

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

**МИРЗО УЛУҒБЕК НОМИДАГИ
ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ**

Хамроев Нодир

**“АХБОРОТ” ИНФОРМАЦИОН ДАСТУРИДА СИЁСИЙ
МАВЗУЛАРНИНГ ЁРИТИЛИШ МЕЗОНЛАРИ**

(2012-2013 ЙИЛЛАР МИСОЛИДА)

Олий журналистика курслари

Магистр

академик даражасини олиш учун ёзилган

ДИ С С Е Р Т А Ц И Я

Илмий раҳбар:

и.ф.н., доц. Рўзиев Фарход

Тошкент - 2013

Мундарижа

Кириш.

I-БОБ. Информацион дастурларнинг Миллий Телерадиокомпания тизимида тутган ўрни

1.1. Информацион дастурларда сиёсий мавзуларнинг роли ва аҳамияти

1.2. Телевизион дастурлардаги информацион кўрсатувларнинг хусусиятлари

II-БОБ. “Ахборот” дастурида мавзу танлаш ва эфирга олиб чиқиш жараёнлари, илғор ечим ва муаммолар.

2.1. “Ахборот” дастурларини тайёрлашда факт ва далиллар билан ишлаш масалалари

2.2. “Ахборот” кўрсатувида сиёсий мавзуларнинг ёритишдаги муаммолар ва уларнинг ечимлари

III-БОБ. Информацион дастурни олиб боришда бошловчи маҳорати.

3.1. Информацион дастурни олиб боришнинг ўзига хос хусусиятлари

3.2. Бошловчи нутқи, имиджи ва эфирни олиб бориш масъулияти

ХУЛОСА

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

КИРИШ

Ҳар бир кишининг кундалик ҳаётида ахборотнинг у ёки бу турига талаб бор. Кимдир ахборотни газета, журналлар орқали олишни яхши кўrsa, яна кимдир ахборотни радио ёки телевидение орқали олгиси келади. Бугун ҳеч бир инсонни “сиёсий газеталарни ўқи ёки телевизордан кундалик ахборотларни кўриб бор” деб, мажбурлаб бўлмайди. Кишилик жамияти ривожланмоқда, инсонлар онги ўзгариб борапти, ҳар ким ахборотни ўзича қабул қилади, ўзига керакли ҳулосалар чиқаради. Ана шу муҳим ва кундалик ахборотларни тайёрлаб аудитория эътиборига ҳавола қилиш замирида юзлаб ижодкорлар, техник ходимлар, шифокорлардан тортиб, телеусталаргача машаққатли меҳнати ва изланишлари ётганини баъзан ҳис этмаймиз.

Журналист ахборотни тайёрлашда қанчалик мураккаб жараёнларни бошидан ўтказишини, қанчалик интеллектуал ва жисмоний меҳнат борлигини фақат ижодий лабораторияга кирсақгина биламиз. Баъзан, шундай ахборотлар учрайдики улар бизни ёдимизда бир умрга мухрланиб қолади. Бунини сири нимада? Нимага баъзи ахборотларни тинглагимиз келади, баъзиларини эса йўқ? Нима учун ахборотларни баъзан тушунмай қоламиз? Ана шу саволлар кўпчилиكنи қийнаши табиий албатта. Аммо, бунинг ҳам жавобини топса бўлади. Ана шу мақсадда диссертация ёрдамида бугунги кун инфор­мацион дастурларини таҳлил қиклишга ҳаракат қилиб кўра­миз...

Ахборот – арабча “хабар” деган сўз бўлиб “хабар қилиш, тушунтириш, маълум қилиш” маъноларини англатади. Мутахассислар фикрича, журналистикада олдиндан маълум бўлмаган бирор нарса, воқеа ҳақидаги ҳар қандай хабар ахборот, деб аталади. Ахборот, фактлар ҳақидаги хабардангина иборат бўлиб қолмай, инсон ички эҳтиёжи бўлмиш мулоқотни таъминловчи алоқа қилиш амали ва фикр алмашиш жараёни ҳамдир.

Айтиш лозимки, бугунги тингловчи ва томошабиннинг савияси бундан бир неча йил илгаригидан анча фарқ қилади. Бунинг биринчи сабаби, радио

ва телеканалларнинг сони кўпайиб, рақобат муҳити кун сайин кучайиб бораётгани бўлса, иккинчидан, ахборот тарқатувчи воситаларнинг кўпайиши ҳисобига ахборотни тайёрлашда аудиториянинг информацияни қабул қилиш имкониятлари ва талаблари ортиббораётганидан келиб чиқиш керак. Ахборотни имкони бориचा содда тилда, мухлисларни зериктириб қўймайдиган қилиб тайёрлаш, турли жанрларга мурожаат этиш, компьютер графикалари билан бойитиш, бир сўз билан айтганда ҳар бир телеканал ўзининг имиджини яратишга, ўз аудиториясининг ҳурмат-эътиборига сазовор бўлиш учун тинимсиз изланишлар олиб борапти. Зеро, ҳозирги замон томошабинининг кўнглидан жой топиш осон иш эмас.

“...халқимиз оммавий ахборот воситаларидан мамлакатимиз ва хорижда содир бўлаётган воқеалар тўғрисида холис ва тезкор ахборотлар олишни, шу билан бирга, биринчи навбатда, ҳокимият органлари ва бошқарув тизимлари фаолияти ҳақидаги танқидий фикрларни, ислохотлар ва янгиланишлар йўлидан илгари боришимизга тўсиқ бўлиб турган нуқсонлар, ҳаётдаги долзарб муаммолар хусусида ошкора, профессионал таҳлилий материалларни кутади”¹.

Президентимиз томонидан журналистларга айтилган ушбу фикрлар барчамиз учун дастуруламал бўлиши керак. Бугун фақат кимнингдир ишини бителиб бериш, эришган кўрсаткичлари, натижаларини кўз-кўз қилиб, ҳисоботларини кўкларга кўтариб мақташ билан кунини ўтказиб келаётган телеканаллар ўз фаолиятларини тамомила янгича усулларга қурмоқдалар. Сабаби информацион дастурлардаги бу каби маълумотлардан бора-бора одамлар зерикиши табиий. Бугун олдимизга мамлакатни демократик янгिलाш ва модернизация қилиш, очиқ фуқаролик жамиятини барпо этиш, инсонлар онгида демократик кадриятларни қарор топдириш каби олий мақсадларни қўяр эканмиз, аввало халқимиз манфаатларини барча нарсадан устун қўйган ҳолда ёндошишимиз давр талабидир. Шунинг учун мустақил

¹ Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгिलाш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир.- Тошкент, Ўзбекистон, 2005. 52б.

оммавий ахборот воситаларини, энг аввало, алоҳида аҳамиятга эга бўлган телекўрсатув ва радиоэшиттириш фаолиятини ривожлантириш борасида мамлакатимизда сўнги йилларда амалга оширилган ислохотларга, янгиланишларга, қайта жиҳозлантириш жараёнларига маблағ ҳам, куч ҳам аяллади.

Дарҳақиқат, телевидениенинг бугунги кунда жамият олдидаги биринчи ва муҳим вазифаси унинг холис ва ҳаққоний ахборотга бўлган талабини кондиришдан иборатдир. “Барча оммавий ахборот воситалари мақсадидан келиб чиққан ҳолда энг аввало, якка шахсинг, жамиятнинг ва давлатнинг ахборот олишга бўлган эҳтиёжини кондиришга қаратилган. Телевидение ўзидан илгари вужудга келган оммавий ахборот воситаларидан фарқли ўлароқ, ахборотни тезроқ, ишончлироқ ва ҳиссиётга бойроқ тарзда тарқатади”¹.

Бугунги кунда телевидение соҳасидаги мавжуд имкониятлар бир зумда ахборотни дунёнинг исталган бурчагига узатиш мумкин. Албатта, бу бир томондан унинг тезкорлигини, таъсирчанлигини ва бошқа ОАВ турларидан устунлигини таъминлаб берса, иккинчи томондан воқеани туб моҳиятини очиб бериш журналистларимиздан катта маҳорат ва масъулиятни талаб этмоқда. Чунки воқеани тўғридан-тўғри ва тезкор узатишда баъзан бошқа бир мақсадни кўзлаган жиноий гуруҳларнинг манфаатларига ҳам хизмат қилиб қўйиш ҳолатлари хорижий мамлакатларда кўп бора кузатилган. Буни ўша биргина Бесландаги воқеалар ҳам тасдиқлаб турибди. Ўшанда журналистлар ўз тезкорлиги билан террористларга муҳим маълумотларни ўзлари билиб-билмаган ҳолда етказиб туришган.

Ахборот нафақат бугун, қадим замонларда ҳам жамият учун қудратли куч саналган. Ахборот тарқатиш воситалари, коммуникация тармоқлари глобаллашаётган бугунги кунда у янада қудратли кучга айланиб бормоқда. Уни фақатгина эзгулик ва бунёдкорлик, тараққиёт қуролига айлантиришда журналистларимизнинг ҳам ўрни беқиёс. Жараёнларни бошқариш учун,

¹ Ибрагимов Ш. Тележурналистика асослари. Маърузалар матни. Т.: Университет, 2000, Б.23.

аввало, тезкор ва мавжуд вазият туғрисида тўла тасаввур берадиган ахборот зарур.

Бугунги кунда ахборот ҳам глобаллашмоқда. Баъзан ўзимиз яшаб турган минтақадаги жараёнларга тўғри баҳо бериш учун ҳам ташқи ахборотга, дунёнинг бошқа минтақаларида рўй бераётган воқеалар, ҳам ички ахборотлар, мамлакат ичкарасидаги воқеалар таҳлилига эҳтиёж сезамиз.

Телевидение ихтиро қилинганидан буён кўплаб янги кашфиётлар, ахборот узатишнинг янги турлари ва ҳилма-хил жанрлар пайдо бўлдики, бу унинг янада жозибали бўлишини таъминлаб берди. Вақт ўтиб эса телевидение ўзининг тезкорлиги, таъсирчанлиги, оммавийлиги ва самимияти билан шуҳрат қозонди. Шу ўринда таъкидлаш керакки, бугунги оммавий ахборот воситаларининг замон талаблари асосида ривожлантириш, сўз эркинлигини амалда таъминлаш ҳамда танқид руҳини кучайтириш масаласи ҳар доимгиданда долзарб вазифага айланган.

“Аввало, телевидениени давлат ва жамиятимизни бамисоли бир кўприкдек боғлаб турадиган жонли мулоқот воситасига айлантириш, эфир орқали бугунги куннинг долзарб муаммоларини кўпроқ акс эттириш, жамоатчилик фикрини шакллантириш, фуқароларимизнинг ижтимоий фаоллигини кучайтириш, ҳар қайси инсоннинг ўз мустақил фикрини ифода этишига имкон бериш, турли ижтимоий тоифа ва гуруҳларнинг қизиқиш ва интилишлари, ҳаётини манфаатларини ёритиб бориш масалаларига аълоҳида эътибор қаратиши зарур”¹.

Журналист биринчи навбатда баланпарвоз гаплардан воз кечиб, воқеаларни реал, ҳаққоний етказиши, бадиий ечимлар билан бойитиши, ахборот технологиялари имкониятларидан кенг фойдаланиб, юксак билим билан қуролланиб олган бўлиши керак. Бунинг учун қаламкашларимиз ўз олдиларида турган кўзга кўринмас тўсиқларни енгиб ўтишлари, тинимсиз изланишлари, ҳаётини мисолларга кўпроқ мурожаат этишлари талаб этилади.

¹ Каримов И. А. “Юксак маънавият – енгилмас куч”. Т.: “Маънавият” 2008 (135-б)

“Жаҳон миқёсида глобаллашув ва рақобат тобора кучайиб бораётган бугунги замонда биз дунёда юз бераётган туб ўзгаришлар жараёнида эгаллаб турган ўрнимизни холисона ва танқидий баҳолашимиз, тобора ошиб бораётган ҳаёт талабларига жавоб беришимиз, кечаётган давр билан ҳамкадам бўлишимиз шарт”¹.

Ана шу вазифалардан келиб чикиб, илмий ишда бугунги кун журналистикаси олдидаги вазифалар ва бу вазифаларни қаламкашларимиз қанчалик бажариб келмоқдалар, тайёрланаётган материаллар давр талабига қанчалик жавоб беради, ғоявий кураш олиб боришга журналистларимиз қанчалик тайёр – ушбу жиҳатлар илмий ишнинг асосий мақсад ва вазифасини белгилаб берди.

Мавзунинг долзарблиги. Бугунги кунда журналистларимизга муҳим вазифа юклатилганки, у ҳам бўлса ахборот маконида ўз позициясини сақлаб қолиш, юрт манфаатларини барча нарсадан устун қўйган ҳолда сиёсий ҳушёр бўлиш, атрофимизда бўлаётган воқеа ва ҳодисаларнинг асл моҳиятига кириб бориш, ғоявий курашларга тайёр туриш ва бу борада кўпроқ сиёсий телеканалларда фаолият олиб бораётган қаламкашларимиздан ниҳоятда зийракликни талаб этади. Хусусан, “Ахборот” бош муҳарририяти ижодкорлари ҳақида гап кетганда уларнинг сиёсий қарашлари, нафақат сиёсий балки иқтисодий-маънавий билимлари аълоҳида эътиборга молик.

Уларнинг маҳорат мактаби, ўз устида ишлашлари, изланишлар олиб боришлари, воқеаларнинг моҳиятига етиб боришда журналист маҳоратини ўрганиш, информацияни томошабинларга таъсирчан қилиб тайёрлаш, тўлақонли ва сермазмун қилиб етказиш, журналист услуги, маҳорати ва малакаси диссертациянинг долзарблигини белгилаб берди. Шундай экан ахборот тайёрлайдиган журналистлар маҳорати ва ижодий лабораториясини ўрганиб чиқиш муҳим аҳамиятга эга.

¹ Каримов И. А. Асосий вазифамиз – ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришди. – Тошкент, Ўзбекистон, 2010.

Кундалик материаллар моҳиятини очиб беришда журналистларнинг қандай маҳоратга эга бўлишлари, уларни тайёрлашда нималарга этибор беришлари, тасвир, монтаж, овоз ва журналистларнинг услублари, ифодавий воситаларга мурожаат этишлари, кўрсатувнинг таъсирчанлигини оширишда қилинаётган ишлар ўрганилди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги. Тадқиқот даврида маълум бўлдики, “Ахборот” бош муҳарририятида аввал ҳам ушбу йўналишда изланишлар олиб борилган. Бироқ ахборот беришнинг услублари, муаллифлар қўллайдиган жанрлар, мавзуга ёндошувлар доимо такомиллашиб боришини эътиборга олиб, ахборот тайёрлаш маданиятини юксалтириш, уни аудиториясини кенгайтириш учун янгича шакл ва услублар, таъсирчан воситалардан самарали фойдаланиш масаласи доимо долзарблигича қолаверади. Чунки, таракқиёт ҳеч қачон бир жойда тўхтаб қолмайди.

Шундай экан бугунгача яратилган назариялар, амалиётга қанчалик уйғун? Ахборот тайёрлашда муаллифлар кўпроқ қайси жанрга мурожаат этишмоқда? Интернетнинг имкониятларидан, ОАВнинг ҳуқуқий асосларидан, давлат томонидан яратилган шарт-шароитлардан журналистларимиз қанчалик унумли фойдаланишмаяпти? Ахборотнинг аудиторияга тўлақонли етказишга яна қандай самарали усулларни қўллаш мумкин? - ана шу саволлар диссертациянинг қанчалик долзарб эканлигидан далолат беради.

Тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари. Асосий мақсад “Ахборот” информацион дастурларини кузатиш жараёнида унинг ривожланишини тадқиқ этиш, ижодий лабораториясини, мавзунини ёритишда қўллайдиган усул ва услубларини яқиндан ўрганиш, самараларини тадқиқ этишдан иборат эди. Дастурнинг ўзига хослигини, унинг бошқа информацион жанрлардан фарқи ва ўхшаш жиҳатларини қиёсий таҳлил қилиб, бу соҳада кўп йиллардан буён ижод қилаётган журналистларнинг маҳорат мактабларини ўрганиш.

Асосий вазифа дастур орқали эфирга узатилаётган материаллар қанчалик эфир талабларига мос келмоқда, бошловчиларнинг нутқи, ўзини

тутиши, равон сўзлаши, кийиниш маданияти, материалларнинг композицион ечимлари, ғоявий-бадий жихатдан тузилишини яқиндан тадқиқ этиш ва кузатувлар натижаларини умумлаштириб таҳлил этиш.

Илмий тадқиқот методлари ва методологияси. “Информацион жанрлар бўйича шу пайтгача яратилган миллий ва хорижий адабиётлар, ўқув-услубий қўлланмалари, газета ва журналларда, Интернет саҳифаларида чоп этилган мақолалар. Ахборот” бош муҳарририяти томонидан 2011-2013 йилларда танланган мавзулар ва берилган хабарларнинг қиёсий таҳлили.

Тадқиқотнинг назарий ва амалий аҳамияти. Президентимиз таъкидлаганидек, “Одамнинг иродаси, дунёкараши кучли бўлиши учун унинг ҳаётга, эртанги кунига, ўзининг куч ва имкониятларига ишончи мустаҳкам бўлиши керак. Айниқса, фарзандларимиз қалбида ана шундай ишонч туйғусини ошириш учун уларнинг асосли ва ҳаққоний маълумот ва ахборотларга эга бўлиши муҳим аҳамият касб этади. Шу борада оммавий ахборот воситалари бугун мамлакатимизда амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий сиёсатни, янгилашни ва ўзгаришлар жараёнларини ҳар томонлама чуқур, таъсирчан усуллар орқали ёритиб бориши зарурлигини тушунтириб ўтиришнинг ҳожати йўқ. Лекин бу масалада фақат офаринбозлик, “яшасин”, деган гаплар билан иш битмайди. Бугун бизга ислохотларимизни тўлиқ амалга ошириш, уларнинг самарадорлигини янада кучайтириш йўлида нималар ғов-тўсиқ бўляпти? Бу - бюрократия, манфаатпарастлик, порахўрлик, маҳаллийчилик, қабилабозлик, лоқайдлик каби иллатлардир. Бундай иллатларни ўз номи билан атаб, амалий мисолларда кўрсатиб бериш учун оммавий ахборот воситаларининг фаоллигини оширишимиз керак”.¹

Давлатимиз раҳбарининг юқоридаги фикрларидан маълумки жамият равнақ топишида, келажак авлоднинг соғлом фикрлайдиган бўлиб вояга етишларида, мамлакатдаги туб ислохотларнинг муваффақиятида журналистика соҳаси, қалам аҳлига катта ишонч ва масъулият юклатилмоқда. Бу борда ҳаётимизнинг турли жабҳаларида вужудга келган

¹ Каримов И.А. Янгича фикрлаш ва ишлаш – давр талаби. –Тошкент, Ўзбекистон, 1997.

муаммоларни кескин очиб ташлаш, маънавий-маърифий тарбия ишларининг самарадорлиги ва таъсирчанлигини ошириш масаласи кун тартибига кўйилмоқда.

Албатта, инсон камолотида, унинг маънавий жиҳатдан етук бўлишида биринчи навбатда ОАВнинг ўрни ва роли беъқиёс аҳамиятга эга. Жамиятда соғлом муҳит, иқтисодий ва сиёсий барқарорликка эришишда журналист аҳли ўз касбига нисбатан юксак масъулият билан қараши, мавзулар атрофида чуқур изланишлар олиб бориши, сермахсул ижодкор бўлиши бугунги кун талабидир.

Ана шу жараёнларда ахборот етказишнинг янгича усуллариға мурожаат этиш, журналистларимизнинг касб маҳоратини ошириш усулларини ўрганиш, бошловчилик маҳоратини тадқиқ этиш соҳа ривожига муҳим ўрин тутди. Шу ўринда кундалик ахборот тайёрлайдиган ижодкорлар қандай шахсий хусусият ва маҳоратга эга бўлиши келгусида шу соҳада фаолият олиб боришни ният қилган ёш журналистлар учун бу муҳимдир.

