

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

**ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ**

**ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ**

**ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА НАЗАРИЯСИ ВА  
АМАЛИЁТИ КАФЕДРАСИ**

**МУҲАММАДОВА ДИЛНОЗА**

**ТЕЛЕВИДЕНИЕДА ЯНГИЛИК ТАЙЁРЛАШ ВА УЗАТИШНИНГ ЎЗИГА  
ХОСЛИКЛАРИ (НТВ ВА “ЁШЛАР” ТЕЛЕКАНАЛЛАРИ ДАСТУРЛАРИ  
МИСОЛИДА)**

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

**БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ**

**“ҲИМОЯГА ТАВСИЯ ЭТИЛАДИ”**

**Халқаро журналистика назарияси  
ва амалиёти кафедраси мудирининг  
\_\_\_\_\_ ф.ф.д. Х.Дўстмухамедов  
2014 йил “26” май**

**ИЛМИЙ РАҲБАР:**

**\_\_\_\_\_ А.Каримов  
2014 йил “26” май**

**Тошкент – 2014**

## **МУНДАРИЖА**

<b>1-БОБ. ТЕЛЕВИДЕНИЕДА ЯНГИЛИКЛАР ДАСТУРЛАРИНИНГ ТУТГАН ЎРНИ ВА АҲАМИЯТИ.....</b>	<b>10</b>
1.1. Телевидениенинг ахборот тарқатиш вазифаси.....	10
1.2. Телевизион янгиликларга қўйилаётган замонавий талаблар.....	16
1.3. Телевизион янгиликлар форматлари.....	28
<b>2-БОБ. ТЕЛЕКАНАЛЛАРДАГИ ЯНГИЛИКЛАР ДАСТУРЛАРНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ.....</b>	<b>35</b>
2.1. Телеканалларида янгилик тайёрлаш ва узатишдаги замонавий ёндашувлар.....	35
2.2. “Сегодня” информацион дастурида ахборот тайёрлаш ва етказишдаги ўзига хосликлар.....	40
2.3. “Давр” информацион дастурида ахборот тайёрлаш ва етказишдаги ўзига хосликлар.....	49
<b>ХУЛОСА.....</b>	<b>60</b>
<b>Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....</b>	<b>63</b>
<b>Илова.....</b>	<b>69</b>

## КИРИШ

**Мавзунинг долзарблиги.** Бугунги глобллашув даврида бирор-бир кунни ахборотсиз, янгиликсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Ахборотга бўлган талаб борган сари ошиб боряпти. Мамлакатимиз ва жаҳонда рўй бераётган воқеа-ҳодисалар, янгилик ва ўзгаришларни оммавий ахборот воситалари орқали оламиз. Ўзбекистон Республикаси Президенти И. Каримов таъкидлаганидек: “Ҳозирги пайтда ҳаётимизни электрон ахборот воситалари, хусусан, телевидение ва радиосиз умуман тасаввур этиб бўлмайди. Бугунги кунда улар бир вақтнинг ўзида ҳам ахборот майдони, ҳам ижтимоий-сиёсий, маданий-маърифий минбар, шу билан бирга, инсонга маданий, бадиий-эстетик озиқ берадиган ва ҳордиқ чиқарадиган макон вазифасини бажармоқда, десак, хато бўлмайди<sup>1</sup>”.

Бугун оммавий ахборот воситалари орасида энг таъсирчан ва энг оммавий тур сифатида ном қозонгани шубҳасиз телевидениедир. Ўзбекистон телевидениеси орқали узатилаётган телевизион чиқишлар томошабинлари нафақат мамлакатимизда, балки кўшни давлатлар ҳамда дунёнинг исталган бурчагида топилади. Кейинги йилларда миллий телеканалларимиз сони ортди. Миллий телерадиокомпания тизимида 12 та телеканал ўз кўрсатувлари намойишини йўлга қўйди. Эътиборли томони, уларнинг аксарияти рақамли форматда эфирга чиқмоқда. Ҳозирда онлайн тизимда Ўзбекистон Миллий Телерадиокомпаниясининг “Ўзбекистон”, “Ёшлар”, “Спорт”, “Тошкент”, “Маданият ва маърифат”, “Дунё бўйлаб”, “Наво”, “Болажон” телеканаллари кўрсатувларини дунёнинг исталган бурчагидан туриб томоша қилиш имконияти яратилди.

---

<sup>1</sup> Каримов И. Юксак маънавият-енгилмас куч.- Т.: “Маънавият”, 2008.

