади. Рақамли телевидениенинг ижтимоий пакети – бу оператор ва провайдерлар томонидан истеъмолчилар учун бепул тарқатиладиган ижтимоий аҳамиятга эга телеканаллар пакетидир. Бу эса мамлакатимизда инсон манфаатлари устуворлигининг яна бир тасдиғидир.

Айнан шу боис рақамли телеканалларни ташкил этиш жараёнида рақамли телекўрсатувлар ижтимоий пакетини шакллантириш ва янада бойитишга алоҳида эътибор қаратилди. Ўзбекистон Республикаси

Президентининг 2012 йил 30 июлда қабул қилинган “Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг рақамли телеканаллари сонини кўпайтириш, улардан тўлиқ форматда фойдаланиш, сифатли тўлдириш ва хизмат кўрсатиш тўғрисида”ги қарорига мувофиқ туну кун эфирга узатиладиган иккита янги рақамли канал – “Маданият ва маърифат” ҳамда “Дунё бўйлаб” телеканали ташкил этилди. Рақамли телевидениега техник ва технологик ўтиш давлат дастурини амалга ошириш доирасида Ўзбекистон Республикаси Алоқа, ахборотлаштириш ва телекоммуникация технологиялари давлат қўмитаси кўмагида “UZDIGITAL TV” компанияси ташкил этилди ва айни пайтда у мамлакатимизда юридик ва жисмоний шахсларга рақамли телевидение хизматларини кўрсатаётган етакчи операторлардан биридир.

Бу борада қабул қилинган чора-тадбирлар самарасида қисқа вақт ичида рақамли телевидениега ўтиш дастурини ҳаётга татбиқ этишда салмоқли натижаларга эришилди. Ўзбекистонда ердаги рақамли телевидениенинг Европа стандарти қабул қилинди. Сигнални барқарор қабул қилиш ва бошқа қайтадиган сигналларни қабул қилмаслиги унинг асосий афзалликларидан биридир. 2017 йил охиригача мамлакатимизнинг барча ҳудуди рақамли телевидениега тўлиқ ўтади.

2011 йилда Ўзбекистонда янги форматдаги трансляцияга босқичма-босқич ўтишга доир аниқ мақсадли ишларнинг амалга оширилиши натижасида МДХ мамлакатлари орасида биринчи бўлиб юксак даражада тиниқ кўрсатадиган ердаги телевидение – HDTV ишга туширилди. Дунёда телевидениени ривожлантиришнинг янги йўналиши ҳисобланган HDTV тасвир ва товуши тиниқ теледастур ва фильмларни томоша қилиш имконини беради. Бугун мамлакатимизда иккита HD канали эфирга узатилмоқда. “UzHD” канали улардан биридир. Президентимиз ташаббуси билан ташкил этилган “Ўзбекистон МТРК медиа-маркази” давлат унитар корхонаси юқори даражада тиниқ бўлган телекўрсатувларни эфирга узатиш бўйича асосий ишлаб чиқариш ва технологик марказ ҳисобланади.

Юқори технологияли ускуналар ва махсус телерадиотехникадан самарали фойдаланиш, уларни қўллаган ҳолда медиатехнологиялар асосида кенг турдаги сифатли телерадиомахсулотларни яратиш, шунингдек, телевизион муҳандис-техник ҳамда ижодий кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш тизимини тубдан яхшилаш мақсадида Тошкент ахборот технологиялари университетида махсус муҳандисларни тайёрлайдиган “Телевидение технологиялари” факультети ташкил этилди. Пойтахтимизда Республика телевидение ва радио касб-ҳунар коллежининг очилиши соҳа мутахассисларини тайёрлашни такомиллаштиришга хизмат қилаётир.

Замонавий рақамли телевидение фойдаланувчиларга телекўрсатувларни томоша қилиш жараёнини моделлаштириш имконини беради. Юқорида тилга олинган Давлат дастурида янги турдаги хизматларни жорий этиш кўзда тутилган. Масалан, EPG хизматларини тақдим этиш режалаштирилмоқда. Ушбу электрон теледастур ҳар бир каналда айнан қандай кўрсатув ва фильм қачон намойиш этилиши билан танишишга ёрдам беради. Фойдаланувчилар унинг ёрдамида намойиш этиладиган кўрсатув ва фильмлар рўйхатини кўздан кечириши, титр ёзувларини қўшиши ва ўчириши, таржима тилини танлаши, хотирани ўрнатиши ва бошқа кўплаб функцияларни бажариши мумкин. Танланган кўрсатув, фильм ёки футбол ўйинини ўтказиб юбормаслик учун эслатиш функциясини ҳам ўрнатиш мумкин. Бу функция телевизор бошқа каналга ўтказилган бўлса-да, танланган кўрсатув бошланишига бир неча дақиқа қолганда экранда пайдо бўлади. EPG хизматида болалар томоша қилиши мумкин бўлган каналлар рўйхатини тузиш имконини берадиган “ота-она назорати” функцияси ҳам ўрнатилган. Бошқа каналлар ота-она томонидан пароль қўйилиши натижасида томоша қилиш учун берк бўлади.

Кейинги йилларда Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси жамоаси халқимиз учун юқори бадий савияга эга бўлган телерадиомахсулотлар

етказиб бериш борасидаги фаолиятини замон талаблари асосида такомиллаштириб бораётганини ҳам таъкидлаш зарур.

“Ёшлар” телерадиоканали қошида “Болажон” телеканали иш бошлаши эса нафақат болалар учун балки барча ота-оналар учун ҳам кутилмаган совға бўлди. Эндиликда болажонларимиз ўзларининг сеvimли каналларига эга бўлиб, у орқали бўш вақтларини мазмунли ва мароқли ўтказишларига имкон яратилди.

Миллий руҳда яратилган, умуминсоний қадрият ва фазилатларни тараннум этувчи болажонлар учун яратилган миллий каналнинг очилиши нафақат болалар учун балки, ота-оналар учун ҳам албатта қувонарли ҳолдир. Сабаби, фарзандларимизнинг миллий қадриятларимизга ҳамоҳанг бўлган кўрсатувларни, мультфилмларни, қизиқарли дастурларни кўриб бориши уларнинг келажаги учун фойдалидир.

3 ёшдан 10 ёшгача бўлган болаларга мўлжалланган “Болажон” янги рақамли телеканалнинг асосий вазифалари болаларда атроф-оламни идрок этиш, уларда миллий қаҳрамонлар, ўзбек халқи ва бошқа халқларнинг халқ оғзаки ижоди персонажлари мисолида эзгулик ва адолат тушунчаларини шакллантириш ҳамда ривожлантиришга йўналтирилган билим берувчи телевизион дастурларни намоиш этишдан иборатдир. Бундан ташқари болаларнинг қизиқишлари, ақлий ва ижодий фаоллигини ривожлантириш мақсадида кўнгилочар-ўқув телевизион кўрсатувлар, мактабгача ва мактаб ёшидаги болалар учун мўлжалланган интеллектуал ўйинлар ва викториналар ҳавола этиш орқали уларда ақлий ҳамда жисмоний меҳнатнинг бошланғич кўникмалари ва маданиятини шакллантиришга хизмат қилмоқда. Шунингдек, жажжи телетомошабинларнинг ёш хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда замонавий интерактив шакл ва усуллардан, рақамли ва мультимедияли технологиялар имкониятларидан фойдаланиб, атроф-оламни билиш, янгиликларни кашф этишга бўлган интилишларини қўллаб-қувватлаш, уларнинг хорижий тилларни ўрганишга бўлган қизиқишларини

ривожлантиришга қаратилган махсус ўқув телекўрсатувларни тайёрлаш, болалар учун бадиий, мультипликацион ва маърифий фильмларни хорижий тиллар ҳамда ўзбек тилида намоиш этиш ҳам бу телеканал орқали амалга оширилмоқда.