Тадқиқотнинг таркибий тузилиши. Илмий иш: кириш, уч бобдан иборат асосий қисм, хулоса ва адабиётлар рўйхатидан иборат.

Диссертациянинг **кириш** қисмида тележурналистикада информацион жанрларнинг тутган ўрни ва аҳамияти, соҳага давлат томонидан берилаётган эътиборнинг самаралари, ахборий журналистикада ихтисослашув масалалари, муаммо ва ечимлар, бугунги кун қаламкашлари олдидаги муҳим вазифалар таҳлили берилган. Тадқиқод методлари ва методологияси, илмий янгилиги, назарий ва амалий аҳамияти аниқ далиллар билан очиб берилган.

Мазкур ишнинг **1-бобида**, информацион жанрда қалам тебратаётган ижодкорларнинг сиёсий дунёқараши, мавзуларни танлаш ва ёритишда эътибор қиладиган жиҳатлари, умуман телевидение тизимида сиёсий мавзуларни ёритишда журналист маҳорати, муаммо ва камчиликлар таҳлил қилинади. Соҳага берилаётган эътибордан журналистларимиз қанчалик фойланаяптилар ва кўрсатувни мазмунан юқори босқичга олиб чиқиш йўллари хусусида изланишлар олиб борилади. Шу билан бир қаторда

телевидение тизимида информацион кўрсатувларнинг тутган ўрни, ўзига хос хусусиятлари очиб берилади.

Тадқиқотнинг 2-бобида эса бугунги кунда “Ахборот” кўрсатувининг бошқа информацион кўрсатувлардан фарқи, факт ва далиллардан фойдаланишда кўриладиган чоралар, хабар тайёрлашда қўлланиладиган самарали усуллари, авваллари тайёрланган шу йўналишдаги кўрсатувлардан фарқи, бугунги кун талабларига мос келиши, ютуғи ва камчиликлари таҳлил этилади. Хусусан, сиёсий йўналишдаги кўрсатувларни тайёрлашда эътиборга олинadиган жиҳатлар, муаммо ва камчиликлар ҳамда уларни ҳал этишда журналист маҳорати ва имкониятлари тадқиқ қилинади.

Тадқиқотнинг 3-бобида эса “Ахборот” кўрсатувини олиб борувчи журналистларнинг касб маҳорати, эфир олиб бориш принциплари, уларга қўйиладиган талаблар, дастур таъсирчанлигини оширишда бошловчилар томонидан қилинадиган изланишлар, тайёргарлик жараёнлари хусусида сўз боради. Бугунги кун бошловчиларининг кийиниш маданияти, кўрсатувни олиб бориш усуллари, хатти-ҳаракатларини бошқариши, равон сўзлаши ва бошловчининг шахси устида изланишлар олиб борилади. Нутқни равон қилиш борасида олиб борилаётган ишлар, машқ жараёнлари ва бунинг эфирдаги самарали таҳлил этилади.

Хулоса қисмида “Ахборот” бош муҳарририяти ижодий лабораториясининг бугунги иш фаолияти қанчалик давр талабларига жавоб беради, бугунги телетомошабин эътиборини қозониш учун яна нималар қилиш кераклиги хусусида тадқиқот натижаларига асосланган ҳолда тавсиялар берилади. Илмий иш олдига қўйилган вазифалар қанчалик очиб берилди, тадқиқот натижалари умумлаштирилиб, яқдил хулосага келинади.

I-БОБ. Информацион дастурларнинг Миллий Телерадиокомпания тизимида тутган ўрни

1.1. Информацион дастурларда сиёсий мавзуларнинг роли ва аҳамияти

Мустақиллик йилларида оммавий ахборот воситалари фаолиятини ривожлантириш, соҳага оид қабул қилинган Фармон ва қарорлар, қонун ҳужжатлари туфайли уларнинг сони ва сифати йил сайин такомиллашиб бормоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Мустақил телерадиоканалларни ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2005 йил 8 ноябрдаги ПФ-3678- Фармони ҳамда “Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги 2005 йил 27 декабрдаги ПҚ-245- Қарори асосида Ўзбекистон Миллий Телерадиокомпанияси тизими тўла қайта ислоҳ этилди.

Фармонга биноан Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси қайта ташкил қилинди. Унинг таркибидаги тўрта теле ва радиоканаллар номи ҳамда шакли ўзгартирилиб, «O`zbekiston» телерадиоканали», «Sport» телерадиоканали» «Toshkent» телерадиоканали» давлат унитар корхоналари ва «Yoshlar» телерадиоканали» ёпиқ акционерлик жамиятига айлантирилди.

1990 йилга қадар Ўзбекистон телевидениеси кўрсатувларида фақатгина икта канал фаолият олиб борган ва уларнинг умумий эфир вақти бор-йўғи 11 соатни ташкил этган бўлса, бугунги кунга келиб “O`zbekiston”, “Yoshlar” “Toshkent”, “Sport”, телерадиоканаллари ҳар куни 24 соатлик эфирни таъминлаб бermoқдалар. Бундан ташқари 2012 йилнинг 31 декабрь санасидан эътиборан “Madaniyat va ma`rifat”, “Dunyo bo`ylab” телеканаллари ҳам юртдошларимизнинг табиатсеварлик туйғуларини юксалтириш, Ўзбекистоннинг қадим ва бой тарихи, ноёб сайёҳлик имкониятлари билан халқимиз ва дунё жамоатчилигини кенг таништириш мақсадида ташкил

этилди. Ушбу телеканалларнинг ҳар бирининг бир кунлик эфир ҳажми ҳозирча 18 соатни ташкил этмоқда.

Давлатимиз раҳбарининг ташаббуси билан замонавий технологиялар асосида видеотелефонлар алоқасини кенг йўлга қўйиш, Интернет-телевидение, юқори тезликдаги интернет, HDTV каналларини намоиши учун ва бошқа ахборот хизматларга мўлжалланган 2 минг километр узунликдаги кенг полосали оптик толали алоқа тармоғини қурилиши якунига етказилмоқда.

Шунингдек, вилоят телекўрсатувларининг ҳам эфирга узатадиган кўрсатувлари ҳажми йилдан йилга ошиб бормоқда. 1995-йил Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 167-сонли қарорига мувофиқ, вилоят телемарказлари ихтиёрига Япониянинг “Sony” фирмасидан янги дастгоҳлар олинди. Янгидан қурилган медиомарказга янги рақамли телевизион формати талабларига жавоб берадиган аппаратуралар ўрнатилди. Улардаги сифат ва республикамиз вилоятларига узатиш тизими тамомила ўзгарди.

Телемарказда 8 та тасвир ёзиш аппаратхонаси ўрнига 41 та аппаратхона ўрнатилди. Бундан ташқари мамлакатимизда бўлаётган воқеа-ҳодисаларни тезкорлик билан лентага муҳрлаш мақсадида 55 та телевизион камералар “Siemens” фирмасининг 6 та ТЖКларига эга КМС (кўчма мобил телевизион станция) телевизион техник жиҳозлар, HDTV каналлари учун рақамли телекамералар сотиб олинди ва шунга монанд студиялар янгича, замонавий жиҳозлантирилди.

Мамлакатимизда кейинги 10 йил давомида оммавий ахборот воситаларини янада либераллаштириш, сўз эркинлигини таъминлашга қаратилган кенг камровли ташкилий-ҳуқуқий чора-тадбирлар амалга оширилди. Ушбу даврда оммавий ахборот воситаларининг эркин фаолият кўрсатишини таъминлашга қаратилган 10 дан ортиқ қонун ҳужжатлари қабул қилинди, босма оммавий ахборот воситаларининг сони 1,5 баробар, электрон оммавий ахборот воситаларининг сони эса 7 баробар кўпайиб, бугунги кунда уларнинг умумий сони қарийб 1300 тадан ортди.

Мамлакатимиз телекоммуникациялар тизими дунёнинг 180 та мамлакатига 28 та йўналиш бўйича тўғридан-тўғри чиқадиган халқаро каналларга эга бўлди. Телерадиоканаллар томонидан тайёрланаётган кўрсатув ва эшиттиришлар Интернет глобал тармоғи орқали реал вақт режимида жаҳонга узатилмоқда. Шу билан бир каторда бугунги кунда замонавий телевидениенинг ходимлари зиммасида ҳам катта масъулият ва вазифалар турибдики бу борада кейинроқ батафсил тўхталиб ўтамиз.

Ўзбекистон Республикаси Конституциясида белгилаб қўйилганидек: “Ҳар ким фикрлаш, сўз ва эътиқод эркинлиги ҳуқуқига эга. Ҳар ким ўзи истаган ахборотни излаш, олиш ва уни тарқатиш ҳуқуқига эга, амалдаги конституциявий тузумга қарши қаратилган ахборот ва қонун билан белгиланган бошқа чеклашлар бундан мустасно”¹.

Ўз-ўзидан кўриниб турибдики асосий қонунимизда белгилаб берилган бу модда демократик қадриятлар улуғланадиган юртимизда, Оммавий ахборот воситаларининг эркин фаолият юритишлари учун конституциявий кафолатини яратиб беради. Шунингдек, конституциямизнинг 67 –моддаси билан цензура ҳам тақиқлаб қўйилгани бу имкониятларни янада оширди.

Асосий мақсад халқимизнинг бугунги кун талабларига жавоб берадиган ҳолис ва тезкор ахборот олишга бўлган талабларини қондиришдир. Шу билан бирга журналистлар томонидан тайёрланаётган материалларни сифат жиҳатдан юқори босқичга олиб чиқишдан иборат.

“Одамнинг иродаси, дунёқараши кучли бўлиши учун унинг ҳаётга, эртанги кунига, ўзининг куч ва имкониятларига ишончи мустаҳкам бўлиши керак. Айниқса, фарзандларимиз қалбида ана шундай ишонч туйғусини ошириш учун уларнинг асосли ва ҳаққоний маълумот ва ахборотларга эга бўлиши муҳим аҳамият касб этади. Шу борада оммавий ахборот воситалари бугун мамлакатимизда амалга оширилаётган ижтимоий-иқтисодий сиёсатни, янгиланиш ва ўзгаришлар жараёнларини ҳар томонлама чуқур, таъсирчан

¹ Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси VII – боб, 29 -модда

усуллар орқали ёритиб бориши зарурлигини тушунтириб ўтиришнинг ҳожати йўқ.”¹

Бугунги кунда аҳолининг турли ахборотларга бўлган талабини қондириш мақсадида барча телеканалларда, хусусан янги очилган телеканалларда ҳам ахборот тайёрловчи муҳарририятлар ташкил этилган. Улар томонидан юртимиз ва дунёда юз бераётган воқеалар тезкор, таҳлилий ва турли инфорацион жанрлардан фойдаланган ҳолда тайёрланиб келинмоқда. Шу ўринда ҳар бир телеканал томонидан тайёрланаётган ахборот ўзига хос хусусиятга, мавзулар бўйича аниқ йўналишларга эга.

Жумладан, “O`zbekiston” телеканалининг “Ахборот”, “Yoshlar” телеканалининг “Давр” ва “Toshkent” телеканалининг “Пойтахт” инфорацион дастурларида кўпроқ юртимиз ва хориждаги сиёсий, иқтисодий жараёнлар, мамлакатмиздаги ижтимоий ҳаётига оид воқеалар, маданий янгиликлар акс этса, “Sport” телерадиоканалининг “Хабарлар” дастурида кўпроқ урғу юртимиз ва хорижнинг спортга оид воқеалари акс этади. Бундан ташқари эндиликда “Madaniyat va ma`rifat” ва “Dunyo bo`ylab” телеканаллари инфорацион дастурларида ҳам юртимиз ва хорижий давлатлардаги маданий-маърифий, табиат, унчалик сиёсийлашмаган тадбирлар инфорацион кўрсатувида бериб борилмоқда.

Мамлакатимиз Президентининг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузасида таъкидланганидек: “Бугун ҳаётнинг ўзи олдимизга фуқаролик жамияти институтлари тизимида оммавий ахборот воситаларининг ўрни ва ролини янада мустаҳкамлаш вазифасини қатъий қилиб қўймоқда. Оммавий ахборот воситаларини янада эркинлаштириш, нодавлат матбуот нашрлари, радио, телевидение фаолиятини жонлантириш, уларнинг Интернет глобал тармоғига кириш имкониятларини кенгайтириш олиб борилаётган

¹ Каримов И.А. Янгича фикрлаш ва ишлаш – давр талаби. –Тошкент, Ўзбекистон, 1997.

ислохотлар сиёсатининг очиклиги ва ошкоралигини таъминлашга, кучли фуқаролик жамиятининг изчил шаклланишига мадад бериши даркор”.¹

Ахборот ва ахборот технологиялари асрида давлатлар, қитъалар ўртасидаги сиёсий, иқтисодий тўсиқларни бартараф этишга қодир ягона ва яхлит жаҳон ахборот майдони барпо этиш зарур. Чунки: “Журналист ўз чиқишлари билан минглаб, миллионлаб омма онгига, тафаккурига таъсир ўтказади. Дунёқарашларни шакллантиради, фаолиятларни йўналтиради. Сиёсий муносабатлар ҳамда давлатлар орасидаги муҳитни ўзгартириб юборишга қодир ахборот тарқатади”² – дейилиши бежизга эмас. Атрофимизни улкан ахборот майдони қуршаб олмоқда ва улар ичида халқимиз манфаатларига зидларини ажратиб олиш, энг мақбулларини эфирга олиб чиқиш масаласини ҳозирда даврнинг ўзи талаб этмоқда. Яъни, ижобий ва салбий мазмундаги факт ва хабарларни мутаносиб ҳолда узатиш, воқеликни кимнингдир нуқтаи назаридан келиб чиқиб талқин этишдан қочиш вазифаси ҳам юклатилмоқда.

Бугунги кунда барча каналларда сиёсий кўрсатувларнинг савияси ва талқинига аълоҳида эътибор қаратилади. Лекин шундай бўлсада, O`zbekiston” телеканалининг “Ахборот”, “Yoshlar” телеканалининг “Давр” ва “Toshkent” телеканалининг “Пойтахт” информацион дастурларида эфирга узатилаётган сиёсий хабарларни кузатганимизда ҳам бир мавзуга турлича ёндошув кўзга ташланади. Инчунун, улар бир хил тадбирда қатнашганлар ва уларга бир хил пресс-релизлар, матбуот хабарномалари тарқатилган. Бу ўринда телеканалларда турли журналистлар мактабларининг шаклланиб бораётганини, турли даражадаги ёндошувлар, мавзуларнинг ҳар хил талқинлари билан эфирга узатилаётганини кузатишимиз мумкин.

Юртбошимизнинг вилоятларга қилган сафарларига оид репортажлар, олий мартабали расмий делегацияларни кутиб олиш ва чет давлатларга ташрифлар хусусидаги материалларда эса деярли бир хиллик мавжуд.

¹ И.Каримов Асосий вазифамиз – ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. Т.: - “Ўзбекистон” – 2010 (31-бет)

² Дўстмуҳаммад Х. Жамият олдидаги масъулият. – Тошкент, Ўзбекистон матбуоти, №1-сон. (8-бет). 2006.

Давлат раҳбарлари иштироки билан боғлиқ бўлмаган расмий делегацияларнинг ташрифига оид репортажларда эса ҳар бир телеканалда тамомила ўзгача ёндошув ва бир-биридан тубдан фарқ қилишини кузатамиз. Баъзан, эстафетани “Давр”, баъзан “Пойтахт” информацион дастурлари илиб кетади, баъзан “Ахборот”.

Хусусан, “Ахборот” дастурида сиёсий кўрсатувлар тайёрлашда Севара Турсунованинг аълоҳида ўрни ва яратган ўзига хос мактаби мавжуд. Бугунги кунда журналист Севара Турсуновани танимайдиган, ёхуд бир бора кўрмаган одам кам топилса керак. Ҳозирги вақтда Президент матбуот хизматида фаолият юритаётган бўлсада, “Ахборот” информацион кўрсатувларидаги расмий ва сиёсий кўрсатувларга ҳамон бош–қош бўлиб келмоқда. Президентнинг вилоятларга, хорижий сафарларига оид ташрифлар бевосита у кишининг раҳбарлиги остида тайёрланади. Сиёсий кўрсатувлар ўртача бир ёки ярим соат вақт хажмида, асосан “Ахборот” дастурларининг рус ва ўзбек тилларидаги сонлари орлиғида эфирга узатилади. Умуман олганда “Ахборот” бош муҳарририятида сиёсий кўрсатувлар ва репортажлар тайёрлаш улкан бир мавзу ва бу борада ҳам баъзи бир муаммолар ҳам йўқ эмас.

Кундалик “Ахборот” тайёрланишида асосан учга бўлинган ижодий гуруҳлар иштирок этишади. Ҳар бир гуруҳга муайян вазифалар, бажарадиган иши ва йўналиши аниқ белгилаб берилган. Масалан, Душанба-Пайшанба кунги ахборот тайёрлайдиган гуруҳ шу кунга материалларнинг ўз вақтида тайёрланиши, таҳририга, сифати ва тезкорлигига жавоб берса, қолган Сешанба-Жума, Чоршанба-Шанба кунларига масъул гуруҳлар жойлардан репортажлар, лавҳалар тайёрлаш билан банд бўладилар. Ёки аксинча Сешанба-Жума гуруҳлари кунлик ахборотларни тайёрлашса қолган гуруҳлар съёмкада бўлишади.

Навбатчи гуруҳнинг иши эрталаб соат чамаси 8:30 лардан бошланиб, кеч соат 22-24ларгача давом этади. Шу вақт ичида улар “Кундузги Ахборот”нинг учта сони (11:00, 14:00, 17:00лик), кечки 21:00 даги “Ахборот”

ва эрталабки “Ахборот” дастурини эфирга тайёрланиши учун масъулдирлар. Бундан ташқари ҳафтада олти кунлик “Ахборот” ва “Таҳлилнома” кўрсатувини тайёрловчи рус гурухлари ҳам мавжуд. Уларнинг иш принципи ҳам ўзбек гурухлариникига ўхшаш. Фақат улар кунига бир марта 19:30 даги “Ахборот” дастури ва ҳафталик “Таҳлилнома” кўрсатувини тайёрлашга масъулдирлар.

Ҳар бир ижодий гуруҳ аъзолари ҳамкорликда бир-бири билан хабарлашиб, маълумотларни алмашиб лавҳа ва репортажлар тайёрлашади. Лекин гурухлар ўртасидаги баъзан рақобат бўлганлиги боис, бир мавзуда тайёрлаган редакторларнинг ишлари бир-бирлариникидан кескин фарқ қилиш ҳам мумкин. Бундай ҳолатлар кўп бора кузатилади. Баъзида материалнинг ўзбек тилида тайёрлангани яхши чиқса, баъзан русчаси эстафетани илиб кетади. Шунинг учун бундай ҳолатларга барҳам бериш учун бош муҳаррир съёмкага бир-бирига савияси жиҳатдан мос келадиган мухбирларни ёзишни талаб қилади.

Шу билан бирга кундалик ахборот тайёрловчи муҳаррирлар ҳафталик якшанба куни эфирга узатиладиган “Таҳлилнома” кўрсатувини учун ҳам турли жанрда материаллар тайёрлаб беришади. Бунинг учун улар бош муҳаррир топшириғи билан муаллифлар уч кунга муҳарририят ишларидан тўла озод этилишади. Бу эса ўз навбатида “Таҳлилнома” кўрсатувининг сифатини оширишга хизмат қилмоқда.

“Таҳлилнома” гуруҳи ўз фаолиятида кўпроқ фукараларнинг сиёсий-иқтисодий билими ва ҳуқуқий маданиятини юксалтириш, қонунлар, қабул қилинаётган Фармону-қарорлар билан таништириш, улар онги-шуурига эзгу ғояларни сингдириш, ёшларни миллий ватанпарварлик руҳида тарбиялаш, инсон омили ва инсон манфаатлари устуворлигини таъминлашга қаратилган демократик ўзгаришларни кенг тарғиб қилиш ҳамда фукараларнинг маданий-маърифий ва жамоатчилик асосида ташкиллаштириладиган

тадбирларни кенг ёритиб бориш масалаларига асосий устувор йўналишлар сифатида белгилаган.