Миллий телеканалларда берилётган кўрсатувлар орқали томошабинлар оммаси ўзлари учун керак бўлган хабар ва янгиликлардан воқиф бўлишяпти. Ахборот жанридаги чиқишларда Ўзбекистонда кечаётган жараён, олиб борилаётган кенг кўламли ислохотлар, жойлардаги ўзгаришлар хусусида сўз юритилмоқда. Мамлакат ҳаётини ёритишда “Ўзбекистон” телеканалининг “Ахборот”, “Ёшлар” телеканалининг “Давр”, “Тошкент” телеканалининг “Пойтахт”, “Спорт” телеканалининг “Хабарлар” ахборот дастурларининг алоҳида ўрни ва аҳамияти бор.

Булар орасида алоҳида ўрин тутувчи “Ёшлар” телеканалининг “Давр” ахборот дастурида мамлакатимизда рўй берган энг сўнгги ижтимоий-сиёсий, иқтисодий, маданий ва маънавий хабарлар, жаҳонда кечаётган жараёнлар, энг сўнгги воқеа-ҳодисалар ва янгиликлар бериб борилади. Бутун жаҳонда янгилик ва ахборотга бўлган эҳтиёж ортиб бораётган бир пайтда, информацион кўрсатувлар, уларга қўйилаётган талаб, янгилик тайёрлаш ва узатишдаги ўзига хосликлар, замонавий тенденциялар алоҳида аҳамият касб этмоқда. Миллий телеканалларимизнинг бош ахборот дастурларидан бири ҳисобланган “Давр” замон талаблари, ахборот тайёрлаш ва узатиш бўйича жаҳон стандартлари даражасида фаолият олиб бораётганини ўрганиш, кўтарилаётган асосий мавзулар, жанрлар, муаммолар, журналистларнинг маҳоратини илмий таҳлил этиш долзарб аҳамият касб этади. Бу борада хориж тажрибасини ўрганиш, бизга мақбул жиҳатларни амалиётга кенг татбиқ этиш, янгилик тайёрлашнинг замонавий форматларини жорийлашнинг афзаллик ва камчиликларини қайд этиш мақсадида Россия телеканаллари орасида алоҳида ўрин, мавқе ва рейтингга эга бўлган “НТВ” телеканалининг “Сегодня” информацион дастурининг бу борадаги хатти-ҳаракатларини илмий нуқтаи назардан таҳлил этиш муҳим саналади.

**Муаммонинг ўрганилганлик даражаси.** Телевизион журналистиканинг хос хусусиятлари Г.В.Кузнецов, В.Л.Цвик, А.Я.Юровский, Н.В.Вакурова,

В.В.Ворошилов, Е.В.Поберезникова, Я.П.Засурский, Е.Прохоров<sup>2</sup> каби рус олимлари асарларида тадқиқ қилинган. Шунингдек, бошқа хорижий мамлакатларда, чоп этилган китоб, мақола ва тадқиқотларда янгилик тайёрлаш назарияси, амалиётига оид айрим фикрлар кузатилади. Улар ишимизда назарий манба сифатида ўрганилди.

Мамлакатимиздаги олим ва мутахассислар А.Каримов, С.Арифханова, Ў.Ўтаев, Ю.Ҳамдамов, Ш.Ибрагимов, И.Раҳматуллаева, П.Алламбергенова, Ю.Артиқова, И.Абдухолиқов, А.Каримов<sup>3</sup> тадқиқотларида телевидение соҳасига оид турли муаммолар таҳлилга тортилган. Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг “Садо” газетасида, “Ўзбекистон матбуоти”, “Ижтимоий фикр” журналларида, “Ўзбекистон адабиёти ва санъати”, “Хуррият” ва бошқа айрим нашрларда мавзуга доир кичик мақолалар, тақризлар учрайди, холос. Н.А.Абдуазизова, М.Худойқулов, Ф.А.Мўминов, К.Т.Ирназаров, Ф.И.Мўминова, Х.Дўстмуҳаммад, Ф.П.Нестеренко, Муҳаммад ал-Бухорий, Б.А.Дўстқораев, Ш.Қудратхўжаев, Р.Муҳаммадиев, С.Умиров, К.Исмоилова, Ю.Ҳамдамов, Я.Маматова, М.Мирсоатова, О.Тошбоев, Г.Тоғаева ва бошқаларнинг<sup>4</sup> тадқиқотлари, китоблари, мақолаларида ҳам инфор­мацион чиқишларга оид айрим фикр-мулоҳазалар билдирилган. Янгиликлар тайёрлаш

---

<sup>2</sup>Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. 2-е изд. – М.: МГУ, 2004.; Кузнецов Г.В., Цвик В.Л.Юровский А.Я. Телевизионная журналистика, Изд-во МГУ, 4-е изд. М.: 2002.; Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: 1998.; Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения. – М.: Аспект Пресс, 2004. Засурский Я.П. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий, Изд-во МГУ, 2000. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики.-М.: Рип -холдинг, 2002; Ворошилов В.В. Журналистика.-М.: Спб, 1999; Кузнецова Г.В. ТВ журналистика: Критерии профессионализма-М.,Рип-холдинг, 2002.