Таълимнинг стратегик муаммолари бўйича мутахассисларни ўқитишнинг масофавий шаклини 21-асрнинг таълим тизими деб аташади ва бугунги кунда унга катта эътибор берилмоқда.

Масофавий ўқитиш мавзусининг долзарблиги шундаки, жамият ўсишининг натижалари муқаддам технологиялар соҳасида жамланган бўлса, бугунги кунда улар ахборот технологиялари соҳасида мужассамлаштирилмоқда. Бугунги кунда ҳаётимизга информатика асри кириб келди. Унинг ривожланиш босқичларини ҳозирги дақиқаларда телекоммуникациявий шаклларда кўриш мумкин. Бу соҳага, яъни масофавий ўқитишга ахборот ва билимнинг мулоқотга кириши сифатида қаралади.

Масофавий ўқитишнинг кенг тарқалган турларидан бири ҳам интерактив телевидениедир. Интерактив телевидение шаклининг афзаллиги шундаки, ўқитувчида ҳар хил масофада бўлган аудитория билан бевосита визуал алоқада бўлиш имкониятлари мавжуд. Унда янги педагогик усуллар, лаборатория тажрибалари намоиш қилинади, ўқитувчи ва ўқувчилар ўзларининг соҳалари бўйича янгиликларни билишлари, уларни билиш усуллари, информацион технологияларнинг гувоҳи бўлишлари, мулоқот ва мунозараларда иштирок этишлари мумкин. Масофавий ўқитишнинг бундай шакли малака ошириш ва мутахассисларни тайёрлаш тизимида интерактив ва истиқболли ҳисобланади.

Бола 3 ва 10 ёш оралиғида борлиқни англашнинг ўзига хос палласида бўлади. Унинг қизиқишлари кун сайин ортади. Айнан шу даврда улар тарбиянинг асосий кўникмаларини олади. Шунинг учун ҳам “Болажон” телеканали асосан 3 ёшдан 10 ёшгача бўлган болаларга мўлжалланган. Болаларимизни тўғри тарбиялаш йўлида телеканал ходимлари астойдил

хизмат қилишмоқда. Улар учун руҳий оламига мос ва қизиқишларидан келиб чиқиб кўрсатувлар тайёрланмоқда. Ушбу канални томоша қилаётган бола ранг-баранг кўрсатувларни ҳамда ўзи севган қаҳрамонларни кўриш билан бирга, беихтиёр ўзини ўша оламга, яъни бола тасаввуридаги эртақлар оламига тушиб қолгандай ҳис этади. Ҳеч қайси кўрсатув бир-бирини такрорламаслиги билан болалар меъдасига тезда тегмайди, аксинча мусиқа ва дастур, тасвир ва ранг, декорация ва мавзу уйғунлиги болалар руҳиятига ижобий таъсир қилишга кўмаклашади.

3.2. Хориждаги “ўзимизники”лар билан ҳам ўзаро интерактив мулоқотни кенгайтириш масалалари

XXI асрнинг энг катта ютуқлари сифатида оммавий ахборот воситаларининг глобаллашуви, рақамли технологияларга ўтиш ва интернет билан бирлашишни айтиш мумкин. Интернет эса ўзида бир қатор функцияларни мужассамлаштирди: электрон почта, реклама, эълонлар, электрон савдо, кутубхоналар ва бошқалар. Буларнинг асосийси – истеъмолчига турли мазмундаги ахборотларни етказиш бўлди. Табиийки, интернетдек улкан виртуал кенгликдан ОАВ ҳам биринчилардан бўлиб фойдалана бошлади. Шундай қилиб онлайн журналистика вужудга келди. Тараққиёт чиндан-да ҳадсиз, чек-чегарасиз. Интернет бамисоли сел, тошқин, цунами сингари шиддат билан кириб келди ва ОАВ имкониятларини бениҳоя кучайтирди. Америкалик тадқиқотчи Монро Э. Прайс “Масс-медиа ва давлат суверенитети” китобида ёзганидек: “ОАВ соҳасида технологик тараққиёт чўққиси Интернет бўлиб, у давлат чегаралари, сиёсий воқелик ҳақидаги тасаввурларни батамом ўзгартириб юборди.”

Ахборот технологияларининг ривожланиш тезлиги уларнинг йиллар сари турмушнинг барча соҳасига кириб боришига олиб келди. Албатта, бу ижобий ҳолдир, чунки бу одамларнинг кўп нарсадан хабардор бўлиб юришини таъминлайди. Масалан, қўл телефонини ишлатувчилар SMS (қисқа хабарлар хизмати) орқали доимий тарзда об-ҳаво, валюта курслари, қисқа янгиликлар (headlines) олиб туриши ёки телефон орқали тўғри интернетдан фойдаланиши мумкин.

Интернет тизимида матн ўқиш, тасвир кўриш, овоз эшитиш имкониятлари мавжуд. Шу туфайли интернетда телевидение ва радиони тўғридан-тўғри эфирини жойлаштириш мумкин. Шунинг учун ҳам ривожланган мамлакатлар аллақачон ТВ ва РВ веб-сайтларини интернетда жойлаштириб, дунёнинг хоҳлаган чеккасига кириб бормоқда.

Бундай кенг имкониятларни самарали ишлатган ҳолда “ўргимчак тўри” деб аталмиш тармоқ барча анъанавий ОАВнинг вазифаларини ўзида тўлалигича акс эттиришга ҳаракат қилмоқда ва бунга эришмоқда. Масалан, ривожланган давлатларда барча нашрлар ўзларининг электрон версияларини онлайн тарзда ҳам узатади. Замонавий радио ва телеканаллар ҳам янада кенгрок аудиторияга етиб бориши учун ўз маҳсулотларини тез суръатларда ўсаётган технология билан барабар олиб боришга ҳаракат қиляптилар, яъни улар ҳозирги пайтда сунъий йўлдош ва умумжаҳон интернет тармоғи орқали эшиттиришларини узатишни амалга оширяптилар. Айниқса деярли ҳамма радиостанциялар глобал тармоқ хизматидан фойдаланишга ҳаракат қиляпти.

Ўргимчак тўрининг анъанавий ОАВдан асосий устунлик жиҳати шуки, у чегара билмайди. Шундай бўлса ҳам, ҳозирги кунда телевидениенинг аудиторияси интернетниқига нисбатан албатта кўпдир ва бу тенденция маълум вақт давомида сақланиб қолади. Баъзи маълумотларда айтилишича ҳатто ривожланган давлатларда катта ёшдаги аҳолининг кўп қисми виртуал кенгликка ҳатто қизиқмайдиган ҳам. Аммо телевидение тўғрисида гапкетганда бундай дейилмаслиги табиийдир, негаки ҳар хил телекўрсатувларни томоша қилиш кичкина ёшдагилардан тортиб то қарияларгача маъқулдир. Шунинг учун ҳам, телевидениенинг интернетга нисбатан аудиторияси кўп ва бундан буюғига ҳам кўп бўлиб қолиши мумкин. Бунга сабаб бўлувчи омиллар қуйидагича:

Арзонлиги. Телевидениедан фойдаланиш интернетга қараганда анча арзон (технология, уланиш в.ҳ. жиҳатларини ҳисобга олганда);

Қулайлиги. Янгилик ва дам олиш учун телевизорни томоша қилиш компьютер орқали тармоққа уланишга қараганда қулайроқ;

Хизматни етказиш осонлиги. Табиийки, интернетга нисбатан телевидение ўз аудиториясини қамраб олиши осонроқ, чунки, уни узатиш учун ривожланган техник тизим ва кўп телеприемниклар мавжуд;

Соддалиги. Телевидениедан фойдаланиш алоҳида, интернетга хос саводхонликни талаб қилмайди.