“Ахборот” дастурларидаги сиёсий хабарлар тўғридан-тўғри эфирга узатиладиган бўлса бу ҳолатда режиссёр ва операторларнинг маҳоратига таянилади. Лекин, шу кўрсатув баъзи ҳолатларда 3-4 марта қайта қўйилади. Бу ўринда материал қайта тайёрланар экан мавзуларига мос кадрлар билан бойитилса, хорижий экспертлар фикрлари қўшилса, шу воқеага оид архивлардан фойдаланилса телетомошабинлар аудиториясига янада яқинроқ кириб борган бўламиз.

Мамлакатимиз раҳбарининг хориж мамлакатларига ташрифига оид хабарларни ҳам айнан шу усулда кадрлар билан бойитиш мумкин. Умуман олганда бугунги кунда сиёсий кўрсатувларда сиёсий шарҳ масалаларига ҳам аълоҳида эътибор қаратиш зарур. Интернет маълумотларидан фойдаланиб мавзуга оид керакли ахборотларни йиғиш мумкин.

Бундан ташқари “Ахборот” дастурларида Парламент фаолиятига оид хабарлар ҳам кўп тайёрланади. Мен таққос учун республикаимиздаги нодавлат телеканалларида қонунчилик палатаси томонидан қабул қилинаётган қонунларнинг моҳиятига оид репортажларни таҳлил қилдим. Бу борада улар давлат телеканалларидаги информацион дастурларидан анча илгарилаб кетганини, мавзуни ҳар томонлама ёритишлари, турли ёндошувлар мавзудлигини кузатдим.

Хусусан, ўтган йили апрел ойларида НТТ канали орқали эфирга узатилган “Худуд” информацион дастурида янги қонун муҳокамасига оид репортаж тайёрланди. Лавҳа аввалида маҳалла кўрсатилди, у ерда маиший чиқиндилар ва оддий одамларнинг фикри тингланди. Сўнгра “Экологик назорат тўғрисида”ги қонуннинг қанчалик аҳамиятга эга эканлиги хусусида журналист ўз фикрини билдирди. Ўз навбатида сиёсий хабарнинг телетомошабинларга бу тартибда етказилиши бир томондан уларга мароқли, иккинчи томондан хабарнинг таъсир кучи ҳам ортади. Бугунги кунда “Ахборот” информацион дастурларида ана шу тажрибани қўлланилса яхши

самарга эришиш мумкин. Айнан шу йўналишда бўлмасада хабар етказишнинг янги-янги усуллари устида журналистлар изланишлар олиб боришлари керак. Акс холда бугунги кунда ҳамма кўриши лозим бўлган сиёсий кўрсатув тобора зерикарли бўлиб бормокда.

“Ахборот” дастурида мамлакатимизнинг иқтисодий ҳаётига оид хабарлар, репортажлар ва таҳлилий шарҳлар кўп учрайди. Иқтисодиёт – аҳолининг тушуниши нисбатан қийин бўлган ижтимоий ахборот соҳасидир. Иқтисодий мавзуда тайёрланган репортаж бошқаларидан фарқ қилиб, аудиториянинг ақл-идрокини кўпроқ мушоҳадага чорлайди. Бундан ташқари иқтисодиёт жуда кўп тармоқларни камраб олади. Демак, мавзу танланиши ҳам шунга яраша кўп. Айниқса бундай таҳлилий репортажларда кўпроқ рақамлардан фойдаланилади. Рақамларни тушуниш аудиторияга қийинчилик туғдирмаслиги учун турли усулда тайёрланган компьютер графикаларидан фойдаланилади. Улар ўз навбатида оддий ва мураккаб компьютер графикаларига бўлинади. Оддийсида орқада оддий фон, ўсиш динамикаси ва рақамлар акс эттирилса. Мураккаб графикаларда орқа фонда расм ёки видеотасвир ҳаракатда бўлади, жадвал ҳам мураккаб усулда чизилади, рақамлар динамикасига мос равишда мусиқа танланади, баъзан эса мураккаб графикалар микшерланган бўлади ва мухбирнинг тайёр материали устидан намоёниш этилади.

Бундан ташқари “Ахборот” дастури ижодкорлари мустақил равишда маҳсус режага мувофиқ ҳафталик, ойлик ва йиллик режаларини тузадилар ва бош муҳаррирга тасдиқлаганидан сўнг турли йўналишларда публицистик материаллар ҳам тайёрлайдилар.

Бугунги кунда телевидение тизимида фаолият юритаётган журналистлар турли хил жанрларда кўрсатувлар тайёрлаб эфирга узатадилар. Хусусан, телевидение ва радиода кўрсатувлар таркибини уч гуруҳга бўлиш мумкин.

1. Ахборот жанрлари.
2. Публицистик жанрлар.

3. Бадиий жанрлар.

Жойлардан лавҳа ва репортажлар, воқеаларга шарҳ тайёрлаш, телестудияда суҳбат уюштириш, иштирокчилардан интервьюлар олиш асосий йўналишлардан ҳисобланади. Шунингдек, турли соҳалар бўйича йиллик, ойлик, ҳафталик обзорлар тайёрланади.

1.2. Телевизион дастурлардаги информацион кўрсатувларнинг хусусиятлари

“Барча оммавий ахборот воситалари мақсадидан келиб чиққан ҳолда, энг аввало, яқка шахснинг, жамиятнинг ва давлатнинг ахборот олишга бўлган эҳтиёжини қондиришга қаратилган. Телевидение ўзидан илгари вужудга келган оммавий ахборот воситаларидан фарқли ўлароқ, ахборотни тезроқ, ишончлироқ ва ҳиссиётга бойроқ тарзда тарқатади”¹.

Дарҳақиқат, ахборот тарқатиш телевидениенинг жамият олдидаги биринчи вазифаси бўлса, бундан ташқари маданий-маърифий, интегратив, ижтимоий-педагогик, ташкилотчилик, таълим бериш, рекреатив вазифалари ҳам мавжуд.

Журналист ахборотига Д.Рэндалл томонидан берилган тавсифга кўра, “ахборот — умумий қизиқтира оладиган, илгари номаълум бўлган (янги, оҳори тўқилмаган), фавқулодда хабардир”².

Шундай қилиб, журналист ахборотидаги энг муҳим жиҳат – бу қайси йўналишда бўлишидан қатъий назар аввало кўпқирралилик, кўптомонламалик (универсаллилик) бўлиб, у кишини жамият билан боғлайди, шахсни бутун мамлакат, минтақадаги, яқин ва узоқ хориждаги муаммоларга дахлдор қилиб қўяди. Журналист ахборотининг айни мана шу хусусияти ижтимоий, сиёсий, маданий, ҳудудий-иқлимий йўналишдаги репортажларнинг умуминсоний қадриятлар мезони асосида фаҳмлашни назарда тутати.

Телевизион дастурлардаги ахборотлар ана шу принциплар асосида қурилади. Умуман олганда ҳар бир ахборотнинг замирида воқеа-ҳодисалар ҳақидаги янги маълумот ва фактлар ётади. Улар шунчаки оддийгина хабардан иборат бўлмай, ҳар қандай маълумот бизнинг ҳис-туйғуларимизу, хатти-ҳаркатларимизга ҳам, яшаш тарзимиз-у ҳуқ-атворимизга ҳам таъсир

¹ Ибрагимов Ш. Тележурналистика асослари. Маърузалар матни. Т.: Университет, 2000, Б.23.

² Рэндалл Д. Универсальный журналист. – Олмаота. 1997.-36-б.

кўрсатади. Бундай ахборотни омма интиқлик билан кутади, ўз орзумидларини, режаларини у билан боғлайди. Шу боис журналист ахбороти кишиларни бунёдкорлик, эл-юрт равнақи учун қаҳрамонлик сари илҳомлантириши мумкин.

Таъкидлаш керакки, бугунги кундаги информацион кўрсатувларда ахборот тайёрлаш жараёни аввалги йилларга қараганда бир мунча шаклланишини, янги тасвирий-ифодавий воситалар билан бойитилганини кузатишимиз мумкин. Ўтган йилларда тайёрланган материалларда баёнчилик устунлик қилган бўлса, эндиликда, мавзунини танлаш, телевидениега хос композицион аниқлик, баён мантиғи, видеотасвирларнинг образлилиги каби жиҳатларга асосий эътибор қаратилмоқда. Шу ўринда воқеаларга баҳо беришда кўпроқ таҳлил ва талқинга мурожаат қилиш, архивдан ва тасвирий воситаларга мурожаат қилиш, воқеаларни кўпроқ тасвирлар орқали ифодалаш, деталлаштириш, динамик монтаж борасида ўзига хос маҳорат мактаби шаклланишини кўришимиз мумкин.

Хусусан, “Ахборот” кўрсатувини тайёрлашда ижодкорлар кўпроқ тасвирий-ифодавий воситаларни қўллашга ҳаракат қилишади. Шу ўринда телеканаллар ўртасида ҳам соғлом рақобат муҳити сезилиб туради. Чунки, ҳар бир телеканал ўз мухлисини топишга интилади.

“Ахборот” бош муҳарририятининг кўрсатувларида кўпроқ урғу мамлакатимизнинг сиёсий ва иқтисодий воқеаларига қаратилади. Кўрсатув аввалида Парламент палаталари фаолиятига оид ахборотлар, кейин иқтисодиёт ва ижтимоий йўналишлар ва спорт хабарлари эфирга узатилади.

Кўрсатув ижодкорларининг асосий вазифалари: фуқароларнинг сиёсий ва ҳуқуқий маданиятини юксалтириш, уларнинг онгу-шуурига мустақиллик, яратувчанлик каби эзгу ғояларини сингдириш, ёшларни миллий ватанпарварлик руҳида тарбиялаш, инсон омили ва инсон манфаатлари устуворлигини таъминлашга қаратилган демократик ўзгаришларни кенг тарғиб қилиш ҳамда фуқароларнинг маданий-маърифий ва жамоатчилик асосида ташкиллаштириладиган тадбирларини кенг ёритиб боришдан иборат.

Бундан ташқари ижодкорлар зиммасида яна бир қатор қўшимча вазифалар ҳам мавжуд. Яъни, кўрсатув каламкашлари ўз фаолиятлари давомида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармонлари ва қарорлари ижроси ҳамда Вазирлар Маҳкамасининг турли соҳаларга оид қабул қилган фармону-қарорлари, ҳуқуқий ҳужжатларининг мазмун-моҳиятини ва аҳамияти ҳусусида таҳлилий шарҳлар тайёрлайдилар. Ушбу шарҳлар аксарият ҳолларда “Таҳлилнома” дастури ижодкорлари томонидан тайёрланади.

Телевизион дастурларда информацион кўрсатувлар йўналишига қараб бир-биридан фарқ қилади. Масалан, “Ахборот” кўрсатувида Ўзбекистон сиёсатини акс эттириб турувчи информацион дастур бўлганлиги учун кўпроқ урғу мамлакатимизнинг сиёсий ҳаётига оид хабарларга қаратилиши табиий. “Давр” информацион дастурида гарчи сиёсий хабарлар кўп берилсада, журналист талқини воқеани анча эркинроқ, мавзу мазмуни сиёсий нуқтаи назардан енгилроқ берилади. Мавзу фақат тезкор хабарлигича қолиб кетади. Шошилганда мухбирлар баъзан бир хил қолипдаги материалларни ва ғализ жумлаларни ишлатишлари мумкин.

Мени ўзимга илгарилари, “Давр” информацион дастуридан маълумотларни олиш кўпроқ ёқарди. Кўрсатув унча катта ёшда бўлмаганлар учун мўлжалланган учунми сўзлари ва жумлалари бошқа каналлардаги информацион кўрсатувларга нисбатан онг ҳазми учун енгилроқ. Энди ҳозирги пайтга келиб уларни информациясидан унчалик қониқаётганим йўқ. Эндиликда кўпроқ “Ахборот”ни кўряпман. “Пойтахт” дастурида мавзулар ранг-баранглиги ёқади. Бошловчилар ёшроқ бўлсаларда ўзларини тутишлари анча эркин. Сўз ифодаси ҳам равон, эшитиш учун мароқли. Бу ерда кўроқ таълим, соғлиқни сақлаш, вазирликлар ва ташкилотларнинг республика учун унчалик катта аҳамиятга эга бўлмаган, мавзу жиҳатдан сиёсий ахборотлардан узоқ хабарлар кўпроқ бериб борилади ва аксарият ҳолларда Тошкент ва пойтахт вилояти янгиликлари эфирга узатилади.

Спортга оид хабарлар эса “Хабарлар” кўрсатувида эфирга узатилиб борилади. Демак, ҳар бир телеканалдаги информацион дастур ўзига хос ихтисослашувга эга.

“Бугун бизга ислохотларимизни тўлиқ амалга ошириш, уларнинг самарадорлигини янада кучайтириш йўлида нималар ғов-тўсиқ бўляпти? Бу - бюрократия, манфаатпарастлик, порахўрлик, маҳаллийчилик, қабилабозлик, лоқайдлик каби иллатлардир. Бундай иллатларни ўз номи билан атаб, амалий мисолларда кўрсатиб бериш учун оммавий ахборот воситаларининг фаоллигини оширишимиз керак”.¹

Лекин шуни айтиб ўтиш керак информацион дастурларимизда кўпроқ хабар етказувчилик ва тадбирвозликдан нари ўтмай қолгани ва таҳлилий материаллар етишмагани боис, лавҳалар қанчалик ранг-баранг тайёрланмасин, журналистлар қанчалик самарали усуллари қўллашмасин, бари- бир секин-аста ўз аудиториясини йўқотиб бормоқда. Ҳозирги пайтда ёшлар ва катталар кўпроқ ахборотларни Интернет сайтларидан олишга интилишмоқда. Шунга яраша информацион дастурларда реклама ҳам тобора камайиб бораётганини эшитиб қоламиз.

Лекин ҳамон юртдошларимиз эътиборини қозониш мумкин. Фақат тадбирвозликдан воз кечиб, энди кўпроқ урғуни қизиқарли, таҳлилий материалларга бериш керак, деб ҳисоблайман.

¹ Каримов И. А. Асосий вазифамиз – ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. – Тошкент, Ўзбекистон, 2010.

II-БОБ. “Ахборот” дастурида мавзу танлаш ва эфирга олиб чиқиш жараёнлари, илғор ечим ва муаммолар.

2.1. “Ахборот” дастурларини тайёрлашда факт ва далиллар билан ишлаш масалалари

“Воқелик қанчалик ранг-баранг акс этса, хабарнинг ахборий қиймати шунчалик юқори бўлади. Чунки турли халқлар, давлатлар, уюшмаларнинг бирдек демократик қадриятларга интилишларидан қатъий назар, улар маданий ва сиёсий онг даражасининг турли босқичида турадилар”¹. Албатта журналист ахборот тайёрлар экан, бир қолип ичида қолиб кетмаслиги керак, ундаги мазмун-моҳиятни очиб беришда турли жанрларга мурожаат қилинар экан, кўрсатувнинг ранг-баранглиги янада ошади.

“Журналист ўз чиқишлари билан минглаб, миллионлаб омма онгига, тафаккурига таъсир ўтказади. Дунёқарашларини шакллантиради, фаолиятларини йўналтиради. Сиёсий муносабатлар ҳамда давлатлар орасидаги муҳитни ўзгартириб юборишга қодир ахборот тарқатади”².

Бундай шароитда журналист ахбороти зиммасига ижобий ва салбий мазмундаги факт ва хабарларни мутаносиб ҳолда узатиш, воқеликни кимнингдир нуқтаи назаридан келиб чиқиб талқин этишдан қочиш вазифаси ҳам юкланади. Шу муносабат билан ОАВ ходимлари ижодида воқелик манзараларини талқин этиш, шарҳлаш муаммоси ҳам келиб чиқмоқда. Чунки, журналист ахборотида ҳар доим муаллифнинг, муҳарририятнинг ёки таъсисчининг ижтимоий тажрибаси ва интилишлари ўз ифодасини топган бўлади. Шу боис айтиш мумкин, бир факт, воқеа турли сиёсий, ижтимоий йўналишдаги нашрлар томонидан турлича баҳоланиши, тушунтирилиши, шарҳланиши ҳам мумкин.

¹ Ф.П.Нестеренко ва бошқ. Луғат-маълумотнома: Журналистика, Реклама, Паблик Рилейшнз:1700 атама. —Т.: Зар қалам. 2003. -276.

² Дўстмуҳаммад Х. Жамият олдидagi масъулят. //Ўзбекистон матбуоти. 2006.№1.-86.

“Демак, журналист талқини ҳаётнинг ёритилаётган бир “бўлагини” воқеликдаги айнан шунга монанд ҳодисалар мезонида баҳолаш ва уларни ўзаро қиёслаш орқали ижтимоий қиймати ва аҳамиятини тайин этиш имкони ва усулидир.”¹.

Талқин бу ерда ижтимоий асосдан келиб чиқмоқда. Бу хусусият умуман журналист фаолиятига ҳам, журналист ахборотига ҳам хос. Журналист маданияти ва бу маданиятнинг шаклланиши инсон табиатига хос бўлган шахсийлик ва жамоавийлик ҳислатларидан таркиб топади. Шу боис, ҳар қандай ахборотда прагматик хусусият – баҳолаш амали ҳам мавжуд бўлади.

Журналистикада холислик муҳим ва бу жуда мураккаб жараён. Ҳақиқатдан ҳам одамнинг тўла холис, яъни объектив бўлиши оғир. У холис бетараф бўлишга интилиши мумкин. Масалан, журналист холисликни даъво этиб, ўзининг эмас, бошқа бировнинг фикрини келтирган тақдирда ҳам ўзига жозибали бўлиб кўринган шахсга мурожаат қилиши мумкин. Бундай вақтда мутахассислар фикрича объективликни таъминлаш учун бир неча манбаанинг, жумладан бир-бирига муҳолифатда бўлганларнинг фикрини келтириш лозим.

“Халқимиз оммавий ахборот воситаларидан мамлакатимиз ва хорижда содир бўлаётган воқеалар тўғрисида холис ва тезкор ахборотлар олишни, шу билан бирга, биринчи навбатда, ҳокимият органлари ва бошқарув тизимлари фаолияти ҳақидаги танқидий фикрларни, ислохотлар ва янгиланишлар йўлидан илгари боришимизга тўсиқ бўлиб турган нуқсонлар, ҳаётдаги долзарб муаммолар хусусида ошкора, профессионал таҳлилий материалларни кутади”².

Мутахассисларнинг фикрича, журналист холислигининг чекланганлиги унинг миллий, диний, ахлоқий қарашлари билан ҳам боғлиқ бўлиши мумкин.

¹ Эрназаров Қ. Маматова Ё. ва бошқ. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. – Т.:ЎЗМУ. 2002.-346

² Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир. Т.: Ўзбекистон, 2005, Б.52.

Бирор бир воқеа ёки ходиса ҳақида гап кетганда, фақат унинг тафсилоти баён қилинади. Журналистнинг шахсий мулоҳазаси ва бу хусусидаги қарашларини янгилик сифатида ахборотга қўшмайди.

“Мухбир кўпинча турли одамлар билан танишиб, улар қувонсалар қувонади, қайғурсалар ҳамдардлик билдиради. Аммо, воқеани ёритишга келганда ҳолис бўлиб, ўзини аралаштирмай туришга тўғри келади. Ҳар қандай касб эгалари каби журналистлар ҳам шахсий ҳаётида қувониш, қайғуриш, ўз фикрини айтишга ҳақлидир. Аммо, касб вазифасини бажараётганда шахсий ҳаёт билан ижтимоий ҳаёт ўртасидаги чегарани билиш зарур, лекин бу осон эмас”.¹

Демак, журналистнинг ўз касбини севиб, берилиб, жон дили билан ишлаши, қуйиб ёнишининг маълум чегараси бор. Бу муҳим масала бўлгани янгиликларга қизиқиш, жон қуйдириш билан ҳолислик ўртасидаги зиддият журналистнинг жамиятдаги ўрнини белгиловчи асосий касб хусусиятларидан биридир.