<sup>3</sup> Каримов А. Телевидение Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 1973; Арифханова С. Телевизионная журналистика. – Т.: 2007.; Раҳматуллаева И. Телевидение ва ёшлар: кеча ва бугун. – Т.: Янги аср авлоди, 2005; Артиқова Ю.А. Ўзбекистон радиосида интерактивлик: тамойиллар, усуллар, эфирда ишлаш воситалари. Филология фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. – Т.: ЎзМУ, 2009.; Каримов А. Аудиовизуал журналистика (тележурналистика), - Т.: ЎзДЖТУ, 2012. ва бошқ.

<sup>4</sup>Абдуазизова Н. Мустақил Ўзбекистон журналистикаси тарихи. – Т.: Академия, 2007.; Абдуазизова Н. Миллий журналистика тарихи. – Т.: Шарқ, 2008.; Худойқулов М. Оммавий ахборот воситалари типологияси. – Т.: ЎзМУ, 2000.; Муҳаммад аль-Бухари. Общественные отношения и международный информационный обмен. – Т.: ТГИВ, 2001.; Дўстмуҳаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил (Монография). – Т.: Янги аср авлоди, 2007.; Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. Ўқув қўлланма. К.Т. Эрназаров умумий таҳрири остида. – Т.: ЎзМУ, 2002.; Современная журналистика. Рук. проекта Ирназаров К.Т. Авторы: Нестеренко Ф.П., Ирназаров К.Т., Маматова Я.М. – Т.: Зар қалам, 2006.; Муҳаммадиев Р. Публицистика ва унинг жанрлари. – Т.: ТошДУ, 1981.; Мўминов Ф.А. Журналистика ижтимоий институт сифатида. – Т.: Университет, 1998.; Мўминова Ф.И. Международная журналистика: теория и практика. – Т.: УМЭД–PATENT-PRESS, 2006 ва бошқ.

ва узатишнинг ўзига хосликлари миллий телеканаллардаги чиқишлар мисолида махсус ўрганилмаган. Шунинг ўзиёқ журналистика соҳасидаги мазкур илмий-назарий бўшлиқни тўлдиришга хизмат қилади.

**Тадқиқотнинг мақсади:** Телевидениеда янгилик тайёрлаш ва узатишдаги ўзига хосликларни аниқлаш, уларнинг аҳамиятини назарий асослаш, сўнгги йиллар давомида “Давр”, “Сегодня” дастурларида эфирга узатилган кўрсатувларнинг ўзига хос хусусиятларини тайин этиш, чиқишларнинг назарий тамойилларини, илмий мезонларини белгилаш, янгилик тайёрлашнинг замонавий форматларининг жараён сифатида таҳлилга тортиш, илмий умумлашмалар чиқаришдан иборат.

**Тадқиқот вазифалари.** Миллий ва жаҳон телеканалларида янгиликлар турлича услуб ва форматда ёритилади. Ишдан кўзланган асосий мақсад ва вазифаларни белгилашда ана шу жиҳатлар инобатга олинди.

- Телевидение дастурлари тизимида ахборот дастурларининг тутган ўрни, ҳажми, миқдори, эфир давомийлиги ва бошқа жиҳатлар ишда атрофлича ёритилади;
- Миллий телеканалларида эфирга узатиладиган ахборот дастурлари тизимида “Ёшлар” телеканали “Давр” ахборот дастурининг ўрни ва мавқеи ўрганилади;
- Информацион дастурларда янгилик тайёрлаш ва узатишнинг ўзига хосликлари чиқишлар орқали очиб берилади;
- Хориж телеканалларида, хусусан “Сегодня” дастурида янгилик тайёрлашнинг замонавий услуб ва форматлари тўғрисида сўз юритилади;
- Янгилик тайёрлаш ва узатишдаги ўзига хосликлар билан бир қаторда айрим камчиликлар, эътибордан четда қолаётган жиҳатлар, кўлланилмаётган усул ва форматлар борасида ҳам фикр мулоҳазалар билдирилади;

- Янгиликлар дастурларида иш олиб бораётган журналистлар маҳорати масалалари, ютуқ, камчилик, муаммолар хусусида ҳам гапирилади, муаммоларни бартараф этиш борасида таклифлар киритилади.