Онлайн ТВ виртуал кенгликда фаолият кўрсатиш жиҳатидан онлайн радиога ўхшаб кетади. Бу оддий телевидениедан иккита хусусияти билан фарқ қилади. Биринчиси, у умумийдир, яъни интернет орқали узатилган кўрсатувлар ҳеч қандай тўсиқларсиз бутун сайёрани қамраб олади. Тармоқ орқали уни хоҳлаган жойдан томоша қилишингиз мумкин. Иккинчиси, бу унинг кўп сонда ва кўп тилда бўлишидир. Ҳозирги вақтда, онлайн ТВлар сони кундан-кунга кўпайиб бормоқда. Масалан, www.webtvlist.com сайти орқали 300 дан ортиқ онлайн каналларни тўғридан-тўғри томоша қилиш мумкин. Мазкур каналлар 17 та йўналишдаги ва маълум тиллар бўйича гуруҳларга бўлинган ва фойдаланувчининг ўзи истаган каналларини топиб олиши учун жуда қулайдир. Булар фақат www.webtvlist.com кўрсатиб ўтган сайтларнинг сонидир, демоқчимизки, булардан бошқада кўплаб онлайн телекўрсатувлар мавжуд. Бундай сайтлар ичида <http://wwitv.com/portal.htm> ни ҳам мисол қилиш мумкин.

Ғарб мамлакатларидаги шароитлардан келиб чиқиб айтадиган бўлсак, у ерда кабел орқали кўрсатувларни кўрмоқчи бўлсангиз ҳар ойда тахминан \$20-40 сарфлашга тўғри келади, аммо \$15 сарфлаш орқали тезлиги юқори бўлган ва вақти чегараланмаган интернет хизматида бир ой давомида фойдаланиш мумкин. Ғарб давлатларида глобал тармоқдан фойдаланиш тезлиги (1-2 мбит/сек.) онлайн кўрсатувларни томоша қилиш учун етарлидир. Ҳозирда онлайн телекўрсатувларнинг камчилиги – оддийларга нисбатан сифати пастлигида. Бунга сабаб – видеоформатни интернет тезлигига мослаштирган ҳолда кодлаштиришидир. Айни вақтда сунъий йўлдош орқали узатиладиган телекўрсатувлар мавқеи онлайн ТВга нисбатан баланддир.

Параболик антеннани улаган ҳолда юзлаб телеканалларни кўриш мумкин ва уларнинг сифати аъло даражададир. Бугунги кунда кўпгина

экспертлар анъанавий ОАВ билан интернетнинг ишлаш фаолиятларининг бирлашиб кетишлари тўғрисида гапиришмоқда. Яъни анъанавий ОАВ интернетсиз фаолият юритса агар, бу уларнинг ривожланишини секинлаштиради (масалан, ўз аудиторияси билан мулоқот қилишнинг қийинлашиши ва ҳ.к.). Ҳозирги вақтда ривожланган давлатларда аксинча, тўғридан-тўғри телевизор ёрдамида интернетдан фойдаланиш имкониятлари ҳам мавжуддир, бундай технологиялар Netbox (TV Internet) ва WebTV деб номланади. Буларни ишлатиш учун қўшимча мослама (приставка) ва махсус клавиатура билан сичконча керак бўлади.

Шунингдек, аксинча, компьютердан телевизор сифатида ҳам фойдаланиш мумкин. Лекин бу интернет орқали эмас, балки компьютер оддий антенна ёрдами орқали маҳаллий каналларни кўрсатади. Бунинг учун компьютерга ТВ-тюнер мосламаси ўрнатилади, натижада оддий аналог кўрсатувларни антенна орқали томоша қилиш мумкин бўлади. Бу нарса компьютерда ишлаётганда бирор кўрсатувни ўтказиб юбормаслик учун ёки иш давомида кичик ойнакда ТВни ҳам томоша қилиб ўтириш учун қулайдир.

Албатта, бу каби технологиялар аудитория талабларидан келиб чиқиб амалга оширилади. АҚШнинг Media Metrix компаниясининг маълумотларига қараганда АҚШда 45.1 млн. интернет фойдаланувчилари бир хонада глобал тармоққа уланган компьютер ва оддий телевизорни ишлатар экан. Айни шу одамларнинг 47% бир вақтнинг ўзида интернет ва телевизордан фойдаланар экан, фақат 5% буларни бир вақтнинг ўзида ишлатмаслигини айтишган. 1998 йилда техник жиҳозлар ишлаб чиқарувчи таниқли компаниялар томонидан (Compaq, Gateway 2000, Philips, Sanyo Electronics) PC-TV (компьютер-телевизор) гибридлари ишлаб чиқарилган. Улар юқори тезликда (30 Мбит/с) онлайн ТВларни томоша қилиш ва бир вақтнинг ўзида интернет сайтларини кўриб ўтиришга мўлжалланган, лекин ускуна қиммат бўлганлиги сабабли ҳозирча улар жуда кам миқдорда махсус ташкилотларда ишлатилмоқда. Нима бўлганда ҳам, ҳозирги технологиянинг ўсиши ўз вақти келиб айтиб

ўтилган онлайн ТВ ва онлайн радиога хос бўлган камчиликларни йўққа чиқаришига ишонишимиз керак. Масалан, 2003 йил октябрда АҚШнинг Майкрософт компанияси оддий телекўрсатувларни ҳеч қандай сифатини йўқотмасдан интернет орқали узатиш технологиясини жорий этажagini маълум қилган ва бу хизматдан фойдаланишни хоҳловчи телестанцияларни ҳамкорлик қилишга чақирган. Бундай интернет-ТВни томоша қилиш учун камида 1 мбит/с тезликдаги канал керак бўлади. Майкрософт онлайн ТВни кўриш учун керак бўладиган программалар – ресивер ва декодерни сотиш орқали пул ундиради, бошланишига бу \$150 ни ташкил қилади, улар бу нарх тўрт йилдан сўнг \$50га тушиши мумкинлигини эълон қилди. Шу билан бирга Буюк Британиянинг Pace Micro Technology, Франциянинг Thomson ва АҚШнинг Intel компаниялари ҳам арзон йўллар билан телевидениени интернет орқали узатиш аппаратларини ишлаб чиқаришга ҳаракат қилмоқдалар. Шундай экан келажак ОАВнинг ҳаммаси бир-бири боғлиқ ҳолда иш юритишини башорат қилса бўлади, акс ҳолда бошқа анъанавий ОАВ виртуал тизимсиз ўз фаолиятларини ривожлантиришлари биров мушкул бўлиши табиийдир. Интернет тармоғининг ҳозирги ривожланиш суръатини ҳисобга олиб айтиш мумкинки, яқин келажакда глобал тармоқ орқали узатиладиган телекўрсатувларнинг айтиб ўтилган камчиликлари тузатилишини тахмин қилса бўлади. Шу билан бирга, ҳар бир хонадон ҳозирда телевизорга эга бўлгани каби компьютерга ҳам эга бўлиши кутилади. Сабаби, компьютернинг функциялари телевизорникидан анча кўп ва маълум даражада унинг вазифаларини ҳам ўташ имкониятига эга.

Интернетнинг бевосита эфирга нисбатан афзаллик томони шундаки, унда жойлаштирилган кўрсатувларни бир неча марта такроран, маълум вақтдан кейин томоша қилиш мумкин.

Эфир билан бир қаторда бевосита интернетга ҳам узатиладиган кўрсатувлар муаллифлари студияда телефонларни ўрнатиб, аудитория билан интерактив алоқада бўлиб турадилар. Бошқа каналларга нисбатан бунга ТНТ

кўпроқ эътибор беради. Бевосита интерактив интернет томошабинлар томонидан яхши қабул қилинади ва бундай кўрсатувларни аудитория ўртасидаги обрўйи ошади.