Мухбир турли ахборот, маълумотларни не-не қийинчиликлар билан олади, аммо буларнинг ҳаммаси ҳам янгилик бўлиб чиқавермайди. Баъзи муҳим янгиликлар “Ахборот” кўрсатувида бошқа инфор­мацион кўрсатувларга қараганда кечроқ берилади. Албатта, бу ўринда маълумот эскирганидан кейин унинг ахборийлик қиймати пасаяди. Кўрсатув муҳаррирларининг маҳорати олдинги ўринга чиқади. Яъни, бундай вазиятда муаллифнинг турли нуқтаи назарлардан ёндошиб, мавзунини ёритиши ахборотни қизиқарли қилишига ёрдам беради.

Воқеага биз қайси нуқтаи назардан ёндошсак ҳам у ҳақида рост, ҳаққоний ёки муҳим гапларни айтишимиз зарур. Ҳар қандай воқеа ҳақида имкони қадар тўғри ва ҳолис ёритиш мухбирнинг бурчидир. “Ахборот” кўрсатуви ижодкорлари ҳам ҳолислик ва кўп ҳолларда воқеалар шарҳида унчалик чуқурлашиб кетмайдилар. Бунини қуйидагича изоҳлаш мумкин, яъни томошабин дастурни кўриб, ўзи хулоса чиқариши лозим. Чунки, у ўз билим

¹ Фихтелиус Э. Радио ва телевидение журналистикаси асослари Т.: Шарк, 2002. 22-б.

даражаси, савияси, дунёқараши, фикрлаш доирасига қараб тегишли хулоса чиқаришга қодир.

Зиддиятли ва қизиқ мавзу ҳар бир журналистни қизиқтириши табиий. Шунингдек, мухбир фақат янги хабарни излабгина қолмай, ўзини қизиқтирган мавзунини жуда катта қизиқиш ва ҳаяжон билан ўрганиши, баҳсли масалада ҳар икки томоннинг ҳақлиги ёки ноҳақлигини ўзи чуқур тушуниб етиши ва аини замонда воқеага аралашмай, ҳеч бир томонга қўшилганини билдирмай ҳолислик билан ёритиши зарур. Воқеага қизиқиб туриб, ҳолис бўлиш жуда қийин албатта, аммо шунга эришиш керак.

Журналист тўплаган факт бўладими, шахсий мулоҳаза бўладими ўз характери, мақсади, вазифаси ва моҳияти жиҳатидан бир-биридан фарк қилади. Журналистнинг вазифаси фактларни келтириш, зарур бўлганда, юксак савияда уларни таҳлил қилиб беришдан иборат. Бунинг у чуқур билимли бўлиши баробарида, атрофда юз бераётган воқеа ва ҳодисалардан хабардор бўлиши ҳам талаб этилади. Агар у бирор-бир соҳа, масалан, сиёсат, иқтисодиёт, ҳуқуқ, замонавий технологиялар каби бўйича ихтисосга эга бўлса янада яхши.

“Ахборот” кўрсатувида тўғридан-тўғри репортажлар кам учрасада, муҳим саналарда: оммавий тадбирларда, тантаналар, хашар, халқимиз нишонлаётган оммавий байрам тадбирларида баъзан ушбу жанрга мурожаат этилади. Президентликка, Парламент Юқори ва Қуйи палатаси депутатлигига ўтказилган сайловлар, оммавий муҳим тадбирлар тўғридан-тўғри эфирга узатилиб турди.

Бундан ташқари мамлакатимиз спортга оид муҳим тадбирлар, йирик анжуманлар очилиши, фестиваллар ва шу каби мамлакатимиз ҳаётидаги асосий воқеалар ҳам тезкор, тўғридан-тўғри эфирга узатилиб келинмоқда.

Ахборот тайёрлашда журналистларимиз воқеани ёритишда композицион постановкасига аълоҳида эътибор қаратилади. Бу ерда воқеалар кетма-кетлигини асосан тадрижий ривожлантириб борилади. Яъни, муаллиф

хар бир воқеани энг муҳим фактларини олдинги ўринга чиқаришга ҳаракат қилади, кейин шунга мос равишда давом эттириб, ривожлантириб боради.

Аввало, материални тайёрлашда қўлланиладиган услуб ҳам муаллифнинг қандай мақсадни олдига қўйганлигига бевосита боғлиқ. Дастлаб, воқеалар тизгинини муаллиф ўз онгида ривожлантиради, кейин долзарблигига қараб бир текис уларни жой-жойига қўйиб чиқади. Журналист бирор бир мавзунини ёритар экан, аввало, борган жойида зийрак бўлиши, вақтни беҳудага сарф этмаслиги лозим. Иложи борида кўпроқ факт ва далилларни йиғиб келиши керак.

“Демак, журналист талқини ҳаётнинг ёритилаётган бир “бўлагини” воқеликдаги айнан шунга монанд ҳодисалар мезонида баҳолаш ва уларни ўзаро қиёслаш орқали ижтимоий қиймати ва аҳамиятини тайин этиш имкони ва усулидир”¹. Бу ерда муаллифнинг ўзи воқеанинг тубида нима ётганини аниқ англаб этиши керак. Шунга қараб факт тўплаши, рақамлар ва далиллар келтириши лозим бўлади. Зеро, информацион дастурларда биргина айтилган сўз, нотўғри келтирилган рақам ёки хабар бутун бошли бир тизим фаолиятига салбий таъсир кўрсатиши мумкинлиги кўп бора эътироф этилган.

“Ахборот” кўрсатувини эфирга тайёрлашда асосий эътибор ёритиладиган мавзунинг муҳимлиги ва долзарблилигига, тезкорлик, монтаж кетма-кетлиги, матн билан видеотасвирнинг уйғунлигига қаратилади. Гуруҳнинг барча ижодий ва техник ходимлари биргаликда ҳаракат қилишади. Бу ердаги ижодий жараёнларга асосан режиссёр бошчилик қилади.

Дастур тайёрлашдан олдин шу кун учун жавобгар барча ижодий ходимлар бош муҳаррир хонасига жам бўлишиб, ўз таклиф-мулоҳазалари билан ўртоқлашишади. Сўнгра тасдиқланган тартиб бўйича ҳар ким ўзига топширилган топшириқ бўйича ишга киришади. Материалларнинг барчаси соат чамаси 5-6 ларгача тайёр бўлиб кўрсатилиши керак.

¹ Эрназаров Қ. Маматова Ё. ва бошқ. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. – Т.: ЎзМУ. 2002.-346

Материаллар асосан юқори раҳбариятдан ижро учун туширилган хатлар асосида тасвирга олинади. Бундан ташқари эркин мавзуларда ҳам журналистлар қалам тебратишади.

Мавзу аниқ бўлгач, ҳафта аввалидан тайёргарлик ишлари бошлаб юборилади. Мавзунини ёритишга топшириқ олган муаллиф биринчи навбатда режиссёрга учрашади, режиссёр ўз навбатида қандай кадрларни топиб бера олиши ва яна нималарни тасвирга олиб келиши ҳусусида аниқ йўналишлар беради. Бу эса ўз навбатида ортиқча сарф-ҳаражатлар ва вақтни тежайди.

Албатта, янгилик топилигидан сўнг муаллиф уни тезкор етказаман деб, баъзан шошилганда рақамларда, фактлар келтиришда хатога йўл қўйиши мумкин. Шунинг учун муаллиф биринчи навбатда фактларни асосийлигига эътибор қаратиб, келтириладиган рақамларнинг тўғрилигини текшириб кўради, воқеаларнинг ҳаққонийлигига эътибор қаратади.

Хатлар асосида тайёрланадиган материалларда эса фактлар асосан ташкилотчилар томонидан тақдим этилади. Бу ерда хатоликлар кам учрасада, бари-бир муаллиф келтирилган фактларни бир текшириб олиши лозим. Чунки, уларда ҳам хатоликлар кетиши мумкин.

“Агарда дунёда мавжуд бўлган факт, юз берган воқеа, ҳодисалар унинг ташқи, кўзга кўриниб турган юза қатламини ташкил этса бу фактларнинг асоси, воқеа ва ҳодисаларнинг асл моҳияти, объектив қонуниятлари уларнинг кўзга кўринмайдиган ички, чуқур қатламларини ҳосил қилади, одамзод бу қатламга етиб бориш, англаши учун иккинчи бир, олдингисидан чуқурроқ билиш усули – таҳлил ва тадқиқни ишга солади”.¹

“Ахборот” бош муҳарририяти томонидан тайёрланаётган ҳар бир репортаж чуқур таҳлилдан ўтади. Аввал лавҳага бириктирилган муҳаррир, сўнг бош муҳаррир ўринбосари, кейин барча раҳбарият кўздан кечириб олади. Шубҳали маълумотлар бўлса бирдан кўрик тўхтатилиб, режиссёр уни қайта эшиттиради. Маълумот яна бир бор текшириб кўрилганидан сўнг

¹ М.Худойкулов. Журналистика ва публицистика. (Ўқув қўлланма) Т.: “Университет” нашриёти 2008 йил (141-бет)

эфирга узатилади. Бундан ташқари ҳар бир ахборот юқори савияда бўлишига, ёритилаётган мавзуга ҳолисона ёндошилишига, тезкорлик ва бирхилликдан қочишга аълоҳида эътибор қаратилади.

“Материал ёзишда журналист асосан бешта босқичдан ўтиши керак. Улар қуйидагилардан иборат:

- биринчи босқич – материални нима билан тўлдиришни тасаввур этиш;
- иккинчи босқич - фактлар тўплаш;
- учинчи босқич – фактларни анализ қилиш ва материал планини тузиш;
- тўртинчи босқич – барча билганларни қоғозга (наброска) тушириш;
- бешинчи босқич – текстни қайта таҳрир қилиш ва қайта ишлаш;

Журналистларнинг юқоридаги этапларнинг бирида ишни яхши ташкил этмаса қийинчиликлар вужудга келиши мумкин. Бундай вазиятларда ишни қайтадан бошлаш орқали яхши натижага эришиш мумкин”¹.

Бир қарашда оддий кўрингани билан бу тажрибани “Ахборот” бош муҳарририятининг деярли барча ижодкорларида кузатиш мумкин. Кўрсатув мухбирлари кўпинча шу йўсинда лавҳалар тайёрланади.

Материал кўрикдан ўтганидан сўнг гуруҳ аъзолари йиғилиб, улардаги ютуқ ва йўл қўйилган камчиликларни муҳокама этадилар ва ўз навбатида энг яхшилари рағбатлантириб, арзигулик тажрибаларни оммавийлаштиришга ҳаракат қиладилар.

Бундан ташқари эфирга узатилган энг яхши материаллар бош муҳарририят қошида тузилган Бадий Кенгаш йиғилишида муҳокамадан ўтказилиб, журналистлар учун таъсис этилган турли мукофотларга ва телерадиокомпаниянинг совринларига тавсия этилади. Шу ўринда дастур ижодкорларининг ҳар йили бир қатор номинацияларда мукофотларни қўлга киритганликлари эътиборга молик.

Олимлардан бири: “Ҳар қандай ахборот билим эмас ва ҳар қандай билим ахборот бўлолмайди”¹ - дея тариф беради. Кўпчилик экспертларнинг

¹ М.Ф.Мэллет Справочник для журналистов стран центральной и восточной Европы М.:1998 «Права человека» нашриёти .21-б.

фикрича, олдиндан маълум бўлмаган бирор нарса, ходиса ҳақидаги ҳар қандай хабар ахборот, деб аталади. Мазкур тавсифни, бизнинг фикримизча, ахборот, фактлар ҳақидаги хабардангана иборат бўлиб қолмай, инсон ички эҳтиёжи бўлмиш мулоқотни таъминловчи алоқа қилиш амалий ва фикр алмашиш жараёни ҳамдир.

Кўрсатув ижодкорлари томонидан тайёрланган репортажларда тезкорлик биринчи ўринда турсада, факт ва далиллардан асосли ўз ўрнида фойдаланишга асосий эътибор қаратилади. Бу ўринда дастур таъсирчанлигини таъминлашда аввало берилаётган ахборотлар фойдалилик даражасига қараб сараланар экан.

Маълумки, тингловчи ва томошабин биринчи навбатда воқеа содир бўлган жой ва унинг иштирокчиларига эътибор қаратади. Фактларни тўплашнинг яна бир усули – хабардор одамлар билан суҳбатлар ўтказишдир. Воқеанинг бевосита иштирокчисига айланган киши мухбирга бўлиб ўтган ходисани айтиб бера олади. Мухбир олган ахборотларидан фойдаланиб, эҳтимол, айрим сўзларни цитата сифатида келтириши ҳам мумкиндир.

“Телеэкран тили радиога нисбатан ихчамроқ, лўндароқ бўлади. Телесюжет учун сценарий ёзаётганимизда ҳар гал ортиқча сўзларни ўчирамиз, қайта ўқиб чиқиб, яна ўчирамиз. Яна ва яна... Охири сўзларнинг энг қаймоғини қолдирамиз. Видеокатор асосий ахборот берувчи тасвирлардир. Телерепортёр кўпинча воқеа бўлаётган жойнинг номини айтмаслиги, бунинг ўрнига жой номи ёзилган йўл кўрсаткични ёки фирма ёки заводнинг вивескаси – лавҳасини кўрсатиши мумкин. Телевидениеда сўзлар ўрнига кадрлардан, график тасвирлар ва тимсоллардан ва бошқа турли воситалардан фойдаланиш мумкин”.²

“Ахборот” кўрсатувида воқеаларни қисқа ва лўнда, ихчам тайёрлашда ва уни барча жиҳатлари билан қамраб олинишига асосий эътибор

¹ Афанасьев В.Г. Информация как ресурс управления // Кибернетика. Становление информатики. — М.1986.- 157 б.

² Фихтелиус Э. Радио ва телевидение журналистикаси асослари. –Тошкент, Шарқ, 2002. б.119

каратилади. Чунки, улар улкан ва мураккаб ходисаларнинг баёнини бир неча дақиқалар ичида бериб улгуришлари, баъзан турли жойларда содир бўлган бир хил мавзудаги воқеаларни бир 3-4 дақиқа ичига сиғдириб эфирга узатилади. Бу ўринда муаллиф фактларнинг энг сараларини териб хронологик жойлаштиради. Бу ўринда ёзилган матн тилининг ҳаммага тушунарли ва фактларнинг қайтарилмаслигига асосий эътибор қаратилади.

Мухарририятда ижодкорларнинг яна бир ютуғи бу албатта барча нарсадан хабардор бўлишларида, ўз маҳоратларини доимий равишда ошириб боришларида десак, хато қилмаган бўламиз. Чунки, республика учун ахборот тайёрлаш, кўрсатув олиб бориш муаян қобилият, маҳоратни ва масъулиятни талаб этади. Журналист нафақат қалами ўткир, сезгир ва зийрак бўлиши, шу билан бирга замон билан ҳамнафас бориши, ижтимоий-сиёсий жиҳатдан етук ва иқтисодий билимларни чуқур эгаллаган бўлиши керак. Масалан, режиссуранинг сўнги ютуқларини билмасдан, ахборот технологияларидан фойдаланмасдан яхши репортаж тайёрлаш қийин.

Кўрсатувни тайёрлаш жараёнида режиссура ёрдамида турли компьютер графикалари, жадваллардан фойдаланиш, мавзуга мос равишда мусиқа танлаш, интершумларни ўз ўрнида қўллай олиш, ахборот технологияларидан матнда фойдаланиш жуда муҳим саналади.

Бугунги кунда “Ахборот” дастурининг янада жозибadorлигини таъминлаш учун муаллифлар мавзу моҳиятини очиб бериш мақсадида суҳбат жанрига ҳам мурожаат этишлари кам бўлсада учраб турибди. Бу жанр илгарилари “Таҳлилнома” дастурида кўп марта қўлланилар эди. Лекин сўнгги йилларда бу тасирчан элементга эътибор анча сусайганини кузатдим. Бу унчалик кўп меҳнат талаб қилинмайдиган ва мураккаб бўлмаган жанрни тиклаш фойдадан холи бўлмайди. Чунки, студиядаги баҳс-мунозаралар телетомошабинларга ҳам бир томондан қизиқ, иккинчи томондан эса мутахассис мавзунги тўлиқлигича очиб бера олади.

Албатта, буни маромига етказиш учун муаллиф телебошловчилик санъатини пухта эгаллаган бўлиши, факт ва деталларни ўз ўрнида қўллай

олиши керак. Шунинг учун кўрсатув ижодкорлари телерадиокомпаниянинг дикторларидан доимий равишда ўз тажриба ва малакаларини ошириб боришар экан.

Америкалик журналист таъкидлаганидек: “Журналист табиатан оғир инсон бўлади. Мен бошқаларнинг нолишидан чарчадим. Мен хаттоки ўзимни ичимдаги ички курашдан чарчадим. Лекин факт, фактligича қолади: тажриба тўплаган бўлсамда ёзиш мен учун ҳамон мураккаб жараёнligича қолмоқда, чунки йиллар ўтиб ўзимни ёзишимга қўядиган талабим ҳам ортиб бормоқда. Тўғри вақт ўтиб сиз тўплаган тажриба билан редакторнинг ҳам ишини қила оласиз, бироқ мен аминманки ёзишни сиз ҳеч қачон мукаммал ўргана олмайсиз”.¹

Дарҳақиқат, ҳар гал материал ёзишга ўтирганида ижодкор, хаттоки энг профессионал журналист ҳам ушбу жараёни бошидан ўтказганликларини таъкидлашади. Журналистиканинг ўзига ҳослиги ҳам балки шундадир. Зеро, журналистикани архитекторнинг ишига қиёслаш мумкин. Мустаҳкам асосга қурилган иморат узок вақт давомида хизмат қилади, аксинча сув, олди-қочди гаплардан ва чиройли иборалардан иборат бўлса-ю, асоси мустаҳкам бўлмаса у хабарни ҳар қанча чиройли уй қаби қурилган бўлсада, қулаб тушиши, яъни хотирадан тезда ўчиб кетиши муқаррар.

¹ Дон Мюррей Америка жамияти редакторлари газетаси бюллетени 1998 й.

2.2. “Ахборот” кўрсатувида сиёсий мавзуларнинг ёритишдаги муаммолар ва уларнинг ечимлари

Бугунги кун томошабини жуда талабчан, ўта зийрак ва ақллидир. Чунки улар олдида чексиз ахборот манбаалари мавжуд. Журналист доимо шуни ёдда сақлаш лозим. Аввало, муаллиф ўз услубини топиб олиши, рақамларни ҳам жойида ишлата олиши, телеэкран орқали унинг ҳар бир ҳаракати, ҳар бир сўзи эътибор билан эшитиб турилганини ҳис этиши керак. Журналист нутқи, касб маҳорати ва малакалари кундалик сюжетлар ва репортажлар давомида шаклланиб, такомилга етиб боради. “Ахборот” кўрсатуви ижодкорлари ҳам йиллар давомида ўзустиларида ишлаб тажрибалари ортиши баробарида, қайси соҳани яхши ёритишлари ҳам одинлашади. Шунинг учун кўпчилик журналистлар у ёки бу соҳага ихтисослашишади. Баъзилари барча соҳаларни бирдек яхши ёрита оладилар.

Улар томонидан кўрсатув тайёрлашда яна бир муҳим жиҳатга эътибор қаратилади, яъни ўзи кўрган, эшитган, ҳис этган воқеаларни аудиторияга етказиб бериш. Албатта, бу ўринда қайси мавзуни қандай услубдан фойдаланиб ёритишни муаллифнинг ўзи ҳал қилади. Катта муҳаррирлар фақат йўналиш беришади. Чунки, муаллиф ўзи кўрган-билагн воқеа ҳақида фақат ўзи бирор бир янгилик айта олиши, мавзуни яхши ёрита олиши мумкин. Янгиликни тайёрлаганда муаллифнинг ўзи шу воқеага аввало қизиқиши, кейин бошқаларда қизиқиш уйғота олиши мумкин. Демак, улар ахборотни маълум қилишдан ташқари, унинг эфирда талқин эта олиш санъатига ҳам эга бўлишлари лозим.