Телеканаллар дастурларини интернетга узатилишининг яна бир қулай томони шундан иборатки, ҳар бир студия аудитория ўртасида ўз обрўйини, ёки, бошқача қилиб айтганда, ўз рейтингини дарҳол билиши мумкин. Рейтингни ўлчаш учун студия билан бўлган боғланишларни турли муддатлар билан белгилаш мумкин: битта кўрсатув давомида, бир неча соат давомида, 24 соат ичида, ҳафта давомида ва ҳ.к.

Энди интернетдаги телевидение афзалликлари ҳақида фикр билдирайлик.

1. Оддий телевидениеда томошабин ўз ихтиёри билан вақт танлаб ололмайд, интернет ТВда бундай имконият бор.

2. Интернетда кўрсатувни ёзиб олиб, уни қайта кўриш ҳеч қандай муаммога учрамайди.

3. Кўрсатувни воқеа билан бир пайтда кўриш мумкин.

4. Тасвирлар турлича узатилади:

а) Ҳаракатсиз ҳолда;

б) Ҳаракатли ҳолда (кино);

в) Матн билан биргаликда;

г) Товуш билан биргаликда.

Албатта, бунинг учун компьютер қўшимча равишда махсус мосламалар билан таъминланиши зарур.

Инсон фаолиятининг турли соҳаларига информацион технологияларнинг тадбиқ этилиши ривожланиш жараёнларига самарали таъсир кўрсатмоқда. Шунини айтиш мумкинки, инсон ҳаёти, жамиятдаги янгиликлар ва ўзгаришлар кўп жиҳатдан ана шу воситаларга боғлиқ бўлиб қолмоқда. Ҳозирги даврга келиб “ахборот технологиялари ва интернет

замонамиз қиёфасини белгиловчи бирламчи хусусиятлар”.¹⁶ қаторидан жой олди.

Бугунги кунда интернет тармоғи коммуникациянинг глобаллашуви учун чексиз имкониятлар очиб бермоқда, яъни “интернет халқаро компьютер тармоғи бўлиб, бунда алоҳида компьютерлар ва кичик тармоқлар жўғрофий, вақт ва макон тўсиқларга қарамай ўзаро алоқага киришади”.¹⁷

Бир сўз билан айтганда, аудиовизуал ОАВнинг Интернетга қўшилиши соҳа тараққиёти ҳамда доимий аудиториянинг шиддат билан кенгайишида улкан омил бўлди. Бинобарин, глобал тармоқ Ўзбекистондаги радио ва телеканаллар фаолияти жараёнида иккита муҳим ўзгаришни ҳосил қилди.

Биринчидан, жаҳон бўйлаб кундалик ахборот айланишини on-line даражасига олиб чиқди, яъни бир вақтнинг ўзида курраи заминнинг барча минтақалари учун тезкор хабар жўнатиш имконияти пайдо бўлди.

Иккинчидан, мавжуд телерадиоканаллар ва муқим аудитория ўртасидаги мулоқот чекловлари кескин қисқарди. Бунда анъанавий ОАВ интерактив жиҳатдан кескин фаоллашиб, кўпсонли муштарийлар билан тўғридан-тўғри алоқалар сифат жиҳатдан янги поғонага кўтарилди.

Online журналистикани унда нафақат профессионал журналистлар, балки виртуал мулоқотга эҳтиёж сезадиган барча кишиларнинг фаол иштирок этиши мумкинлиги ажратиб туради. Бундан кўринадики, медианинг бу турида интерактив журналистика яққолроқ намоён бўлар экан.

ОАВни модернизациялаш натижасида мамлакат телекоммуникациялар тизими дунёнинг 180 та мамлакатига 28 та йўналиш бўйича тўғридан-тўғри чиқадиган халқаро каналларга эга эканлиги Ўзбекистоннинг халқаро ахборот маконида ўзининг муносиб ўрни борлигидан далолат беради. Республика телерадиоканаллари томонидан тарқатилаётган кўрсатув ва эшиттиришлар Интернет глобал тармоғи орқали реал вақт режимида жаҳонга узатилмоқда. Бугунги кунда ёшларимиз нафақат ўқув даргоҳларида, балки радио-

¹⁶ Рашидова Д. Информационные технологии и интерактивная журналистика. –Т: ЎзМУ, 2003.

¹⁷ Рашидова Д. Информационные технологии и интерактивная журналистика. –Т: ЎзМУ, 2003.

телевидение, матбуот орқали балки, Интернет каби воситалар орқали ҳам ранг-баранг ахборот ва маълумотларни олмакда. Жаҳон ахборот майдони тобора кенгайиб бораётган шундай бир шароитда ёшларимизнинг онгини фақат “уни ўқима, буни кўрма!” деб бир томонлама тарбия бериш воситасида шакллантириш ҳозирги замон талабига ҳам, ҳақлимиз эзгу мақсадларига ҳам тўғри келмайди.

“Мамлакатимиздаги ижтимоий-сиёсий барқарорлик жамоатчилик фикрининг ҳолатига етарли даражада боғлиқ бўлиб, уни шакллантиришда оммавий ахборот воситаларига муҳим ўрин берилади”.¹⁸

2007 йил январь ойида “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Қонунининг янги таҳрири қабул қилинган, тармоқ ОАВлари ривожланишида янги босқич бошланди, дейиш мумкин. Ушбу қонунга биринчи марта газета, журнал, радио ва телевидение билан бир қаторда умумий фойдаланишдаги коммуникация тармоқларидаги веб-сайтларга нисбатан ҳам ОАВ мақомини берувчи модда киритилди.

Ҳозирги ахборот асри даврида интернетдаги веб-сайтлар, ижтимоий тармоқлар асосий ўринни эгаллаётганлиги ҳеч кимга сир эмас. Бугунги кунда республикамызда миллий uz доменлар 16 мингдан ортиб, улар орасида 260 дан ортиғи интернет ОАВ сифатида фаолият олиб бормоқда.

“Дунёдаги барча ривожланган мамлакатлар қатори мустақил республикамызда ҳам интернет тармоғидан кенг фойдаланилмоқда. У Ўзбекистон матбуотининг таркибий қисмига айланиб бормоқда ва ундан фойдаланувчилар сони тобора ошиб бормоқда. Оммавий ахборот воситаларининг бу ўзига хос кўринишининг келажаги порлоқдир”.¹⁹

Албатта, мамлакатимизда босма матбуотга кўра телерадиоканаллар Интернет имкониятларидан анча унумли фойдаланмоқдалар. Миллий аудиовизуал журналистика айна йўналишда бироз илгарилаб кетди. Соҳага

¹⁸ Каримов И.А. Ўзбекистон ХХІ аср бўсағасида: ҳавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари. –Т: Ўзбекистон, 1998.

¹⁹ Рашидова Д. “Особенности формирования интернетской журналистики и специфика интернет в качестве глобального СМИ” номзодлик диссертацияси. –Т: 2002.

замонавий ахборот-коммуникация технологияларининг мавжуд энг сўнгги ютуқлари жорий этилмоқда. Сунъий йўлдош тармоқлари орқали ўз кўрсатув ва эшиттиришларини бутун дунёга кенг тарқатаётган телерадиоканалларимиз бугунги кунда Интернет саҳифаларидан ҳам унумли фойдаланишмоқда. Улардан энг асосийси Ўзбекистон миллий телерадиокомпаниясининг mtrk.uz сайтидир.

Бу ерда асосан 2 та теле ва 4 та радио канал он-лайн режимида жойлаштирилган. Улардан дунёнинг исталган бурчагида баҳраманд бўлиш мумкин. Хусусан, “O`zbekiston”, “Yoshlar” телерадиоканаллари ҳамда “Машъал” ва “Тошкент” радиоканалларига бевосита уланиш имконияти мавжуд.