“Информация тили ва услуби ҳам ўзига хос бўлиб, ҳаётдаги факт, воқеа ва ҳодисалар ҳақида қисқа, лўнда, ёрқин ва тушунарли тилда ёзилиши лозим. Унда узундан узоқ жумлалар, фикр-мулоҳазалар, ноаниқ фикрларнинг

бўлиши асло мумкин эмас. Шунингдек, информацияда ортиқча ўхшатиш, муболаға ва бошқа адабий воситалар ишлатилмайди”.¹

“Ахборот” бош мухарририятида материаллар иложи борица тез, шу куннинг ўзида эфирга узатилади. Фақат бу ерда мавзунинг қанчалик долзарблигидан келиб чиқилади. Юрт ҳаётига олиш муҳим тадбирлар шу куннинг ўзида эфирга тайёрланади. Тележурналистнинг бошқа касб эгаларидан устун тарафи ҳам шунда, у юз берган воқеа ҳақида томошабинларга биринчилардан бўлиб хабар бера олади. Тайёрланган материал кенг аудиторияга тушунарли бўлиши учун журналистнинг ўзи воқеани яхши тушуниб олиши лозим. Ўзи мавзуни яхши англаб етсагина, у ҳақида аниқ ва рагон сўзлаб бера олади.

Шунингдек, кўрсатув ижодкорлари томонидан драматургик усуллардан, тугун, ечим ва сюжет, композицион постановка, публицистика жанрларига кўп бора мурожаат этилади. Эфирда уларнинг бевосита ривожини ва зиддиятини акс этади.

Шу билан бир қаторда муаллифлар кўпроқ кадрларни “гапиртиришга”, томошабинлар воқеани яқиндан ҳис қилишлари учун учун интершумларни (шовқин) баъзан баландлатиб ёки пастлатиб беришга интилишади. Кўрсатув ижодкорлари интервью жанрларига ҳам кўп бора мурожаат этишади. Масалан, “Жаҳон” ахборот агентлиги томонидан тақдим этилган лавҳаларнинг кўпчилиги фақат интервьюдан иборат бўлади. Кўрсатув ижодкорларининг ўзи ҳам ушбу жанрга пойтахтдан олинган интервьюлар орқали ҳам мурожаат этишади. Агарки, интервью яхши олинган ва мазмунли бўлса.

Материалларни телетомошабинларга етказишда тўғри талаффуз этиш ҳам муҳим аҳамиятга эга. Сюжетларда бир ҳил оҳангда гапириши, уни зерикарли қилиб қўяди. Қоғозга ёзилган матн сўзма-сўз ўқиб бериш ўрнига, томошабинларга жонли ҳикоя қилиб беришга ҳаракат қилиш материалларни

¹ Худойкулов М. Журналистика ва публицистика. –Тошкент, “Университет”, 2008. 141 б.

янада сифатини оширади. Масалан, кўрсатувда аввал ишлаган ижодкор Фарход Тўраевнинг овозининг ширали ва ёқимлилиги учун тайёрлаган лавҳалари ҳам анча жозибали чиқар эди. Агар шу лавҳани бошқа киши ўқиса у шунчалик тасирли бўлмаслиги ҳам кўп бора исботланган.

Кейинги йилларда “Ахборот” кўрсатувида адабиётнинг турли жанрларига мурожаат этиш кучайиб бормокда. Бадий услублар билан бойитиш, лавҳаларда насрий қофиялар, таниқли шоирларнинг икки қатор шеърларини ўқиш орқали мухлислар эътиборини тортишга ҳаракат қилиш ҳоллари кўп бор учрамокда. Фақат адабиётимизда қўлланиладиган “эскирган”, лекин ҳали ҳам фйодаланса бўладиган баъзи сўзлар муаллифлар томонидан қўлланилади. Бу ҳам бўлса бой ўзбек тилимизнинг унутилиб бораёзган жавоҳирларини қайта кашф этилишига хизмат қилмокда. Лекин, бундай ёндошув барча муаллифларда кузатилмаганлиги боис, бу борада ҳам баъзи изланишларни журналистларимиз олиб борса фойдадан холи бўлмайди. Эфир учун қизиқ-қизиқ сўзларни топиш, жонли ҳикоя қилиш, айниқса кўрсатув савиясига яхши тасир этади.

Ифодали ўқишда асосий воситалардан бири овоздир. Овоз нафас олиш билан узвий боғланади, нафас олмасдан товуш чиқариб бўлмайди, сўзлаш учун эса аввал ўпкани ҳаво билан тўлдирилади. Ҳатто, қатор сўзларни гапирганимизда ҳам, бир қисм ҳаво ўпкамизда қолади. Тўғри нафас олиш эса товушнинг ва нутқнинг жаранглаб чиқиши учун жуда зарур. Аммо, кўпинча мухбирларимиз ва бошловчиларимиз ўз нафас олишларини бошқара олмай қоладилар. Ҳансираш, нафасни пропорционал тақсимламасдан, тўлиқ чиқариб юбориб, матнда оҳанг тушиб кетиши ҳоллари кўпчиликда учраб турибди. Натижада, ҳаво етмай матнда урғулар нотўғри ишлатилади ва маъно-мазмун тамомила ўзгариб кетиши мумкин. Бир хил журналистларимизнинг нафас олишлари микрофонда жуда кўпол эшитилиб туради. Бу эса тингловчиларнинг ғашига тегишига сабаб бўлади.

Авалло, муаллифларимизда овоз кучли, жарангли, соф ва ширали бўлиши керак. Нормал овозга эга бўлмаган, хирилдоқ бўғиқ овозли

кишининг телеэкранда матн ўқиши мумкин эмас. Бу борада “Ахборот” кўрсатувида кўпроқ фаолият олиб бораётган дикторларимиз Дилдора Рустамова, Абдумўмин Ўтбосаров, Шухрат Қаюмов каби дикторларимиздан ўрганса арзигулик жиҳатлар бор. Бугунги кун бошловчиларимизда кузатилаётган нуқсонлар бартараф этса бўлади. Бунинг учун улар дикторлардан сабоқ олишлари, ўз устиларида ишлашлари талаб этилади.

Бошловчилардан Севара Турсунова, Хожиакбар Тўлаганов, Саида Давлетова, Навруз Ризаевларнинг ўқишлари анча ифодали ва жозибали эканлигини таъкидлаш ўринли. Албатта, бунга журналистлар ўз-ўзидан эришиб қолгани йўқ. Овоздаги кичик нуқсонларни кўпроқ машқ қилиш билан йўқотиш ва сезилмайдиган даражага келтириш мумкин. Овозни эҳтиёт қилиш учун маълум тартибга риоя қилиш, яъни товуш найчаларини зўриқтирмаслик, иссиқлаб туриб совуқ ҳавога чиқмаслик, қаттиқ совуқда кўчада иложи борица камроқ гапириш.

Овоз кучли, паст – баланд, ингичка – йўғон, узун – қисқа, тезлик (темп), ёқимли – ёқимсиз (тембр) каби хусусиятларга эга бўлади. Овознинг ана шу хусусиятлари ифодали ўқишга таъсир этади. Матн ўқиладиганда журналистларимиз жойлашган студияларининг катта кичиклигига, микрофоннинг жойлашувига қараб овозларини пасайтиришлари ёки баландлашлари керак.

Материалнинг мазмунига, бадиий хусусиятига қараб журналист баланд, ўртача ва паст овоз билан ўқиши мумкин. Текст фақат баланд ёки паст овоз билан ўқилса, тингловчи зеркиб қолади ва бундай ўқишдан эстетик завқ олиш қийин. Шу боисдан кези келганда овозни жойига қараб баландлаб, кези келганда пастлаб ўқиш, нутқни янада кўркем бўлишини таъминлайди.

Шунинг учун овозни паст – баландлик жиҳатдан ўртача қилиб тарбиялаш керак. Одатда нутқимиз ҳеч вақт бир хил темпда бўлмайди. Бошловчи ўз нутқининг темпини гоҳ секинлаштиради, гоҳ тезлаштиради, у ўз хоҳиши билан секин ўртача ва тез темпни танлаб олиши мумкин. Масалан,

Наврўз Ризаевда мавзу воқеаларга қараб мос ўқиш, воқеани жонли ифодалаб бериш имкониятлари кучли.

Қайси темпнинг танлаб олишни муаллиф аввало ўзи ҳал этиши лозим. Чунки, ўқиладиган матн тасирланган фикрга, воқеага ва бошқа кўпгина сабабларга боғлиқ. Овозни шакллантириш жараёнида, унинг узун – қисқалик даражасини алмаштиришни ҳам машқ қилиш лозим. Машқ қилиш йўли билангина нутқ темпи ва ритмни сеза олиш мумкин. Журналист матнни ўқишда жуда шошмаслиги, нутқ темпини бекордан-бекорга тезлатишга йўл қўймаслиги керак ва ўзи учун осойишта ва равон нутқни танлаши лозим. Муаллиф ҳар бир сўзни тўғри ва аниқ талаффуз қилиши аудиторияга янгича рух ҳам олиб киради.

Кейинги йилларда кўпгина информацион кўрсатувларда бошловчиларда баъзан шевада гапириш ҳоллари учраб турибди. Кўпинча пала-партиш, бир-бирига қовушмаган гапларни эшитиб қоламиз. Текстни тез талаффуз этилганда, айрим товушлар тушириб қолдирилади, сўзларнинг охирги товушлари “ютиб юборилади”, баъзи товушлар ноаниқ талаффуз этилади ёки бошқа товушлар билан алмаштирилади. Натижада нутқни тушуниш ва идрок қилиш қийинлашади. Бунини “Спорт” телерадиоканали томонидан тайёрланган баъзи бир информацион кўрсатувларда кузатиш мумкин.

Телевидение тили бутун мамлакат фуқаролари тилининг ривожланишига таъсир кўрсатиши мумкин. Бу эса журналистларимиздан тилида шевага аълоҳида эътибор қаратишларини талаб этади. Улар тил маданиятини сақлашлари, жонли, ширали, адабий тилда гапиришлари зарур.

“Мухбир сўз топағонлик маҳоратига эга бўлиши керак. Матн билан ишлашнинг қулай томони шуки, уни ёзиш олдидан бир неча бор овоз чиқариб ўқиб олиш керак. Бу нарса сўзларнинг семантикаси ва сюжет маъносининг яхшилаб фикрлаб олишга ёрдам беради. Вақтни белгилаб қўйишни унутманг – дастур муҳарририни ҳар бир сюжетнинг хронометражи қизиқтиради.

Радио ва телерепортёрларнинг талаффузлари ҳар хиллиги билан ажралиб туриши керак. Ҳар хил такрорлар тингловчи ва томошабинларни асабийлаштиради, жиғига тегади. Қўл остингизда синонимлар луғати бўлишини одат қилинг. Матнга ранг-баранглик киритиш маҳоратига эга бўлиш керак”.¹

Бир сўз билан айтганда “Ахборот” дастурида тўғридан-тўғри репортажлардан ташқари, қолган материалларда матн билан ишлашни, адабиётимизнинг ноёб қирраларини тадбиқ этиш, йўқолиббораётган сўзларга тез-тез мурожаат этиш, журналист ёки бошловчи албатта нутқни ўстириши, тажрибали журналистларимиздан ўрганишлари, аниқ ва рагон сўзлашлари кўрсатув жозибасини янада оширишга хизмат қилади.

¹ Фихтелиус Э. Радио ва телевидение журналистикаси асослари. Т.:Шарқ, 2002. 111-б.

III-БОБ. Информацион дастурни олиб боришда бошловчи маҳорати.

3.1. Информацион дастурни олиб боришнинг ўзига хос хусусиятлари

Давлатимиз раҳбарининг: “Ахборот қудратли куч бўлиб, у орқали халқнинг онги, маданияти, менталитетига, ҳукуматнинг ахборий, сиёсий, ижтимоий тизимига ижобий ёки салбий таъсир ўтказиш мумкин”¹ дея айтилган фикрлари бугун жуда долзарб аҳамият касб этиб бормоқда. Зеро, ахборот ва ахборот технологиялари асрида давлатлар, қитъалар ўртасидаги сиёсий, иқтисодий тўсиқларни бар-тараф этишга қодир ягона ва яхлит жаҳон ахборот майдони шакллантирилмоқда.

Агар ахборот одамларнинг диққатини тез тортадиган бўлса, у жуда муҳим янгилик ҳисобланади. Янги ахборотлар товар каби бозорларда сотилади ва баҳоланади. Ҳар қандай ахборотни тайёрлаётган журналистлар, умуман калам аҳлига бугунги давр жуда катта масъулият юкламоқда-ки, воқеа ходисалар, узгаришлар, жамиятдаги янгиланишларни ақлан ёритиш. Чунки, кўрсатувларнинг таъсирчанлиги, аввало, унда берилаётган ахборотларнинг фойдалилик даражасига боғлиқ. Ахборот ўз истеъмолчисини топар экан, у муайян қийматга эга бўлиши лозим. Ахборот ҳам даврийлик қонуниятига бўйсунди, туғилади, шаклланади, муайян даврни ўтайди ва ўз қийматини йўқотиб боради.

Бугунги кунда барча телерадиоканалларда телебошловчи тушунчасига муносабат тубдан ўзгарди. Агар авваллари телевидениеда асосан муҳаррирлар томонидан ёзиб берилган тайёр матн дикторлар томонидан ифодали ўқиб берилган бўлса, эндиликда информацион кўрсатувларда қалами ўткир, чуқур мулоҳазали, атрофлича фикрлай оладиган, сиёсий жиҳатдан етук, интеллектуал жиҳатдан бошқалардан ажралиб турадиган, ўз

¹ Каримов И.А. Ватанимиз ва халқимизга садоқат билан хизмат килиш – олий саодатдир. – Тошкент, Ўзбекистон, 2007.

сўзи билан кўрсатув савиясини кўтариб бера оладиган журналистлар жалб этилмоқда.

Чунки, телебошловчи – шу каналнинг, шу кўрсатувнинг юзи ҳисобланади ва ундан ўртак оладилар. Юксак профессионал маҳоратдан ташқари, у албатта муайян тажрибага ҳам эга бўлиши, шахсий фазилатлари, ҳулқ-атвори билан ўртак бўла олиши, ўз фикр-мулоҳазаларини ифода этишнинг вербал (оғзаки) ва невербал воситаларидан фойдалана билиши ҳам муҳимдир.

Бугунги кунда кўпчилик қайси йўналишда бўлмасин кўрсатувлардан, информацион дастурлардан иложи борица кўпроқ маълумот олишни истайдилар. Шундан келиб чиқиб, бошловчилар ўз матнларида аввало инсонларга кўпроқ фойдали маълумотларни тақдим этишлари лозим.

Шу ўринда телебошловчилик касбига қўйилаётган талаб ҳам йилдан йилга ортиб бораётгани бу борада кўпроқ изланишлар олиб боришни даврининг ўзи тақозо этмоқда. Бу ўз навбатида бошловчиларда муайян иқтидор бўлишини, ташқи кўриниш ва жисмоний тузилишига доир ҳам бир қатор хусусиятлар, профессионал сифатларни қамраб олмоқда. Бунда ижодий фаолиятга бўлган лаёқат нафақат муайян билим ва кўникмалардангина иборат бўлиши, балки уларни енгил ва осон ўзлаштирилишига ҳам боғлиқ.

Доимийлик даражаси бўйича аудитория билан бўладиган алоқаларни мунтазам, деб аташимиз мумкин. Бугунги кунда телеканаллар орасида рақобат кучайганлиги туфайли аудитория кўпинча бошловчи билан қисқа муддатли мулоқотга киришишни хоҳламоқда. Демак, агар кўрсатув бошловчиси уни бошидан қизиқтириб қўя олса, уни кўришда давом этади, агарда қизиқарсиз бўлса, у ҳолда дарров бошқа каналга ўтиб олади.

Бугунги кунда “Ахборот” кўрсатувида бошловчиларга қўйилаётган биринчи талаб бу информацияни қисқа сатрларда етказиш. Лекин, уларни имкониятларини, сўзларни қисқартириш орқали бутун матн тузилишига салбий тасир кўрсатмоқда. Бошловчи ўз фикрини тўлалигича ифодалашни учун икки қатор матн ёзилиши кифоя эмас.

Ушбу масалага айниқса, ижодий муҳит катта таъсир ўтказди. Кўрсатув муаллифлари аввало лавҳани тайёрлаб келган муаллифлар билан кўпроқ мулоқотда бўлишлари, детал топа олишлари ҳам муҳимдир.

“Малака – бу ишга доир вазифаларни бажариш ва керакли самарага эришиш учун зарур бўлган билим ва кўникмалардан иборат қобилдиядир. Ушбу тушунча замирига исталган, яъни, шарт бўлмаган ва шарт бўлган телебошловчиларнинг самарали фаолияти учун зарур сифатлар ва хусусиятлар киради. Уларга қуйидагича таснифлаш мумкин:

1. Профессионаллик – бу касб фаолияти билан боғлиқ вазифаларни бажаришда профессионал билим ва кўникмаларни тўлақонли қўллай олиш санъати;
2. Коммуникативлик – яъни, мулоқотга киришимлилик – турли мақомга эга инсонлар (томошабинлар, ходимлар, телеканал раҳбарияти, ҳамкасблар, ҳамкорлар ва бошқалар) билан самарали мулоқот қила билиш, алоқалар ўрнатиш, маълумотлар олиш ва уни қайта ишлаган ҳолда томошабинга етказишда, сўзлардан моҳирона фойдаланиш, вербал ва невербал воситаларни усталик билан қўллаш маҳоратидир. Телекоммуникация жараёнининг самараси – телебошловчилар ўзлари мўлжаллаган томошабинлар аудиториясини қанчалик яхши билишлари ва тасаввур қилишларига боғлиқ;
3. Креативлик – яъни, ижодкорлик (ҳар бир ишга ижодий ёндоша билиш қобилияти) – бу янги, бетакрор ғояларни вужудга келтира олишлик қобилиятидир. Бунда фаолиятнинг бир турида орттирилган ижодий кўникмалар бошқа турдаги фаолиятнинг автоматик муваффақиятини таъминламайди. Яъни, ҳар бир турдаги ишга креатив (ижодий) ёндашув қобилияти бўлиши керак;
4. Ташаббускорлик – янги вазифаларни зиммасига олишга тайёр туриш, профессионал вазифаларни ҳал қилишга бўлган янги ёндашувларни қўллаш қобилияти;

5. Ривожланган сезгирлик (интуиция) қобилияти – воқеалар ривожини олдиндан кўра билиш, умуман узоқни кўриш, устувор йўналишларни тўғри белгилаш, ахборот сифатини баҳолай олиш, аудитория кутган нарсани бера олиш, унинг талаб ва эҳтиёжларини яхши тушуниш ҳисси;
6. Ижтимоий мослашувчанлик – янги шароитларга тезда кўника олиш, ижобий ўзгаришларни тушуниш ва қўллаб-қувватлаш, тез ўзгараётган вазиятда самарали фаолият кўрсата олиш, доимий равишда касб маҳоратини оширишдан эринмаслик;
7. Масъулиятлилик – ўз иши, профессионал фаолиятининг маҳсулоти томошабинда уйғотган реакция учун масъулиятли бўлиш қобилияти. Билим ва ахборот телетомошабинда чақирган реакцияси учун масъулиятли бўлиш қобилияти. Билим ва ахборот телебошловчининг стратегик ресурси бўлиб хизмат қилади ва ундан оқилона, виждонан фойдаланиш учун масъулият ҳиссасини ҳар бир журналист ўзида шакллантириши лозим.
8. Стрессларга чидамлилик – шахснинг стрессни енгиб ўтиш, унинг профессионал фаолият сифатига таъсир кўрсатмаслигини таъминлаш қобилияти.