Ўзбекистондан, хусусан, Тошкент шаҳридан бугунги кунда жами 8 та радио станция ўз эшиттиришларини жаҳон медиа майдонига он-лайн режимида узатмоқда. Улар орасида “O`zbekiston”, “Yoshlar” “Машъал” ва “Тошкент” радиоканалларидан ташқари “A`lo FM”, “Mumtoz FM”, “O`zbekim Taronasi”, “Гранд” каби ёшлар орасида оммавийлашган тармоқлар Интернетда анча фаол иш олиб бормоқдалар. Дарҳақиқат, чет элда таълим олиш даврида, узок ёки қисқа муддатли меҳнат сафари ёки таътил чоғида турли хил портатив ускуналар, ноутбук ёки айпадлар воситасида юқоридагидек веб-саҳифа орқали тарқатиладигани аудиовизуал маҳсулотларни бевосита олиш жуда ҳам қўл келади.

Бу жиҳатдан хорижий меҳмонхонадаги телевизорингизни сунъий йўлдошга улашга кетадиган вақт миқдори, Интернет орқали ўзбек тилидаги телерадиоканалларни “тутиб олиш”га кетадиган қимматли вақтингиздан сезиларли даражада фарқ қилиши табиий.

Ўзбекистонда тайёрланадиган аудиовизуал материалларнинг дунё медиа майдонига кенгроқ тарқатилишида Mediabay.uz сайтининг ҳам муносиб ўрни мавжуд эканлигини алоҳида қайд этиш зарур.

Ушбу саҳифа Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги ҳамда Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш агентлигининг тегишли рухсатномалари билан расман фаолият олиб бормоқда. У “Mediabay Asia” компанияси томонидан тайёрланиб, бугунги кунда жаҳон стандартлари даражасида ривожлантирилмоқда.

Мазкур сайт ўзининг қулай интерфейси билан эътиборни тортади. Бу ерда мавжуд видеоролик, подкаст ёки онлайн телерадиоканал оддий фойдаланувчининг турли операцион тизимлар ўрнатилган компьютери ёки мобиль телефонидаги вэб браузер орқали эркин қабул қилинишига ҳаракат қилинади. Компьютар ва қўл телефонларидан ташқари саҳифада берилаётган асосий контент материалларидан замонавий телевизорлар, set-top-box ҳамда Интернетга уланган бошқа қўшимча ускунаси бор техникалар орқали ҳам бемалол фойдаланиш мумкин.

Подкастинг (инглизча “podcasting” — iPod ва broadcasting - ҳар томонлама, кенг ёритиш сўзларидан олинган) - овозли ёки видеофайллар тайёрлаш жараёни ҳамда уларни Интернет услубида тарқатиш, яъни подкаст қилиш тушунчаларини қамраб олади. Одатда овозли подкастлар MP3, AAC, Ogg/Vorbis форматида, видео подкастлар эса Flash Video ёки AVI шаклида Интернет саҳифасида бериб борилади.

Mediabay.uz веб-сайтининг яна бир ўзига хос жиҳати шундаки, унда сиз ўзингизга маъқул пайтда “Axborot”, “First channel news”, “Davr” каби янгиликлар дастурлари ёки севимли футбол жамоангизнинг ўйинини истаган пайтингизда такроран томоша қилишингиз мумкин. Саҳифада нафақат “O’zbekiston” ва “Yoshlar”, балки “Toshkent” ҳамда “Sport” каналлари ҳам бор.

Аммо юқорида тилга олинган ҳар иккала сайт айрим техник камчиликлардан холи эмас. Аввало, эътироф этиш керакки, бу каби хизматлар борлигининг ўзи катта аҳамият касб этади.

mtrk.uz сайтининг дизайни: Шарққагина хос бўлган бетакрор мовий ранг одамнинг руҳи ва кайфиятига яхши таъсир кўрсатади. Шунингдек, тепа қисмидаги янги фильмлар ва сериаллардан олинган расмлар ҳам диққатни тортади. Мазкур сайт ичидаги радио саҳифанинг дизайни эса бироз зерикарли. Бу жойга ҳам бош теле саҳифадаги каби қандайдир киши эътиборини тортадиган логотиплар, расмлар, эшиттиришлар ҳақидаги маълумотлар қўйилса ўринли бўларди. Умуман олганда, ушбу сайт асосан телеканалларда бериладиган кўрсатувлар ҳақидаги қисқача маълумотлар билан чекланган. Саҳифадаги юқори профессиоанл даражада тайёрланган мақолалар мазмун жиҳатдан ўзига хос ва долзарбдир. Берилаётган матнларнинг кичик ҳажмдалиги уларнинг онлайн ўқилишида қулайликни таъминлайди.

3.3. Онлайн узатишлар - мамлакатимиз ва дунё ўртасидаги ўзига хос ахборот кўприги

Интернет ҳозирги кунда телевидениени мутлақо қамраб олди, десак, ҳеч қандай муболаға бўлмайди. Нафақат уни қамраб олди, балки қайсидир маънода ундан устун ҳам бўлди. Телевизор кўриш учун ҳеч бўлмаганда антеннага эҳтиёж сезилади. Интернетда ҳатто унга ҳам зарурат йўқ. Мухими, жонли эфирни сифатли кўриш имконияти бор. Интернетда нафақат кўрсатувлар дастурларини томоша қилишингиз, ҳатто иштирок этишингиз ҳам мумкин. Бунини жаҳондаги кўплаб интернет провайдерлари машҳур телекомпаниялар ҳамкорлигида аллақачон йўлга қўйиб юборганлар.

XXI асрнинг ҳақиқий мўъжизаси, деб шунга айтса бўлади. Масалан, Санкт-Петербург “Бирлашган телевидение” телекомпанияси “Рамблер-ТелеСеть” провайдери билан биргаликда 2002 йилнинг 1 ноябридан бошлаб ўз телекўрсатувларини интернет орқали намойиш қилишни бошлаган эди. “Бу шаклдаги телекўрсатувларни намойиш қилишдан мақсад интерфаолликни оширишдир”, дейди шу соҳа вакиллари. Кўрсатувларнинг 35%ни асосан кинолар ташкил қилади, улар миллий ва ҳатто ҳорижий фильмлар. Кўрсатувларнинг 20% эса маърифий дастурлар бўлиб, улар томошабин билимини оширишга қаратилган. Унда кўпроқ ҳужжатли фильмлар тақдим этилган эди. Дискавери (Discovery), Тарих канали (History Channel), Таълим ТВ (Tech-TV) каналлари ҳам ана шу билимни ошириш учун хизмат қиладиган каналлар сифатида интернет орқали намойиш қилиниб келмоқда. 10% кўрсатувлар эса интерфаолликни ифодаловчи дастурларга бағишланади. Бунда асосан телеўйинлар, ҳар хил оммабоп шоулар, ҳамда кўнгилочар саҳифалар ўрин олган. Аслида ҳам ана шу 10% интерфаолликни ифодаловчи кўрсатувлар интернет телевидениесини ташкил қилиш учун асос қилиб олинган. Чунки, бунда томошабин ўз уйида ўтириб ҳам бу кўрсатувда бевосита иштирок этиш имкониятига эга. Фақат бунинг учун интернетга уланган компьютер бўлса бас. Мухими интернет секин-асталик билан

телевизорлар ўрнини эгалламоқда. Одамни эса бошқа нарса ҳайратга солади. Яна бир асрдан сўнг, интернет ўрнини нима эгаллаши мумкин?..

Телевидение ва радио — бу ҳар қандай ўлканинг хорижда жаранглайдиган овозидир. Ушбу овоз техник жиҳатдан қанча сифатли эшитилса, у жаҳоннинг бошқа жойларига, ўзга давлатларига шунчалик тоза ва баралла кириб боради. У шунингдек, мамлакат ва дунё ўртасидаги ўзига хос ахборот кўприги вазифасини ўтайди. Бу соҳада одатга кўра давлат ва нодавлат сайтлар фаолият олиб боради. Лекин давлатга тегишли тармоқлар масаланинг юкини кўпроқ кўтаришади. Чунки улар бутун бир давлат ва халқнинг номидан иш олиб борадилар. Шу сабабдан мазкур веб-саҳифаларнинг қай даражада мукамал бўлиши ва уларнинг муштарийлар талабларига жавоб бера олиши масаласи ташқи дунёга шунчалик тўғри ҳамда аниқ маълумотлар тарқатилишининг асосий омилларидан ҳисобланади.