Ушбу рўйхатни яна узоқ давом эттириш мумкиндир, зеро, ҳар қандай ижодкор шахс бетакрор ва ўзининг бошқаларга ўхшамаслигини таъминлаб турувчи хислатларга эгаки, булар телетомошабиннинг ушбу шахс фаолиятига қизиқишини белгилаб туради”.¹

Кўриниб турибдики, табиати бўйича телебошловчилик касбини ижодий, бироқ ўз ичида ташкилий ишларни ҳам жамлаган касб сифатида таърифлаш мумкин. Чунки, ўз фаолиятида бошловчи камида беш-олти аъзодан иборат ижодий жамоа билан ҳамкорликда иш олиб боришига тўғри келади. Умуман олганда бошловчи касби кўпроқ ақлий меҳнат билан боғлиқ, маълумотларни онгида қайта ишлайди, таҳлил қилади, сўз бойлигини бир жойга жамлайди, кейин уни қоғозга туширади.

¹ Борецкий Р., Кузнецов Г. Журналист ТВ в кадре и за кадром – Москва, 1990

Айнанлик, лўндалик, равонлик бошловчи матнининг муваффақиятини таъминлаб берадиган асосий омиллардир. Фақат тайинли хабаргина кишини эътиборини торта олади.

Аввал тайинли нарсани ҳикоя қилиб, ундан кейин мавҳум томонга ўтиш радио ва телевидение баёни техникасининг асосий қоидаларидан бирига айланиб улгурди. Олдин муаллифлар муаммога ҳужжатли аниқликлар киритиши, кўрсатиши билан, оммани аниқ намуналар билан моҳиятига етаклаб жалб қилмоғи керак.

Агар журналист ўз баёнини мавҳумликдан бошласа, омма муаммони илғаб ололмай, унда сюжетни билишга рағбат уйғонмайди ва қўл силтаб қўя қолади. Доим масалани аниқлашдан бошлаш ва бунда тайинли томон мавҳумдан олдин юрмоғи лозим.

“Ахборот” кўрсатувини тайёрлашда журналистлар қуйидаги тажрибалардан келиб чиққан ҳолда ёзишлари маълум бўлди:

- а) Уни ёзиш олдидан бир неча бор овоз чиқариб ўқиш, сўзларнинг семантикаси ва сюжет маъносини яхшилаб фикрлаб олиш;
- б) Вақтни олдиндан белгилаб олиш ва беҳудага сарфлаб юбормаслик, белгиланган хронометраждан чиқиб кетмаслик чораларини олдиндан кўриб қўйиш;
- в) Сўзлар равон ўқиш учун овоз устида махсус машқларни бажариб бориш;
- г) Олинган тасвирлардан келиб чиқиб, мант ёзиш ва уйғунликни таъминлаш;
- д) Интершумлардан ўз ўрнида фойдалана билиш ва мавзуга мос мусиқа танлаш;
- е) Матндаги такрорлар (тафталогия)га йўл қўймаслик, сўзларнинг синонимларини топиш ёки тортинмасдан ҳамкасблардан сўраш;
- ё) Сўз бойлигини турли адабиётлар ёрдамида мунтазам ошириб бориш ва матнга ҳар доим янгилик, ранг-баранглик киритиб бориш.

“Мухбир сўз топағонлик маҳоратига эга бўлиши керак. Матн билан ишлашнинг қулай томони шуки, уни ёзиш олдидан бир неча бор овоз чиқариб ўқиб олиш керак. Бу нарса сўзларнинг семантикаси ва сюжет

маъносининг яхшилаб фикрлаб олишга ёрдам беради. Вақтни белгилаб кўйишни унутманг – дастур муҳарририни ҳар бир сюжетнинг хронометражи қизиқтиради.

Радио ва телерепортёрларнинг талаффузлари ҳар хиллиги билан ажралиб туриши керак. Ҳар хил такрорлар тинловчи ва томошабинларни асабийлаштиради, жиғига тегади. Қўл остингизда синонимий луғат бўлишини одат қилинг. Матнга ранг-баранглик киритиш маҳоратига эга бўлиш керак”.¹

Телевидение тили бутун мамлакат фуқаролари тилининг ривожланишига таъсир кўрсатар экан, бу журналистларимиздан катта масъулият, талаффузда шевага аълоҳида эътибор қаратишларини талаб этади. Улар тил маданиятини сақлашлари, жонли, ширали, адабий тилда гапиришлари зарур.

Бир сўз билан айтганда тўғридан-тўғри телеэкранга материаллар тайёрловчи журналист, бошловчи бўладими албатта нутқи равон, аниқ, таъсирли ва қизиқарли бўлиши керак. Воқеа –ходисаларни аниқ кўрсатиш ва талаффуз этишда юксак маҳорат ва жиддий тайёргарликка эга бўлиши талаб этилади.

¹ Фихтелиус Э. Радио ва телевидение журналистикаси асослари. –Тошкент, Шарқ, 2002. б.111.

3.2. Бошловчи нутқи, имиджи ва эфирни олиб бориш масъулияти

XX аср бошларида телевидение кашф қилиниши билан ахборот тарқатиш кундалик ҳаётимизнинг энг муҳим воситасига айланиб улгурди. Телеэкран орқали олинган ахборот бир вақтнинг ўзида кўриш, эшитиш стало важнейшим средством распространения информации и одним из видов досуга. Телебошловчилик касбининг асосий хусусиятларидан бири бу – унинг шахсияти, аудиторияни ўзининг хабарларига ишонтира олиш қобилияти, уларни ўз маълумотларига қизиқтиришдир.

«Телевидениенинг технологик имкониятлари телетомошабинларда уч хил мулоқотни шакллантиради: “иштирок қилиш эффекти”, “диологик эффект” ва “ишончлилик эффекти”. Ушбу эффектлар туфайли телевидение инсон психологиясининг турли тоифаларига кучли таъсири ва уларни дунёқарашини шакллантириши билан аълоҳида ажралиб туради»¹.

Айнан шу мулоқотнинг аудиторияга қанчалик тасир қилиши бевосита телебошловчиларнинг имиджига боғлиқ. Хусусан, “Ахборот” бош муҳарририяти томонидан эфирга чиқадиган телебошловчиларнинг нафақат ақлий қобилиятлари, дунёқараш, балки студияда ўзини тутиши, гапириш оҳанги, телеэкран орқали мулоқотни кура олиш қобилиятига ҳам қараб сараланади. Чунки, бошловчи нафақат микрофон орқали ахборотни тақдим этувчи, балки ўзининг ақли ва ишончли гаплари билан томошабинларни эътиборини қозониши лозим бўлган шахсдир. Уни бутун мамлакат тинглайди, сўзлари инсонлар онгига кучли тасир қилиши мумкин, уларнинг қарашлари ўзгаради, дунёни ангалаш, атрофни онги идрок этишлари учун замин яратади. Демакки, шунга яраша телебошловчиликнинг ўзига яраша масъулияти ҳам бор. Шунинг учун телебошловчиларни танлашда уларнинг инсонийлик ва профессионаллик хусусиятларига қараб танлаб олишади.

¹ Гуревич П.С. Создание имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. - Москва, 1991.

“Ахборот”бош мухарририятида бошловчилар эфирга чиқишдан олдин бир нечта босқични босиб ўтишлари талаб этилади. Дастлаб, мухбир ва мухаррирлар ичидан бошловчиликка арзийдиган ходимларни танлаб олинади. Шундан сўнг улар дикторлар гуруҳи билан махсус машқларни бажарадилар, мастер классларда иштирок этадилар. Сўнгра режиссёрлардан студияда ишлашни, гапириш, кийиниш маданияти, ўзини тутиши ва аудитория билан ишлаш маҳорати бўйича махсус кўрсатмаларни оладилар. Режиссёр бошловчини тайёр бўлганлигини бош мухаррирга билдирганидан кейин, студияда ўзи ёзган мантни ўқиб беради ва мутахассислар кўригидан ўтади. Бу жараён давомида бошловчига камчиликлари кўрсатилиб, тавсиялар берилади.

“Телеэкран тили радиога нисбатан ихчамроқ, лўндароқ бўлади. Телесюжет учун сценарий ёзаётганимизда ҳар гал ортиқча сўзларни ўчирамиз, қайта ўқиб чиқиб, яна ўчирамиз. Яна ва яна... Охири сўзларнинг энг қаймоғини қолдирамиз. Видеокатор асосий ахборот берувчи тасвирлардир. Телерепортёр кўпинча воқеа бўлаётган жойнинг номини айтмаслиги, бунинг ўрнига жой номи ёзилган йўл кўрсаткични ёки фирма ёки заводнинг вивескаси – лавҳасини кўрсатиши мумкин. Телевидениеда сўзлар ўрнига кадрлардан, график тасвирлар ва тимсоллардан ва бошқа турли воситалардан фойдаланиш мумкин”.¹

Тележурналистикада матнни лўнда ва ихчам ифода этиш айниқса муҳимдир. Чунки, улар улкан ва мураккаб ходисаларнинг баёнини санокли дақиқаларда бериб улгуриши, баъзан бир неча сонияда оммага масаланинг моҳиятини етказиб беришлари керак бўлади. Бунинг учун ёзилган матн тилининг ҳаммага тушунарли ва равон бўлиши лозим.

Шунингдек, тележурналистикада кадрларни кўпроқ “гапиртиришга” эришиш жуда муҳимдир. Лекин чуқур маъноли кадрлар томошабинни чалғитиб, кадр ортидаги баёнга бефарқ бўлиб қолишидан ҳам қочиш керак.

¹ Фихтелиус Э. Радио ва телевидение журналистикаси асослари. –Тошкент, Шарқ, 2002. 6.119

Материалларни телетомошабинларга етказишда, шунингдек воқеаларни баён этиш ҳам муҳим аҳамиятга эга. Сюжетларда бир хил оҳангда гапириш унинг зерикарлигини таъминлайди. Қоғозга ёзилган матн сўзма-сўз ўқиб бериш ўрнига, томошабинларга жонли ҳикоя қилиб беришга ҳаракат қилишлик, уларнинг эътиборини тортишга хизмат қилади. Эфирда гапираётганда қизиқ-қизиқ сўзларни топиш, жонли ҳикоя қилиш, аниқса муҳимдир.

Тингловчи гапларни илғаб олиши учун сўзлар содда ва тушунарли бўлиши, изоҳталаб бўлмаслиги керак. Текстни қайтадан ёзишда муҳим факт ва гап–сўзларни қайта ёзиш мумкин, аммо, лавозим ва унвон кўрсаткичлари қисқа ва аниқ бўлиши керак.

Ифодали ўқишда асосий воситалардан бири овоздир. Овоз нафас олиш билан узвий боғланади, нафас олмасдан товуш чиқариб бўлмайди, сўзлаш учун эса аввал ўпкани ҳаво билан тўлдирилади. Ҳатто қатор сўзларни гапирганимизда ҳам, бир қисм ҳаво ўпкамизда қолади. Тўғри нафас олиш товушнинг ва нутқнинг жаранглаб чиқиши учун жуда зарур. Аммо, кўпинча мухбирларимиз ва бошловчиларимиз ўз нафас олишларини бошқара олмай қоладилар. Натижада, ҳаво етмай матнда урғулар нотўғри ишлатилади ва маъно-мазмун тамомила ўзгариб кетиши мумкин. Бир хил журналистларимизнинг нафас олишлари, микрофонда жуда кўпол эшитилиб туради. Бу эса тингловчиларнинг ғашига тегишига сабаб бўлади.

Овоз кучли жарангли соф ва ширали бўлиши керак. Нормал овозга эга бўлмаган, хирилдоқ бўғиқ овозли кишининг телеэкранда матн ўқиши мумкин эмас. Овоздаги кичик нуқсонларни кўпроқ машқ қилиш билан йўқотиш, сира бўлмаса, сезилмайдиган даражага келтириш мумкин. Овозни эҳтиёт қилиш учун маълум тартибга риоя қилиш, яъни товуш найчаларини зўриқтирмаслик, иссиқлаб туриб совуқ ҳавога чиқмаслик, қаттиқ совуқда кўчада иложи борича камроқ гапириш.

Овоз кучли, паст – баланд, ингичка – йўғон, узун – қисқа, тезлик (темп), ёқимли – ёқимсиз (тембр) каби хусусиятларга эга бўлади. Овознинг

ана шу хусусиятлари ифодали ўқишга таъсир этади. Матн ўқиладиганда журналистларимиз жойлашган студияларининг катта кичиклигига, микрофоннинг жойлашувига қараб овозларини пасайтиришлари ёки баландлашлари керак.

Материалнинг мазмунига, бадиий хусусиятига қараб журналист баланд, ўртача ва паст овоз билан ўқиши мумкин. Текс фақат балан ёки паст овоз билан ўқилса, тингловчи зеркиб қолади ва бундай ўқишдан эстетик завқ олиш қийин. Шу боисдан кези келганда овозни жойига қараб баландлаб, кези келганда пастлаб ўқиш нутқни янада кўркем бўлиши таъминлайди.

Шунинг учун овозни паст – баландлик жиҳатдан ўртача қилиб тарбиялаш керак. Одатда нутқимиз ҳеч вақт бир хил темпда бўлмайди. Бошловчи ўз нутқининг темпини гоҳ секинлаштиради, гоҳ тезлаштиради, у ўз хоҳиши билан секин ўртача ва тез темпни танлаб олиши мумкин. Қайси темпнинг танлаб олишини ўқиладиган матнда тасвирланган фикрга, воқеага ва бошқа кўпгина сабабларга боғлиқ. Овозни тараққий эттириш жараёнида, унинг узун – қисқалик даражасини алмаштиришни ҳам машқ қилиш лозим. Машқ қилиш йўли билангина нутқ темпи ва ритми сеза олиш мумкин. Журналист матнни ўқишда жуда шошмаслиги, нутқ темпини бекордан-бекорга тезлатишга йўл қўймаслиги керак ва ўзи учун осойишта ва равон темпни эгаллаши лозим.

Телебошловчи ҳар бир сўзни тўғри ва аниқ талаффуз қилиши лозим, чунки у аудиторияга бенуксон сўзлашни ўргатади ва улардан ҳар бир сўз, бўғин ва товушни тўғри ва аниқ талаффуз қилиши керак. Бунга албатта мунтазам равишда машқ қилиш орқали эришилади.

Айниқса кейинги йилларда бошловчиларимиздан баъзилари шевада гапиришлари жуда ачинарли холдир. Кўпинча пала-партиш, бир-бирига қовушмаган гапларни эшитиб қоламиз. Текстни тез талаффуз этилганда, айрим товушлар тушириб қолдирилади, сўзларнинг охириги товушлари “ютиб юборилади”, баъзи товушлар ноаниқ талаффуз этилади ёки бошқа товушлар

билан алмаштирилади. Натижада нутқни тушуниш ва идрок қилиш қийинлашади.

Демак, телевидение тили бутун мамлакат фуқаролари тилининг ривожланишига таъсир кўрсатар экан, ўз навбатида журналистларимиз тилга эътибор қилишлари, сўзларни тўғри талаффуз этишлари талаб этилади. Тил маданиятини сақлаб қолишлари, жонли, ширали, адабий тилда гапиришга кўпроқ урғу беришлари зарур.

“Мухбир сўз топағонлик маҳоратига эга бўлиши керак. Матн билан ишлашнинг қулай томони шуки, уни ёзиш олдидан бир неча бор овоз чиқариб ўқиб олиш керак. Бу нарса сўзларнинг семантикаси ва сюжет маъносининг яхшилаб фикрлаб олишга ёрдам беради. Вақтни белгилаб қўйишни унутманг – дастур муҳарририни ҳар бир сюжетнинг хронометражи қизиқтиради.

Радио ва телерепортёрларнинг талаффузлари ҳар хиллиги билан ажралиб туриши керак. Ҳар хил такрорлар тинловчи ва томошабинларни асабийлаштиради, жиғига тегади. Қўл остингизда синонимий луғат бўлишини одат қилинг. Матнга ранг-баранглик киритиш маҳоратига эга бўлиш керак”.¹

Бир сўз билан айтганда тўғридан-тўғри репортажлар, телеэкранга материаллар тайёрловчи журналист, бошловчи бўладими албатта нутқи бурро, аниқ, таъсирли ва қизиқарли бўлиши керак. Воқеа –ҳодисаларни аниқ кўрсатиш ва талаффуз этиш эса юксак маҳорат ва жиддий тайёргарликни талаб этади.

“Демак, журналист талқини ҳаётнинг ёритилаётган бир “бўлагини” воқеликдаги айнан шунга монанд ҳодисалар мезонида баҳолаш ва уларни ўзаро қиёслаш орқали ижтимоий қиймати ва аҳамиятини тайин этиш имкони ва усулидир”².

¹ Фихтелиус Э. Радио ва телевидение журналистикаси асослари. –Тошкент, Шарк, 2002. (111-б).

² Эрназаров Қ. Маматова Ё. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. – Тошкент, Ўзбекистон Миллий университети. 2002.(34-б)

Телебошловчиларни билими, иқтидори ва инсонийлик хусусиятларидан ташқари уларнинг эфирга мос ташқи кўринишларига аълоҳида эътибор қаратилади.

Бугунги телевидениенинг яна бир хусусиятларидан бири бу – телеканалларнинг кўплиги, телевизион мулоқотнинг турли усуллари ва турларининг мавжудлиги ва тележанрларнинг хилма-хиллигидадир. Ижодий муҳитнинг эркинлиги ва телекоммуникация тизимининг ривожланиши туфайли бошловчилар турли лойиҳаларни амалга оширишлари учун кенг имконият яратиб берилди. Телевизион эффектларни студиянинг ўзида бажариш, турли жадвалларни телебошловчиларнинг ёнида чиқариб бериш имконияти яратиб берилди. Хусусан, “Ахборот” бош муҳарририяти томонидан ҳам ана шундай янгиликларга кўп бора мурожаат этилади.

«Томошабинга кўпроқ бошловчининг «шахсияти, ностандартлиги, фикран бой бўлиши ва мулоқот қура олиш қобилиятига эга бўлиши ёқади. Шундай қилиб, телемулоқот ўзига хос ҳарактерга эса бўлиб, асосий рол бошловчига берилади. Шу боис чиқишимлилик қобилиятига эса бўлиши, телетомошабинлар ва телевидение ўртасида кўприк бўла олиши ва аудиторияни кўра билиши, улар кутган одам бўлиши ва хаттоки уларнинг кайфиятини хис эта олиши лозим.

Телебошловчининг яна бир муҳим хусусиятларидан бири у ўз касбини, қилаётган ишини севиши ва ундан ҳузур олиши лозим. Телебошловчи биринчи навбатда ўз имиджини яратишга профессионаллик нуқтаи назаридан ва масъулият билан ёндошмоғи керак»¹.

Ана шу каби талаблардан келиб чиққан ҳолда бугунги телебошловчилик касби Миллий Телерадиокомпания тизимида анча тараққий этаётганини кузатиш мумкин. “Ахборот” бош муҳарририятида ушбу принцип асосида ўз имиджини яратган бошловчиларидан: Севара Турсунова, Комилжон Шамсиддинов, Саида Давлетова, Нодира Турсунова,

¹ Гуревич П.С. Создание имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. - Москва, 1991.

Навруз Ризаевларни таъкидлаган бўлардим. Уларда томошабин билан мулоқот қуриш, эркин фикрларини ифода этиш қобилияти бошқаларникига караганда устунроқ. Шунинг, учун уларни мароқ билан тинглаймиз, тушунамиз ва яхши таниймиз. Уларнинг фаолиятини таҳлил қилиб, ўрганиш бугунги кунда муҳим аҳамият касб этади.