Шу жиҳатдан mtrk.uz сайтида Ўзбекистоннинг теле ва радиоканалларини кузатиб бориш бўйича йўлга қўйилган хизмат, берилаётган имконият таҳсинга лойиқдир. Бу ерда “O`zbekiston” теле ва радиоканалларини бемалол томоша қилиш ва эшитиш мумкин. Лекин сўнгги янгиликлар билан кенгроқ танишиш ёки эфирга узатилган кўрсатувларни такроран кўриш имконияти йўқ. Тўғриси, сайт ўз вақтида тез-тез янгиланиб турилмайди. Ваҳоланки, хориждаги томошабинлар Ўзбекистон ҳаёти билан боғлиқ янгиликларни асосан шу каби сайтлардан қидирадилар. Бундан кейин ҳам хорижлик қизиқувчиларнинг мурожаат қиладиган ягона сайти mtrk.uz бўлиб қолиши керак. Чунки Ўзбекистон ҳақидаги энг ишончли ва объектив материалларни фақат шу мамлакат матбуоти ва телевидениеси бера олади. Шу сабабдан мазкур сайтни янада бойитиш керак. “O`zbekiston”, “Yoshlar” ва “Sport” каналларининг алоҳида сайтлари ташкил қилинса ҳам ёмон бўлмасди.

Сайтларимиз, аввало, бизнинг шароитлар учун жуда қулай. Қулайлиги шундаки, уларнинг барчаси “Tas-IX”да жойлашган. Бу эса узлуксиз кўриш имкониятини беради.

Tas-IX - Ўзбекистондаги Интернет трафиги билан алмашинув тизимидир. У 2004 йилнинг 24 декабр куни ташкил қилинган бўлиб, тизимнинг дастлабки иштирокчилари орасида “Amaliy Aloqalar Biznesi Axborot Markazi”, “Naytov”, “Sarkor-Telekom”, “Sharq Telekom” ва “Technoprosistem” каби компаниялар бор.

Миллий веб-саҳифаларимизда, биринчидан, он-лайн видео ва аудио каналлар тизимини техник жиҳатдан янада тезлаштириш ўринли бўлар эди. Иккинчидан, Интернетда жонли эфирдан ташқари мавжуд подкаст тизимини замонавий стандартлар даражасига кўтариш лозим. Бунда асосий эътибор саҳифада берилаётган энг қизиқарли ва муҳим материалларни шахсий компьютер ва қўл телефонларига мос келадиган шаклда узатишнинг янги йўллари топиш муҳимдир. Шунингдек, мамлакатдаги ва хориждаги тингловчилар билан ўзаро интерактив мулоқотни кенгайтириб, хусусан, уларнинг техник талабларини жиддий ўрганишга ва тегишли чоралар кўришга эришиш даркор.

Чунки, Интернет тезлигига мослаштирилган баъзи янгиликларнинг видеоформатлари жойлаштирилган бўлса-да, уларнинг кечикиши, бошқа зарур маълумотларнинг камлиги, веб-сайт дизайнининг ҳаддан ташқари оддийлиги истеъмолчилар талабини қониқтирмайди. Хорижий давлатлар тажрибасига таянган ҳолда, энг оммабоп кўрсатув ва эшиттиришларнинг алоҳида сайтларини ташкил қилиш вақти келмадимикан? Махсус веб-сайтларнинг ташкил қилиниши доимий мухлислар сонининг ортиб боришига, пировард натижада каналнинг умумий рейтингига ижобий таъсир ўтказмайдими?

Дарҳақиқат, бугунги кунда Ўзбекистонда интернетдан фойдаланувчиларнинг миқдори қарийб 10 миллионга яқинлашган бўлса, ер шари веб-аудиториясининг сони 2 миллиард яъни, умумий аҳолининг 30 фоизидан ошиб кетди. Тўғриси айтиш керак, ҳозирги даврда Интернет нафақат пойтахтда, балки чекка қишлоқларда ҳам янгилик бўлмай қолди.

“Ўргимчак тўри”нинг чексиз имкониятларини ёшу-қари жуда яхши тушунади ва ундан кундалик ҳаётда кенг фойдаланилиб келишмоқда.

Ўзбекистон шароитида глобал тармоқ аудиториясининг Ғарб ҳамда ривожланган Осиё ва Тинч океани мамлакатларига нисбатан камлиги сабабли маҳаллий ОАВнинг, шунингдек, бошқа соҳадаги ташкилотларнинг интернет тармоғида ўз веб-сайтларини жойлаштиришга шошилмаётганликлари бир томондан тушунарли ҳолат. Чунки веб-сайт канчалик профессионал даражада яратилмасин, у ўз истеъмолчиларисиз аҳамиятсиздир. Шунинг учун маҳаллий газеталар ёки телерадиоканалларнинг Интернетдаги суствлигини танқид остига олиш ҳозирча бироз ноўрин туюлиши ҳам мумкин.

Аммо асосий гап — Ўзбекистон оммавий ахборот воситаларининг дунёдаги ўрнини Интернет орқали янада мустаҳкамлаш масаласини бугун ўйламасак, эртага кеч бўлиши эҳтимолдан ҳоли эмас.

ОАВ веб-сайтларини виртуал кенгликда жойлаштириш орқали тахририятлар ўз фаолиятларини янада ривожлантиришлари мумкин. Масалан, интернетда иш юритиш катта маблағ талаб қилмайди. Ўша биргина веб-сайт орқали ҳар қандай матбуот ўзини бутун дунёга танита олиши мумкин. Агарда веб-сайт бир неча тилда бўлса, унинг аудиторияси янада кенгаяверади.

Веб-саҳифа орқали хоҳлаган ОАВ ўз ихлосмандларининг талаб-истакларини осонгина ўрганиши ва уларга амал қилган ҳолда аудиториясига янада яқинлашиши мумкин. Чунки бу тизим мулътимедиавий хусусияти билан анъанавий ОАВнинг барча хусусиятларини бирлаштиришга, яъни бир неча усуллар орқали истеъмолчиларга маълумот узатишга қодирдир. Шундай экан, Интернет орқали маҳаллий радиоэшиттиришлар ва телекўрсатувларни ҳам тўғридан-тўғри узатиш ишларини жонлантириш фойдадан ҳоли эмас.

Масалан, тараққий этган давлатларда анъанавий ОАВ янада кенгрок аудиторияга етиб бориши учун ўз хизматларини тезлик билан

ривожланаётган ахборот технологиялари билан баробар олиб боришга ҳаракат қилинаёпти. Жумладан, радио ва теле компаниялар ўзлари тайёрлаётган эшиттириш ҳамда кўрсатувларни сунъий йўлдош ва айти пайтда Интернет орқали узатишни амалга оширмоқдалар.

Умумжаҳон тармоғи орқали узатиладиган телекўрсатувлар учун жуда юқори тезлик керак бўлади. Афсуски, айти вақтда МДХ давлатларида, хусусан мамлакатимиз ҳудудида ҳам умумий интернет тезлиги нисбатан юқори эмас. Шундай экан, аудиовизуал материалларни тўғридан-тўғри интернетда узатиш биз учун унчалик самарали бўлмаяпти.

Тўғри, телекўрсатув ва радиоэшиттиришларни он-лайн тарзда узатиш, авваламбор хориждаги аудитория учун мўлжалланади. Мисол учун бир неча Россия телеканаллари виртуал кенглик орқали ўз кўрсатувларини тўғридан-тўғри узатиш воситасида мамлакатдан ташқарида яшаётган миллионлаб россиялик муҳожирларнинг ўз ватани билан алоқаларини узмаслиги, миллий маданиятидан узоқлашмаслигини таъминлаш, умуман бутун дунё аҳолиси ўртасида Россиянинг ижобий имижини шакллантиришни мақсад қилиб кўяди.