«Инсоннинг табиатан ином этилган ташқи кўрини унинг бойлигидир, фақат ундан фойдалана билиш лозим. Шахсий ҳаётида ҳам, профессионал фаолиятида ҳам бу бошловчининг муҳим жиҳатидир... Ҳеч иккиланмасдан айтган бўлардимки, чиройли инсонларга ўзига тортадиган даражадаги жозибадорли кўринишни яратиш осонроқ кечади. Чунки, кино бўладими, телевидение бўладими бизни эътиборимизни кўпроқ ташқи кўриниши жозибали инсонлар тортади ва улар бизни онгимизда кўпроқ сақланиб қолади. Психологлар кўп бора таъкидлашганидек, биз биринчи бор кўрган одамларимизнинг ўнтадан саккизтасида ташқи кўринишларининг гўзаллигига қараб баҳо берамиз»¹.

Ана шулардан келиб чиққан ҳолда телебошловчиларни ташқи кўринишларини қуйидагича тавсифлаш мумкин:

- а) Ташқи соғлом кўриниши.
- б) Юз тузилининг эфирга мос келиши.
- в) Чиройли шаклга эга сочлар.
- г) Қадди-қоматнинг текислиги ва пропорционаллиги.
- д) Оқ ва бир текисдаги тишлари.
- е) Ёқимли товуши ва дикциянинг тўғри йўлга қўйилганлиги.
- ё) Қўл ва тана ҳаракатларининг тўғрилиги, эфирга мослиги.
- ж) Воқеани тўлиқ идрок этиш учун ақлий қобилияти.
- з) Ишончни қозона олиш хусусияти.
- и) Воқеалар мос муносабат билдира олиш хусусияти.

Аслида биз телевизорни ёққанимизда экранда телебошловчиларнинг ҳар хил каналларда турлича иминд ва кўринишга эга эканлигини кўрамиз.

¹ Шепель В. М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния. - Москва, 2002.

Шунда биринчи навбатда биз уларнинг ташқи кўринишига, имиджига, юзи ва соч тузилишлари, кийими ва қўл ҳаракатларига эътибор қаратамиз. Уни эшитар эканмиз, беҳосдан айтаётган гаплари унинг ташқи кўринишига қанчалик мос келишини, воқеага қанчалик муносабат билдира олаётгани, юз ифодаларига, тана ва қўл ҳаракатларининг мослигини ўзимизча таҳлил қиламиз, атрофдагиларимиз билан таъсуротларимизбилан ўртоқлашамиз. Шунинг учун ўз навбатида телебошловчиларнинг ўзи ҳам ана жиҳатларни унутмасликлари фойдадан холи бўлмайди.

Таҳлиллар шуни кўрсаттики бугунги кун телебошловчиси аввало куйидаги хусусиятларга эга бўлишлари лозим:

Ташқи кўриниш. Бу биринчи навбатда телебошловчининг образини яратишга хизмат қилади. Унинг ташқи кўриниши аввало соғлом ва эркин юз ифодасига эга бўлиши. Чунки, телебошловчилик касби биринчи навбатда диққатни бир жойга жамлаш, соғломлик ва мимика орқали муносабат билдира олишни талаб этади. Соғлом одамнинг иши ҳам унумли эканлиги кўп бора исботланган, уларда ижодкорлик қобилияти ҳам бошқаларникидан устун. Хазил –мутойибани яхши кўрадиган инсонлар ҳам телеэкран орқали яхши мулоқот куриш хусусиятига эга бўладилар. Жисмонан соғлом бўлмаганлари эса ўз кайфияти ва рухияти билан ҳар қандай кўрсатувнинг рейтингини тушириб юборишлари мумкин.

Шунинг учун телебошловчиларнинг соғлиқларини ва уларнинг доимий равишда жисмоний чиниқишларини ва турли муаммолардан холи бўлишларини қаттиқ назоратга олиш лозим, деб ҳисоблайман. Зеро, унинг соғлом эмаслигини, кайфияти тушкунлигини экранда кўзлари, мимикаси ички тушкун аҳволини билдириб туради.

Юз тузилиши. Ушбу жиҳат барча телебошловчилар, айниқса информатсион дастурларида фаолият олиб борувчилар учун катта аҳамиятга эга. Чунки, эфир олиб борувчи йирик ва ўрта планларда берилади ва телетомошабинларнинг асосий эътибори ва диққати ҳам унга қадалган

бўлади. Шунинг учун ҳам бошловчилар танловида айниқса юз тузилишининг эфирга мослигига талаб юқори бўлади.

Соч тузилиши. Бу телебошловчи имиджининг энг асосий жиҳатларидан ҳисобланади. Чунки, яхши турмакланмаган ёки сочларнинг сийраклиги эфирда яққол кўриниб қолади. Студияда чироқлар ёқиши билан бу камчиликлар янада яққолроқ намоён бўлади. Бир хил дикторлар эфирдан олдин сочларини бўяб чиқадиладар, яна кимдир ясама соч (парик)лардан фойдаланади. “Ахборот” бош муҳарририяти асосан дикторлар ушбу усулларга кўпроқ мурожаат этишади. Бошловчиларнинг танлов асосида олинганлиги туфайли соч муаммоси уларни камроқ безовта қилади. Шундай бўлсада сочларини тартибга келтиришни ҳар доим назоратда тутадилар.

Қадди-қоматининг текислиги ва пропорционаллиги. Барча бошловчилар бирдек қадди-қомати келишган деб бўлмайди. Лекин режиссёрнинг устамонлиги туфайли бу камчиликни бартараф этиш мумкин. Масалан, студияда ўтирган бошловчи ёки диктор ўтирган стулни баландлатиб ё пастлатиб, камерани орқароққа суриб ҳам бу қоматдаги баъзи бир нуқсонларни бартараф этиш мумкиндир. Лекин, бу охирги чоратадбирлар бўлиб қолиши керак. Бошловчи доимо ўзи жисмоний машқлар ёрдамида ўз қоматини тўғри ва пропорционаллигини сақлаб туриши керак. “Ахборот” бош муҳарририятида бу масалага айниқса катта эътибор билан қаралади. Кимдир диета билан ўзини ушлаб турса, асосий қисми югуриш, футбол ўйнаш, теннис, шейпинг каби спорт турлари билан, жуда бўлмаганда дикторлар хонасида нафас йўллари очувчи махсус машқлар ёрдамида ўз қоматларини сақлаб туришга интиладилар.

Тишларнинг оқлиги ва текислиги. Бу айниқса бошловчиларга қўйиладиган қатъий талаблардан бири ҳисобланади. Агар бошловчининг милклари ёки тишлари касалланган бўлса экранда йирик планда бу яққол кўриниб туради. Оқ васоғлом тишлар бошловчининг кўрсатувни эркин олиб боришида, сўзларни тўғри талаффуз этишида ҳам муҳимдир.

Ёқимли овозга эга бўлиш. Бошловчи имиджини яратишда унинг овозининг ёқимлилиги, жарангдорлиги ҳам муҳим рол ўйнайди. Овозлари ингичка, шанғиллаган ёки дўриллаган бўлса эфирда матни ўқишлари мумкин эмас. Бошловчининг овози эшитилиши ёқимли, мулойимлиги, эгилувчанлиги, воқеаларга мос тембр танлаши, овоз ёрдамида муносабат билдира олиши ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Қўл ва тана ҳаракатларининг тўғрилиги. Бошловчининг юзи каби унинг хатти-ҳаракатлари ҳам имидж яратишда фаол иштирок этади. Хати-ҳаракатлар ҳам катта маълумот бера олади. Бошловчиликда биринчи навбатда ўз тана ҳаракатларини назоратда ушлаш, бир жойда қотиб қолмаслик, қўл ва танани бекордан бекорга ҳаракатлантормаслик, яъни ортиқча бераётган информацияга мос келмаган кескин имо-ишоралардан воз кечиш – маъноли ҳаракатланиш профессионал бошловчиликнинг асосий шартларидан ҳисобланади.

Ёрқин ақл-идрок. Билими кучли, маъноли гапирадиган ҳар қандай инсон билан гаплашиш ҳар биримиз учун марокли. Бошловчининг юқори интелектга эга бўлиши, ноанъанавий фикраши, воқеаларга жонли муносабат билдира олиши билан ахборотга телетомошабинларни қизиқтира олиши мумкин.

Ишонтира олиш қобилияти. Бу телебошловчи учун ноёб қобилият ҳисобланади. Бошловчи экран орқали бераётган хабарига ўзининг самимий муносабатини билдира олгани учун ҳам бошловчидир. Шундай экан воқеани аввало ўзи юракдан ўтказиши, қалбан ҳис этиша олиши лозим.

«Оммавий ахборот воситаларида имидж яратишнинг қуйидаги уч босқичи мавжуд:

- *биринчидан, объектга қараганда бошловчининг имиджи ҳар доим соддароқ ифода этилиши лозим;*

- *иккинчидан, аудитория ҳаёлида ушбу имидж ўз холича яшайптими,демак жўшқин образ яратилган бўлиб ва у ўзгариб туриши мумкин;*

- учинчидан, у мавжудлик ва исталганлик,идрок ва тасаввурларнинг ўртасида жойлашади.¹

Имиджнинг шаклланишининг ўзини бир нечта босқичга бўлиш мумкин:

- биринчи навбатда мулоқот олиб борадиган журналист аниқ бир мақсадга қаратилган гуруҳларни аниқлаб олиши;

-ўзи яратадиган образга мулоқотга киришадиган телетомошабинларини қизиқтира оладими ва аудитория кутган одам бўла оладими?

Оммавий ахборот воситаларида бугунги кунда муҳим бўлган ва бошловчилар томонидан қўлланиб келинаётган кундалик имиджларни қуйидагича ифодалаш мумкин:

- ўз аудиторияси тилида равон ва тушунарли гапириш маҳорати;
- уни нима қизиқтираётгани билиш;
- чуқур билим ва ўзини эркин тутати билиш.

Биз гапиришдан олдин ўйлаб оламиз ва бу ўйлаб гапирган гапимиз бошловчи матнида ифода этилмаган бўлиши ҳам мумкин. “Ахборот” бош муҳарририяти кўпинча бошловчилар ўзлари ёзган матндан чиқиб кетишлари ва аввал ўйлаб қўйган фикрлари студияда эслаб қолишлари кўп бора учраб туради. Агар фикр аҳамиятли ва маънили бўлса бу ҳам кўрсатувга ижобий таъсир этиши мумкин.

Бошловчи матнидаги кетма-кетлиги, асосланганлиги ва ишончлилиги ҳам муҳим аҳамиятга эга.

“Журналист (коммуникатор) ўзи ёки имиджмейкерлар ёрдамида қуйидаги тўртта оддий саволларга жавоб топтоғи лозим:

- *Мен профессионал сифатида нимага эришишни ҳохлаяпман?*
- *Нима қила оламан (табиатан менга шу ҳислат инъом этилган)?*
- *Мен шахс сифатида кимман (таълим-тарбия)?*
- *Керакли натижаларни қўлга киритишим учун нима қилишим керак?”²*

¹ Спиллейн М. Создайте свой имидж. - Москва, 1996.

² В.М. Шепель «Имиджеология: Секреты личного обаяния». - Москва, 2004

Телебошловчилик имиджини яратиш борасида “Ахборот” бош мухарририясида қилинаётган ишлар.

Бошловчилик касбида муваффақиятни қўлга киритишнинг асосий омили – бу аудитория эътибори ва меҳрини қозониш. Лекин, бугунги кунда барча бошловчилар ҳам мутахассислар билан иш олиб бориш имкониятига эга эмаслар. Шундай бўлсада телевиденияда эфир олиб боришда мустақил ишлаш, такдимотлар ўтказиш, телетомошабинлар эътиборини тортиш технологиясини ўзлаштириш муҳим аҳамиятга эга. Ташқи кўриниш орқали ҳам инсонлар бир-бирларига таъсир этиш имкониятлари бор.

«Ўйланган фикрларнинг теранлиги ва ўз –ўзига танқиднинг қанчалик кучли бўлса, шунчалик имидж ёрқинлик касб этиб бораверади. Бундай шахсларда ёрқин имиджни яратишга интилишни қуйидагича тавсифлаш мумкин:

- кучли ички мотиватор. Бу жиҳат уни доимо ўз-устидла ишлашга мажбур этиб туради, телеюлдуз бўлишига ҳалақит берадиган барча нарсаларни суриб ташлай олади;

- ички шахсиятига танқидий муносабатда бўлиш. Бундай инсонлар доимо ўз имиджини ўйлаб ҳаракат қиладилар. Ташқи омиллар унинг ички интилишига тасир ўтказа олмайди. Фақатгина шахсий хусусиятларини кўрсата олиш маҳорати бўлса бас, муваффақият эришга улар жуда яқин турадилар;

- ҳар бир инсондаги мавжуд иқтидорни кўрсата олиш маҳорати. Инсонларга ёқишга ҳаракат қанчалик кучли бўлса, бошловчининг тана ҳаракатлари, интеллектуал имкониятлари, информацион характеристикалари шунчалик ёрқин намоён бўлади».¹

“Ахборот” бош муҳаррити томонидан бошловчи ва дикторлар билан ишлашга доимо эътибор кучли. Кўрсатувнинг юзи, савиясини кўтариб

¹ В.М. Шепель «Имиджеология: Секреты личного обаяния». Москва, 2004.

беридан, оммавийлигини таъминлай оладиган ушбу мутахассисга талаб барчадан юқори. Кийиниши, ўзини тутиши, хатти-ҳаракатлари, талаффузи, сўзларни аниқ ўқиши доимо назоратда.

Муҳарриятнинг ўзида махсус ўқув курслар ташкил этилиб, нафақат ёшлар балки кўп йиллик эфир тажрибасига эга бўлган журналистлар ҳам машғулотларга график асосида жалб этиладилар. Дикторлар хонасида ана шундай дарсларнинг бирида тўпланган маълумотларни умумлаштириб, кўйидаги хулосаларга келдим:

Юзнинг гигиеник ҳолати. Бошловчи ва дикторлар томонидан юзларнинг текислиги, доғ ва хаттоки холларнинг ноўрин жойлашувини бартараф этишга ҳолатлари кўп бўлиб туради. Кимдир қалин упа ёрдамида, кимдир пластик жаррохлик ёрдамида ўз камчиликларини баратараф этади. Телебошловчилар юз терисини нафислиги ва текислигини сақлаб қолиш учун турли маскалардан, хаттоки оддий совуқ сувда ювишдан фойдаланишларини таъкидлашади. Чунки, косметика салонлари тез-тез кириб туриш имконияти барчада ҳам мавжуд эмас. Шунинг учун бошловчи юзининг нозик хусусиятларини ўзи назорат қилиб бориши, ўзига ёқмайдиган овқатларни емаслиги, тиббий кўриклардан ўтиб туриши талаб этилади. “Ахборот” бош муҳарририятида бошловчилар кўпинча студияда ёзилишдан олдин овқат емасликларини кузатдим. Бу ҳам қайсидир маънода кўрсатув олиб боришда нутқнинг равонлигига, юз мимикаларига тасир ўтказишини таъкидлашди.

Макияж. Нафақат аёллар балки эркак бошловчилар ҳам телетомошабинлаш эътиборини тортиш учун косметика воситаларидан фойдаланишлари лозим. Студияга барвақт кириб, керак бўлса манекенларни чақириб, тайёргарлик кўриниш эфир талабларидандир. Профессионал даражада қилинган макияжсиз камера олдида чиқиш қилиш мумкин эмас. Камера юздаги барча нуқсонларни кучайтириб кўрсата олиш имкониятига эгалигини ҳисобга олиш керак. Баъзида нотўғри қўйилган чироқ ҳам макияжни нтўғри қилинганлигини ёрқин намоиш этиши, хаттоки бошловчини бир неча йилга қаритиб юбориши мумкин. Студияга кирганда

албатта тоналъ крем, коррективка қиладиган воситалар, пудралардан фойдаланиш лозим.

Соч турмаклари. Соч турмакларини доимо тартибга келтириб юриш бу эфирда яхши имидж яратишнинг муҳим шартларидан бири ҳисобланади. Бошловчи сочларининг тузилиши, ранги ва структураси ўзининг имиджига қанчалик мослиги ва камерада қанчалик чиройли кўринишини ўз баҳолай олиши лозим. Бу ерда сочлар нафақат тўғри таралгани, балки юзига мос келиши ва уни хажман тўлдириши муҳим аҳамиятга эга. Бунинг учун барча телеканаллар учун стилистлар иш олиб боради ва бошловчи уларга эфирдан олдин доимо мурожаат этишлари фойдадан холи эмас. унинг жизненно необходима для создания хорошего имиджа на экране. Сочлари калин инсонларга мутахассислар кўпроқ геллардан фойдаланишни тавсия этишади. Бундан ташқари баъзи бошловчилар сочларига лаклар ёрдамида ҳам тўғри шакл бера оладилар. Яна бир муҳим жиҳат – бу информацион дастурлар бошловчилари дастурга монанд оддий соч турмакларидан фойдаланишлари лозим.

Кўзлари. Макияж жараёнида кўзларининг шакли ва уларнинг рангини ҳисобга олиш муҳимдир. Яшил ва кўк тенлардан камроқ фойдаланиш зарур. Бунда мутахассислар кўпроқ юмшоқ жигарранг тенлардан фойдланишни тавсия этадилар.

Кийим. Кийим танлашда бошловчи биринчи навбатда ўзи олиббораётган кўрсатувнинг жанри хусусиятларидан келиб чиқиши, студиянинг жихозланиши ва у ердаги рангларга қўшилиб кетмаслиги лозим. Кўпинча бошловчининг студияда кўп қўлланилган рангга мос кийим танлаши оқибатида кийган кийимини томошабин илғамай қолади. Ранг-баранг кийимларни кўпроқ кўнгилочар дастурларга қўлланилгани мақсадга мувофиқ бўлади. “Ахборот” кўрсатувининг информацион хусусиятларидан келиб чиқиб, кийим жиддий кўринишга эга бўлиши лозим. Агарда бошловчининг бўйин томони қисқа бўлса катта ёқали кийимларни кийиш ноўрин. Уларга асосан V- шаклидаги ёқалар кўпроқ тўғри келади.

Кийинишда ёркин рангларни танлашда ҳам ҳушёр бўлиш лозим. Жуда кўп оқ ранглар кўзга салбий тасири, қора ранглар тасвирни хиралаштириш эҳтимоли бор. Қизил ранглар контрастга тасир этиб, тасвир ўйнаб “сузиб” кетиши мумкин. Информацион дастурларда эркак бошловчиларга кўпроқ ўртача кўк, юмшоқ қора, кўкимтир кулранг ва кўкимтир жигарранг, оч яшил ранглар мос келади. Оқ кўйлақлар экранда оқ рангдаги одамга салбий тасир этиб, уларни бўздек оқарган ва қизиқарсиз қилиб қўйиши мумкин. Шу билан бир қаторда галстук танлашда ҳам кийган кийимининг рангидан келиб чиқиши лозим. Улардаги ранглар ҳам мос келиши лозим. Айниқса, қизил ва гулови каби ёркин рангларга камроқ мурожаат этиш керак.

Хатти-ҳаракатларнинг мувофиқлиги. Мутахассиларнинг таъкидлашича бошловчи имиджида қарашларининг маънолиги, хатти-ҳаракатларнинг тўғрилиги асосий ўрин тутди. Чунки мимика ва чиройли хатти-ҳаракати инсоннинг қандай табиат соҳиби эканлигидан далолат бериб туради ва уларда бошловчининг ҳиссиётлари мужассам бўлади. Зеро, бошловчи унинг хатти-ҳаракатлари ҳам маълум бир маънода ахборот ташувчи эканлигини ва улар экрандаги воқеаларни тўлдирувчиси вазифасида келишини доимо ёдда сақлаши лозим.