Таъкидлаб ўтиш ўринлики, бизнинг радио ва телеканаллар орқали тараладиган гўзал шарқона наволар нафақат мамлакатимиз, балки бутун минтақа аҳолиси эътиборини ҳар доим жалб қилиб келган. Шу сабабли ҳам веб аудитория мухлислари фақат ўзбекистонликлар бўлиб қолмай, балки бошқа қардош миллатлар ва шунингдек, қизиқувчи хориж аҳли учун ҳам аҳамиятлидир. Бундан ташқари кўрсатув ва эшиттиришларимизнинг Интернет орқали кенг ёйилиши миллатимизнинг бой тарихи ва маданиятини бутун дунёга янада яқинроқ танитишга хизмат қилишини яхши англаймиз.

Умуман олганда, бугунги ахборот алмашинуви ниҳоятда глобаллашган шароитда кишилар ҳаётини ахборот ва ахборот воситаларисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Буни биз юқорида интернет аудиториясининг қисқа муддатда жадал суръатлар билан ўсиб бораётгани, ОАВнинг барча турлари

интернетда ўз сайтларини очишга интилаётгани орқали ҳам кўриб ўтдик. Зеро, интернет ОАВ учун янгича таъсир ва кураш майдонини шакллантирмоқда. Аудитория учун эса интернет ўзи истаган вақтда хоҳлаган ахборот ва хизматлардан фойдалана олиш имконини яратади. Шу асосда Ўзбекистон телерадиоканаллари ҳам бу масалага жиддий муносабатда бўлишлари, ўз аудиториялари сонини оширишида интернет сайтларидаги фаолиятларини ривожлантиришлари бугунги куннинг долзарб масалаларига айланганини таъкидлаш жоиз. Мамлакатимиздаги ҳозирги кундаги ўзгаришлар, халқимизни турли-туман ахборот тажовузларидан ҳимоялаш борасида ҳам миллий ОАВ интернет имкониятларидан фойдаланишлари зарур.

Шуни тахмин қилиш мумкинки, яқин келажакда деярли ҳамма ОАВ виртуал майдонда ўз веб-сайтларига эга бўлади. Ҳозирги улар ўртасидаги кучайиб бораётган рақобат шуни тақозо қилади. Эътиборли томони, келажак ОАВ сайтлари уларнинг анъанавий фаолияти каби бир-биридан фарк қилмаслиги, яъни газета, радио ёки телевидение сўзлари бўлмаслиги мумкин. Негаки, улар аудитория талабларини максимум даражада қониқтириши учун интернетнинг мультимедиа хусусиятларидан фойдаланган ҳолда деярли барча маълумот узатиш усуллари бирлаштириши мумкин. Масалан, ҳозир ТВ веб-сайтлари текст, расм, видеолардан фойдаланаётган бўлса, келажакда газета ва журналлар сайтларида овоз ва видеолар ишлатилиши кутилади.

Ҳозирда, сунъий йўлдош орқали узатиладиган хизматларда ҳам шунинг бошқача кўриниши мавжуд, яъни ТВ орқали янгиликларни текстда ўқиш (teletext) ва радиоэшиттиришларини эшитиш мумкин. Буларнинг ҳаммаси аудитория учун янада катта имкониятларнинг яратилишидир.

Умуман, ахборот технологияларининг ривожланиб бориши Ўзбекистонда ҳам интернет истеъмолчиларининг кўпайишига олиб келиши аниқ. Табиийки, бу нарса ўз навбатида маҳаллий аҳолининг талабига мос маълумотларга “эҳтиёж” туғилишига олиб келади. Шундай экан маҳаллий

ОАВ янгилик ва бошқа маълумотларни виртуал кенгликда жойлаштириши аудиториянинг ҳар хил манфаатдаги маълумотлардан таъсирини камайтирган бўлар эди.

Юқорида келтирилган фикрлардан хулоса чиқариш мумкинки, маҳаллий телевидение ўз аудиторияси билан янада яқинроқ ишлашни мақсад қиладиган бўлса, интернетда ўз фаолиятларини олиб борилиши лозимдир.

Табиийки, Мустақил Ўзбекистон оммавий ахборот воситаларининг жаҳон медиа маконидаги ўзига хос ўрни аллақачон шаклланган ва у бугунги кунда замонавий ахборот коммуникация технологиялари ёрдамида тобора кенгайиб бормоқда.

ХУЛОСА

Бир сўзда айтганда, телевидение ниҳоятда илдам суръатлар билан ривожланди. Унинг шарофати туфайли бугун космонавтлар-астронавтлар билан бирга, ёки космик кемаларга ўрнатилган видеокамералар ёрдамида Ер атрофи - орбитасига, Ойга, Марсга, бошқа сайёраларга саёҳат қилинмоқда. Американинг қудратли “Хайбл” телескопи ёрдамида дунёнинг четига - Қуёш системасининг чегарасигача етиб бордик, Кусто командаси билан тубсиз уммонлар қаърига тушиб бой сув ости дунёси билан танишилмоқда. Ернинг сунъий йўлдошларига ўрнатилган видеокамералар ёрдамида космосдан туриб Ерда бўлаётган воқеа-ходисалар назорат қилинмоқда. Денгиз ва океанларда талофатга учраётган кемалар координатлари зудлик билан аниқланиб, бахтсиз фожеалардан талофот кўраётганларга Жаҳон махсус тез ёрдам хизмати етказиб берилаётганини ҳам кўряпмиз...

“...Шуни айтиш керакки, одамзод қадим замонлардан бери узоқ-узоқлардаги манзараларни, оламда бўлаётган воқеаларни яқиндан кўришни орзу қилиб келган, шундай бир асбоб — “ойнаи жаҳон” тўғрисида эртак ва афсоналар тўқиган. Улуғ мутаффакир шоир Алишер Навоий халқнинг орзу-умиди бўлган бу афсонани ўзининг машҳур “Хамса” асаридаги “Фарҳод ва Ширин” достонида тасвирлаб, бу ҳаёлий асбобнинг “жаҳон ҳолатини равшан” кўрсата олишини тасвир ва тавсиф этиб ўтган эди”.²⁰

Мазкур Битирув малакавий ишининг “Интерактив телевидение: янгиликка интилиш, ютуқ ва муаммолар” деб номланган биринчи боби, биринчи бандида келтирилишича, “бугунги кунда давлатларнинг иқтисодий-ижтимоий, маданий тараққиёти кўп жиҳатдан замонавий технологияларнинг ривожланишига боғлиқ бўляпти.” “Интерактивлик эса оммавий ахборот воситалари ёрдамида ўзининг жараёнларига барчанинг диққат-эътиборини жалб қилади, шууридаги фикр-мулоҳазаларнинг жонланишига қаратилади.”

²⁰ Каримов А. “Бу кўзгуки эрур ҳикмат жаҳони” мақоласи. Ўзбекистон матбуоти, 1998, 4-сон.

Бугунги ҳаётимизда телевидениенинг таъсир кучи шу даражадаки - Давлат раҳбарлари: Президентлар, Қироллар, Амирлар, Султонлар расмий ташриф билан сафар қилаётган мамлакатига ўз самолётларини қўниш жадвалларини атайлаб, шу давлатдаги телевизион ахборот дастури эфирга чиқишдан биров олдин тўғри келишларини режалаштирадилар. Улар юксак меҳмон учун ажратилган қароргоҳларига келасолиб телевизор орқали уни қандай кутиб олганликлари тўғрисидаги репортажни кўришни одат қилганлар.

Биринчи бобнинг “Интерактив телевидениенинг бошқа ОАВ турларига нисбатан ўзига хослиги” деб номланган иккинчи бандида келтирилишича, “икки томонлама алоқа – интерактивликка асосланган эфир ўзининг таъсирчанлиги ва самарадорлиги билан ажралиб турар экан, унда аудитория фикр билдириш имкониятига эга бўлади. Бундай диалогда тингловчи ўзини етук шахс, маълум дунёқарашлар ва қобилиятларга эга инсон эканлигини намоён қилади. Эфирда мулоқотга чиққан ҳар бир журналист тингловчининг қалбига йўл топа оладиган, унга тушунарли ва қўнглига яқин сўзлардан танлаб гапириши керак.”

“Эфир: муаллиф ва аудитория” деб номланган иккинчи боб, биринчи бандида келтирилишича, интерактив дастурлар бошловчиси ақлли, кутилмаган ноқулай, қалтис вазиятлардан тез ва муваффақиятли, ғалаба билан чиқиб кета оладиган, сўзга чечан, ҳазил-мutoйибага мойилроқ, тингловчини ўзига ром қила оладиган, студияда йиғилганлар ўртасида тез, енгил ва мулойим ҳаракат қиладиган ёқимтой журналист бўлиши керак.

Бу телетомошабин орзиқиб кутадиган кўрсатувлар қаторида бўлиши шарт. Студияда телетомошабин уланадиган телефонлар ўрнатилиши, улар билан мулоқот қилиш имкониятининг ҳамisha муаммосиз бўлиши талаб этилади.

Интерактив жараёнлар келгусида оммавий ахборот воситаларнинг кенг тарқалган фаолият турига айланиши муқаррар. Шунинг учун жонли эфир

аудиториясини ўрганиш, унинг қизиқишлари, талаб-истаклари билан бир каторда эфир ва бошқа тингловчилар олдидаги мажбуриятларининг мезонларини яратиш бугунги давр талабларидан бирига айланган.

Интерактив кўрсатувлар инсонлар онгини, дунёқарашини, фикрлаш доирасини кенгайтиради. Ҳар бир журналист ўз олдида аниқ мақсад қўйган ҳолда, турли изланишлар олиб бориб, интерактив кўрсатувларни ривожлантиришга, энг муҳими, турли янгиликлар яратиш билан бирга, телетомошабинларнинг маънавий озуқа олишлари, билим ва дунёқарашлари кенгайиб боришига астойидил ҳаракат қилиши даркор. Шундагина интерактив кўрсатувлар савияси ва умуман телевидение дунёси ривожланиб боради. Бу эса асосий мақсадларимиздан биридир!

“Ўзбекистонда тайёрланадиган аудиовизуал материалларнинг дунё медиа майдонидаги ўрни” деб номланган учинчи бобнинг иккинчи бандида келтирилишича, замонавий радио ва телеканаллар ҳам янада кенгрок аудиторияга етиб бориши учун ўз маҳсулотларини тез суръатларда ўсаётган технология билан баравар олиб боришга ҳаракат қиляптилар, яъни улар ҳозирги пайтда сунъий йўлдош ва умумжаҳон интернет тармоғи орқали эшиттиришларини узатишни амалга оширяптилар. Айниқса деярли ҳамма радиостанциялар глобал тармоқ хизматидан фойдаланишга ҳаракат қиляпти.

Илк хулосага кўра, интернетнинг оддий телекўрсатувлардан устунлиги унда кўрсатувларни кўриш билан чекланмай, балки бевосита иштирок қилиш имконияти ҳам борлигида. Таққослаш учун шуни ўзи етарлидек. Аммо, бу интернет тармоғи деганлари шу билан чекланмайди. Интернетда сиз нафақат кўрсатувларни кўриб ёки уларда иштирок этишингиз мумкин, балки ўзингиз яхши кўрган бошловчингизнинг таржимаи ҳолини ўрганишингиз, севимли актёрингизга мактуб йўллашингиз, мулоқат қилишингиз, ўзингиз севган янги ёки тарихий фильмларни харид этиш каби яна кўплаб имкониятларга эгасиз. Яна бир реал мисол: телерекламага нисбатан интернет рекламаси

ишбилармонлар учун ҳам қулай, ҳамда жуда арзон. Лекин даромад эса жуда баракали...

Ўргимчак тўрининг анъанавий ОАВдан асосий устунлик жиҳати шуки, у чегара билмайди. Шундай бўлса ҳам, ҳозирги кунда телевидениенинг аудиторияси интернетникига нисбатан албатта кўпдир ва бу тенденция маълум вақт давомида сақланиб қолади. Баъзи маълумотларда айтилишича, ҳатто ривожланган давлатларда катта ёшдаги аҳолининг кўп қисми виртуал кенгликка қизиқмайди ҳам. Аммо телевидение тўғрисида гап кетганда бундай дейилмаслиги табиийдир, негаки ҳар хил телекўрсатувларни томоша қилиш кичкина ёшдагилардан тортиб то қарияларгача маъқулдир. Шунинг учун ҳам, телевидениенинг интернетга нисбатан аудиторияси кўп ва бундан бўёғига ҳам кўп бўлиб қолиши мумкин.

ОАВнинг бошқа турларига қараганда ТВда аудиовизуаллик хусусияти юқорироқ. Бу йўлда эса, телевизион жанрлардан барча визуал имкониятларни қўллаган ҳолда фойдаланиш лозим.

Ўзининг қадимий ва бой тарихи билан ҳақли равишда фахрланадиган Ўзбекистон телевидение соҳаси эса давр билан ҳамқадам ривожланиб бормоқда. Зеро, тегишли Давлат дастурларининг изчил амалга оширилиши туфайли Ўзбекистондаги ҳар бир оила юқори сифатли телевидение хизматларидан баҳраманд бўлиш имконига эга.

Тўғри, СИФАТ ҳар доим ҳам кўп вақт ва маблағ талаб қилади. Аммо бунинг учун бизда барча имкониятлар мавжуд. Бирозгина изланиш, меҳнат қилиш ва тафаккур қилиш керак, холос. Мавжуд муаммолар эса вақт ўтиши билан бартараф бўлар... Ва кўрсатувларнинг энг яхшилари ҳам албатта томошабиннинг ўзи саралаб олади.

Фойдаланилган адабиётлар ва манбалар рўйхати

1. Каримов И.А. Юксак маънавият – енгилмас куч. –Т: Маънавият, 2008.
2. Каримов И.А. Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари. –Т: Ўзбекистон, 1998.
3. Каримов И.А. Ўзбекистон халқи ўз йўлидан қайтмайди. –Т: Ўзбекистон, 1996.
4. Дўстмухаммад Х. Халқаро журналистикада гуманитар ҳуқуқ ва касб этикаси. –Т: Perfect Print, 2011.
5. Жўраев Н. Тарих фалсафасининг назарий асослари. –Т: Маънавият, 2008.
6. Социологический энциклопедический словарь. –М: 1998.
7. История социологии в Западной Европе и США. –М: 1999.
8. Курбонова Н. Ахборотлашган жамият ва ёшлар тафаккури. –Т: Akademiya, 2011.
9. Содиқ С. Радиожурналистика асослари. Аудиовизуал журналистика. –Т: Mumtoz so'z, 2010.
10. Каримов А. Аудиовизуал журналистика (тележурналистика). –Т: ИШОНЧ, 2012.
11. <http://www.relga.rsu.ru>
12. Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. –М: Медия, 2003.
13. Фихтелиус Э. Журналистиканинг 10 қоидаси. –Т: ШАРҚ НМК, 2002.
14. Рашидова Д. Информационные технологии и интерактивная журналистика. –Т: ЎзМУ, 2003.
15. Каримов А. “Бу кўзгуки эрур ҳикмат жаҳони” мақоласи. Ўзбекистон матбуоти, 1998, 4-сон.
16. Рашидова Д. “Особенности формирования интернетской журналистики и специфика интернет в качестве глобального СМИ” номзодлик диссертацияси. –Т: 2002.