Бошловчи имиджини яратишда телетомошабинларда энг ёркин таъсурот қолдирадиган хусусият юз тузилишининг эфирбоплиги. Мимикалар устида иш олиб бориш, киши эътиборини тортишга интилиш ҳар бир телебошловчининг асосий эътибор қаратадиган шахсий жиҳатларидан ҳисобланади. Бир сўз билан айтганда бошловчи имиджи бир қатор мутахассисларнинг меҳнати эвазига ҳосил бўлади. Модельерлар, визажистлар, парфюмерлар, парихмахерлар шулар жумласидандир ва лекин уларни бир мутахассис боғлаб туриши, бирини бири тўлдиришини эътиборда сақлайдиган бир одам бошқариб туради. Бу мутахассис телевидениеда бош режиссёр, режиссёр, муҳаррирлар ёки бўлмаса ишини яхши биладиган оператор бўлиши ҳам мумкин. Уларни ёрдамига мурожаат этиш, маслаҳат сўраш фойдадан холи эмас.

Шундай қилиб бошловчи имиджини яратишда соғлом кўриниш, юзлари, сочлари вақадди-қоматининг чиройлийдигани, қордек оппоқ тишларнинг бир қатор ўсганлиги, ёқимли овоз ва кучли ақл-идрок, ишончни қозона билиш хусусиятининг мавжудлиги муҳим ўрин тутди. Бунинг учун эса бугунги кунда айнан шундай хусусиятларга эга бўлган, туғма бошловчиларни эфирга тайёрлаш, уларни соҳага қизиқтириш кечиктириб бўлмайдиган вазифа, деб ҳисоблайман. Чунки, бугунги кунда бошловчилик мактаби телевидениеда биров оқсатгани кўзга ташланиб қолди.

Бунинг учун телетомошабинлар ўртасида мониторинг ўтказиш, энг яхши дикторлар ва бошловчиларни улар орасидан саралаб олиб, шунга монанд кадрлар тайёрлаш, уларнинг тажрибасини ўрганиш, институтларда бошловчилик ва дикторлик мутахассисликлари бўйича махсус курслар ташкил этиш, ана шу тажрибали бошловчи ва дикторларни шартнома асосида таклиф этиш ва талабларни ўқитиш эртанги кун телевидениесининг пойдеворини қўйилишида, теледастурларнинг тасирчанлигини оширишда керакли натижаларни қўлга киритишда муҳим омил бўлади, деб ҳисоблайман.

ХУЛОСА

Хулоса ўрнида айтиш лозимки бугунги кун томошабини жуда талабчан, ўта зийрак ва ақллидир. Журналист шуни доимо ёдида сақлаши лозим. Бошловчи бўладими ёки журналист доимо аудиторияни ўйлаши, телеэкран орқали унинг ҳар бир ҳаракати, ҳар бир сўзи ўткир нигоҳлар остида кузатувга олинганини ич-ичидан ҳис этиб туриши лозим. Касб маҳорати ва малакани кундалик жараёнлар орқали, замондан орқада қолмаган ҳолда такомилига етказиб боришни бугунги даврнинг ўзи тақозо этмоқда.

“Журналистлик касбининг зиддиятли, ғалати жиҳатларидан бири – мавзуга берилиб, қизиқиб ишлаш билан бирга ахборот, воқеа мазмунини тўла очиб беришликдир. Ҳар бир инсон бирор бир воқеага ўзича қарайди, ўзича баҳолайди. Репортёр эса юз берган воқеани иложи борича ҳаққоний, холислик ва назокат билан баён қилиши, воқеага ўз баҳосини, муносабатини билдиришдан тийилиши керак”.¹

Бу ерда журналист касб вазифасини бажараётганда шахсий ҳаёт билан ижтимоий ҳаёт ўртасидаги чегарани билиши, мавзуларни холис ёритиши талаб этилмоқда.

Шунингдек, бу ерда ижодкор нафақат қалами ўткир, сезгир ва зийрак бўлиши, шу билан бирга замон билан ҳамнафас, ижтимоий-сиёсий жиҳатдан етук, турли соҳаларнинг билимдони бўлиши, касб маҳоратини ошириб бориши, воқеа ходисаларнинг моҳиятини яхши англаб етиши, аниқ ва раво сўзлаб бера олиши лозим. Кўрсатувлар тасирчанлигини ошириш учун эса буларнинг барчаси керак. Албатта, ҳар бир журналист аввало, ўз нуқтаи назарига, шахсий фикрига эга бўлиши керак.

Ахборот ва ахборот технологиялари асрида давлатлар, қитъалар ўртасидаги сиёсий, иқтисодий тўсиқларни бар-тараф этишга қодир ягона ва

¹ Фихтелиус Э. Радио ва телевидение журналистикаси асослари. –Тошкент, Шарқ, 2002. (16-б)

яхлит жаҳон ахборот майдони барпо этилмоқда. “Журналист ўз чиқишлари билан минглаб, миллионлаб омма онгига, тафаккурига таъсир ўтказди. Дунёкарашларни шакллантиради, фаолиятларни йўналтиради. Сиёсий муносабатлар ҳамда давлатлар орасидаги муҳитни ўзгартириб юборишга кодир ахборот таркатади”¹.

Бундай шароитда журналист ахбороти зиммасига ижобий ва салбий мазмундаги факт ва хабарларни мутаносиб ҳолда узатиш, воқеликни кимнингдир нуқтаи назаридан келиб чиқиб талқин этишдан қочиш вазифаси ҳам юкланади. Шу муносабат билан ОАВ ходимлари ижодида воқелик манзараларини талқин этиш, шарҳлаш муаммоси ҳам келиб чиқади. Зеро, журналист ахборотида ҳар доим муаллифнинг, муҳарририятнинг, таъсисчининг ижтимоий тажрибаси ва интилишлари ҳам ўз ифодасини топган бўлади. Шу боис айтиш мумкин, бир факт, воқеа турли сиёсий, ижтимоий йўналишдаги нашрлар томонидан турлича баҳоланиши, тушунтирилиши, шарҳланиши ҳам мумкин.

Юқорида келтирилган фикрларга таяниб шуни айтиш мумкинки “Ахборот” бош муҳарририяти кўрсатувларида таъсирчанликни ошириш, мухлислар аудиториясини янада кўпроқ жалб этиш, юксак самарадорликка эришишда қуйидаги омилларга эътибор қаратиш тавсия этилади:

биринчидан, матндаги ғализликларга барҳам бериш, сўзларни қайта такрорлашдан қочиш;

иккинчидан, ўзбек тили жуда бой тил. Эфир учун қизиқ-қизиқ сўзларни топиш, жонли ҳикоя қилиш, айтиш кўрсатув савиясига яхши таъсир этади. Матндаги мураккаб сўзлардан қочиш, содда ва аниқ, комплексларсиз қисқа сатрларда хабарларни етказиш, бой адабиётимизнинг ёрқин жанрларига мурожаат этиш, матнларда сув гаплардан, баландпарвоз гаплардан қочиш, кўпроқ деталларни ишлатиш;

¹ Дўстмуҳаммад Х. Жамият олдидаги масъулят. //Ўзбекистон матбуоти. 2006.№1.-86.

учинчидан, “Ахборот” дастурининг янада жозибадорлигини таъминлаш учун муаллифлар мавзу моҳиятини очиб беришда суҳбат жанрига ҳам кўпроқ мурожаат этишлари лозим. Бу жанр илгарилари “Таҳлилнома” дастурида кўп марта қўлланилар эди. Лекин сўнгги йилларда бунга эътибор анча сусайганини кузатдим. Студиядаги баҳс-мунозаралар телетомошабинларга ҳам бир томондан қизиқ, иккинчи томондан эса мутахассис мавзунини тўлалигича очиб бера олади;

тўртинчидан, материал тайёрлашда бир хилликдан қочиш, ноанъанавий усулларни қўллаш, пресс-релизлардаги маълумотларни қоғозга кўчириб беришдан қочиш ва энг илғор тажрибаларни ўрганиш;

бешинчидан, “Ахборот” кўрсатувини бугун ҳамма кўради ва бу орқали жамиятимиздаги муаммоларни очиб бериш, унда танқидий руҳни кучайтириш, ахборот олишнинг чекланмаган майдонини яратиш яхши самара бериши мумкин.

Тадқиқот давомида шу нарса аён бўлдики, фуқароларимиз томонидан нафақат юртимиз ҳаёти, балки халқаро майдонлардаги воқеалар бўйича материаллар тайёрлашга талаб ниҳоятда кучли. Бу борада кўп имкониятлар ҳам, моддий техник база ва тажрибали шарҳловчилар ҳам етарли, фақат ташаббус бўлса бас.

Миллий Телерадиокомпания таркибидаги информацион-таҳлилий кўрсатувлардаги ихтисослашиш масаласини яна бир кўриб чиқиш керак. Чунки, уларда фаолият юритаётган ва турли соҳалар бўйича яхши шарҳ тайёрлай оладиган тажрибали шарҳловчилар етарли бўлсада, аксарият ҳолларда, долзарб мавзулардан четлашиб кетганликларини, мустақил изланишлар олиб бормаётганликларини кўришимиз мумкин.

Телевидение тизимида турли йўналишдаги фақат шарҳловчиликка ихтисослашган устоз-шогирд мактаблари фаолиятини жонлантириш ва ёш журналистларнинг касбий маҳоратини ошириб бориш яхши самара бериши мумкин. Ва албатта уларни ҳозирданок тайёрлаб бориш ва эфирда синаб кўриш зарур. Шу билан бирга журналистларнинг касбий фаолиятини

такомиллаштириш мақсадида этика—эстетика, нутқ маданияти дарсларини ташкиллаштириш талаб этилади.

Таҳлилларни умумлаштирган ҳолда, таҳлилий дастурларнинг таъсирчанлигини янада ошириш учун ҳам куйидаги хулосаларга келдим:

1. Материалларни мавзуларга мос кадрлар билан бойитилса, хорижий экспертлар фикрлари қўшилса, шу воқеага оид архивлардан фойдаланилса телетомошабинлар аудиториясига янада яқинроқ кириб борган бўламиз.

2. Баъзи муҳим янгиликлар “Ахборот” кўрсатувида бошқа инфор­мацион дастурларга караганда кечроқ эфирга узатилади. Албатта, маълумот эскирганидан кейин унинг ахборийлик қиймати пасаяди. Бу ўринда кўрсатув муҳаррирларининг маҳорати олдинги ўринга чиқади. Яъни, бундай вазиятда муаллифнинг турли нуқтаи назарлардан ёндошиб мавзунини ёритиши, ахборотнинг қизиқарли чиқиши лозим. Иложи бори­ча кўпроқ факт ва далилларни йиғиб келиши керак. Бошловчилар ўз матнларида аввало инсонларга кўпроқ фойдали маълумотларни тақдим этишлари лозим.

3. Ҳансираш, нафасни пропорционал тақсимламасдан, тўлиқ чиқариб юбориб, матнда оҳанг тушиб кетиши холлари кўпчиликда учраб турибди. Натижада, ҳаво етмай матнда урғулар нотўғри ишлатилади ва маъно-мазмун тамомила ўзгариб кетиши мумкин. Бир хил журналистларимизнинг нафас олишлари микрофонда жуда кўпол эшитилиб туради. Бу эса тингловчиларнинг ғашига тегишига сабаб бўлади. Шунинг учун кўпроқ жисмоний машқларни бажаришга урғу берилса фойдадан холи бўлмайди.

4. Бошловчи имиджини яратишда соғлом кўриниш, юзлари, сочлари ва қадди-қоматининг чиройли­лиги, қордек оппоқ тишларнинг бир қатор ўсганлиги, ёқимли овоз ва кучли ақл-идрок, аудитория ишончини қозона олиш хусусиятига қараб танлов ўтказиш. Бугунги кунда айнан шундай хусусиятларга эга бўлган, туғма бошловчиларни эфирга тайёрлаш, уларни соҳага қизиқтириш. Бу йўналишда иқтидорли журналистлардан ёш журналистлар учун малака дарсларини йўлга қўйиш, маҳорати ва билиминини мунтазам ошириб бориш лозим.

5. Журналистларни шарҳловчиликнинг турли соҳалари бўйича ихтисослаштириш, сиёсий шарҳловчилар учун махсус тажриба мактабини яратиш ва уларга яна яна қўшимча моддий-техник база ажратиш керак.
6. Бир қолипга тушиб қолган мухбирлар фаолиятини мониторинг ёрдамида аниқлаш ва бундайларни бошқа бўлимларга ўтказиб юбориш;
7. Махсус малака ошириш курсларини ўтаган, чуқур билимга эга бўлган журналистлар ёрдамида мутахассисларни қизгин мулоқотларга, баҳс-мунозараларга таклиф этиб, улар орқали турли соҳалардаги муаммоларни очиқ ташлаш.
8. Журналистларимизни халқаро майдонда фаолият олиб боришлари ва хорижий мамлакат журналистлари билан ўзаро тажриба алмашишлари учун семинар-тренинглар ташкил этиш, хорижий мамлакатлардан тўғридан-тўғри репортажлар тайёрлаш механизминини ишлаб чиқиш кўзланган самарага эришишимизда муҳим омил бўлиши мумкин.
9. Материалларда ва бошловчи матнларида мураккаб сўзлардан қочиш, содда ва аниқ, қисқа сатрлардан иборат ва турли деталларни қамраб олган сўзлар ва жумлалардан кўпроқ фойдаланиш лозим.
10. Бошловчилар кийиниш, макияж, студияда хатти-ҳаракатларини назорат қилиш ва дикция борасида тажрибали дикторлар билан мунтазам машғулотларни йўлга қўйиш керак.
11. Интернет сайтларидаги шарҳлардан фойдаланиб, анъанавий усулдаги кўрсатувларни тайёрлашдан қочиш фойдадан холи бўлмайди.

Лекин шуни айтиб ўтиш керак инфор­мацион дастурларида кўпроқ хабар етказувчиликдан нари ўтмай қолингани ва таҳлилий мате­риаллар етишмагани боис, лавҳалар қанчалик ранг-баранг тайёрланмасин, журналистлар қанчалик самарали усулларини қўллашмасин, бари- бир секин-аста ўз аудиториясини йўқотиб бормоқда. Ҳозирги пайтда ёшлар ва катталар кўпроқ ахборотларни Интернет сайтларидан олишга интилишмоқда. Шунга яраша инфор­мацион дастурларда реклама ҳам тобора камайиб бораётганини кўришимиз мумкин. Лекин ҳали ҳам юртдошларимиз эътиборини қозониш

мумкин. Фақат тадбирвозликдан воз кечиб, энди кўпроқ урғуни қизиқарли, таҳлилий материалларга бериш керак, деб ҳисоблайман

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари, ҳукумат қарорлари ва бошқа ҳужжатлар

- 1.1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Тошкент, Ўзбекистон, 2009.
- 1.2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси Давлат телевидение ва радиозўшиттириш комитетини Ўзбекистон Давлат телерадиозўшиттириш компаниясига айлантириш тўғрисида”ги 1992 йил 7 январдаги Фармони.
- 1.3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Мустақил телерадиоканалларни ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2005 йил 8 ноябрдаги ПФ-3678- Фармони.
- 1.4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги 2005 йил 27 декабрдаги ПҚ-245- Қарори.
- 1.5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Телерадиокомпанияси тизимини техника билан комплекс қайта жиҳозлаш тўғрисида” 1997 йил 25 августда Қарори.
- 1.6. Вазирлар Маҳкамасининг “Оммавий спорт тарғиботини янада кучайтириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2003 йил 4 ноябрдаги қарори
- 1.7. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг иккинчи чақириқ Олий Мажлиснинг тўққизинчи сессиясидаги маърузасида баён этилган асосий вазифалар ва қоидаларни кенг ёритиш бўйича ташкилий-маърифий тадбирлар Дастури. – Тошкент, Ўзбекистон, 2002.
- 1.8. Тўртинчи ҳокимият. Ўзбекистон Республикасининг қонунлари, қарорлари ва бошқа ҳужжатлари тўплами. – Тошкент, Меҳнат, 2003.
- 1.9. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги принциплари ва ҳокимиятлари тўғриси”даги қонуни.Тўртинчи ҳокимият. – Тошкент, Меҳнат, 2003.

II. Ўзбекистон Республикаси Президенти Каримов И. А. асарлари

- 2.1. Каримов И.А. Янгича фикрлаш ва ишлаш – давр талаби. –Тошкент, Ўзбекистон, 1997.
- 2.2. Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир. Т.: Ўзбекистон, 2005.
- 2.3. Каримов И.А. Ватанимиз ва халқимизга садоқат билан хизмат қилиш – олий саодатдир. – Тошкент, Ўзбекистон, 2007.
- 2.4. Каримов И.А. Юксак маънавият – енгилмас куч. – Тошкент, Маънавият, 2008.
- 2.5. Каримов И.А. Ўзбекистон Конституцияси – биз учун демократик тараққиёт йўлида ва фуқаролик жамиятини барпо этишда мустаҳкам пойдевордир. –Тошкент, Ўзбекистон, 2009.
- 2.5. Каримов И. А. Асосий вазифамиз – ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. – Тошкент, Ўзбекистон, 2010.

III. Махсус адабиётлар

- 3.1. Тошалиев И. Сарлавҳа стилистикаси. – Тошкент, 1995.
- 3.2. Эрназаров Қ. Маматова Ё. ва б. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. – Тошкент, Университет, 2002.
- 3.3. Абдусатторов Р., Маҳмудова С. Оммавий ахборот воситалари тили ва услуби. – Тошкент, 2000.
- 3.4. Дўстмуҳаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил: /Монография/. – Тошкент, Янги аср авлоди, 2007
- 3.5. Дўстмуҳаммад Х. Жамият олдидаги масъулият. – Тошкент, Ўзбекистон матбуоти, 2006. №1.
- 3.6. Низомов Ф. Янгиланиш анъанаси. – Тошкент, Ўзбекистон, 2000.
- 3.7. Тошев Ф. Мухбирлик сабоқлари. – Тошкент, Тафаккур, 2009.
- 3.8. Худойкулов М. Журналистика ва публицистика. (Ўқув қўлланма) – Тошкент, Университет, 2008.

IV. Хорижий адабиётлар

- 4.1. Борецкий Р., Кузнецов Г. Журналист ТВ в кадре и за кадром – Москва, 1990.
- 4.2. Гуревич П.С. Создание имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. - Москва, 1991.
- 4.3. Зверинцев А.Б. Формирование имиджа. Коммуникационный менеджмент. - Москва, 1997.
- 4.4. Спиллейн М. Создайте свой имидж. - Москва, 1996.
- 4.5. Ворошилов В. Журналистика. Учебник. - Санкт –Петербург, 1999.
- 4.6. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям. - Москва, 2002.
- 4.7. Фихтелиус Э. Радио ва телевидение журналистикаси асослари. – Тошкент, Шарқ, 2002.
- 4.8. Чечнев Б. Информационный обмен: к разработке диалоговой концепции информатизации обвдествознания. — Украина, 1990.
- 4.9. Афанасьев В.Г. Информация как ресурс управления // Кибернетика. Становление информатики. — Москва, 1986.
- 4.10. Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы. – Пер. с англ. – Москва, Права человека, 1998.
- 4.11. Почепцов Г.Г. Паблик Рилейшнз для професионалов. – Москва, Рефл-Бук, 2000.
- 4.12. Ольшанский Д.В. Политический PR. – Москва, Питер, 2003.
- 4.13. Нестеренко Ф. ва б. Луғат –маълумотнома: Журналистика. Реклама. Паблик Рилейшнз. - Тошкент, Зарқалам, 2003.
- 4.14. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика. (Ўқув қўлланма) 2-нашр. – Москва. 2009.

V. Газета ва журналлар

- 5.1 Халқ сўзи, 2010 – 2012 йилги таҳламлари.
- 5.2 “Садо” Ўзбекистон МТРК нашри // 2010 – 2012 йилги таҳламлари.
- 5.3 “O`zbekiston matbuoti” журнали // 2010-2012 йиллардаги таҳламлари.

VI. Интернет сайтлари

6.1 [http://www. @mtrk.uz](http://www.@mtrk.uz))

6.2 <http://www.ziyonet.uz>)

6.3 [http:// window.edu.ru/](http://window.edu.ru/) window – catalog//

6.4. [http:// www.axborot.co.uz](http://www.axborot.co.uz)