**Тадқиқотнинг объекти ва предмети.** “Ёшлар” телеканалининг “Давр”, “НТВ” телеканалининг “Сегодня” дастурлари тадқиқот объектини ташкил этади. Ўрни келганда қиёс учун бошқа миллий ва хориж телеканалларидан айрим мисоллар келтирилади.

Тадқиқот предмети сифатида янгиликлар дастурларини тайёрлаш ва эфирга узатишнинг ўзига хосликлари, мазмун-мундарижаси, форматлари ўрганилди.

**Тадқиқотнинг методологик ва услубий асослари.** Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, оммавий ахборот воситалари соҳасига доир Қонунлар, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримов асарларида баён этилган йўл-йўриқлар, ахборот олиш, қайта ишлаш ва тарқатиш соҳасидаги халқаро декларация, пакт, шартнома, протоколлар, шунингдек, замонавий журналистика назарияси ва амалиётига, шунингдек турдош соҳаларга доир асарлар ишнинг методологик ва назарий асосларини ташкил этади. Тадқиқот учун журналистика, социология, филология, сиёсатшунослик, санъатшунослик каби ижтимоий-гуманитар соҳалар бўйича олиб борилган илмий изланишлар, чоп этилган адабиётлар ҳам муҳим назарий манба вазифасини ўтади.

**Тадқиқот услублари.** Ишни ёзишда ўзбек ва жаҳон журналистика илмида синовдан ўтган қиёсий-типологик услубдан фойдаланилди.

**Ишнинг илмий янгилиги.** Аудиовизуал журналистиканинг муҳим бўлаги ҳисобланган тележурналистика соҳаси ўрганиш учун йирик изланиш объекти ҳисобланади. Ишда информацион дастурларнинг хусусиятлари “Давр” ва “Сегодня” дастурлари мисолида ўрганилган. Замон ўзгариши, ахборот-коммуникация технологияларининг жорий этилиши, ахборот етказишда янги услуб ва йўналишларнинг юзага келиши ахборот дастурларини янада чуқурроқ

ўрганишни талаб қилмоқда. Телевидение соҳасида қатор магистрлик ва номзодлик диссертациялари ҳимоя қилинган. Телевидениеда янгиликлар дастурларининг тутган ўрни, янгилик тайёрлаш ва эфирга узатишнинг хусусиятлари, шаклланиш қонуниятлари ва тараққиёт тамойилларининг махсус тадқиқ этилгани ушбу битирув малакавий ишининг асосий илмий янгилигидир.

**Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти.** Янгиликлар дастурларини тайёрлаш ва эфирга узатиш борасида замонавий ёндашувлар тайин этилгани, янгиликлар жанрининг хос хусусиятлари ўрганилиб, назарий умумлашмалар чиқарилгани тадқиқотнинг илмий аҳамиятини кўрсатади. Ишдаги назарий қарашлар, умумлашмалар, илмий хулосалар Ўзбекистон Миллий университети Журналистика факультети, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети Халқаро журналистика факультети, Қорақалпоқ давлат университети журналистика бўлимида таҳсил олаётган талабаларга телевизион журналистика фанини ўқитишда қўл келиши мумкин.

Илмий тадқиқотда чиқарилган умумлашма ва хулосалар бевосита журналистик амалиётдан олингани сабабли ундан тележурналистлар, мутахассислар касб маҳоратини оширишда, ёш журналистларда касбий кўникмаларни шакллантиришда фойдаланилиши мумкин.

**Натижаларнинг эълон қилинганлиги.** Ишда баён этилган илмий-назарий хулоса ва амалий тавсиялар муаллиф томонидан **2014 йил 1 май** куни Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети халқаро журналистика факультетида 3-май – Жаҳон матбуоти эркинлиги куни муносабати билан **“Замонавий масс медианинг янги тенденциялари ва долзарб муаммолар”** мавзусидаги талабаларнинг анъанавий илмий-амалий анжумани материалларидаги илмий мақолада ўз аксини топган.

**Ишнинг тузилиши ва ҳажми.** Тадқиқот иши кириш, икки асосий боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар руйхати ва иловадан иборат. БМИнинг умумий ҳажми ... бетни ташкил этади.

Биринчи бобда, телевидениеда янгиликлар дастурларининг тутган ўрни ва аҳамияти, информацион дастурлар таснифи, моҳияти ва аҳамияти, телеканаллардаги информацион дастурларнинг ўзига хос хусусиятлари, бутунжаҳон телеканалларида янгилик тайёрлаш ва узатишдаги замонавий тенденциялар ҳақида сўз юритилади.

Кейинги бобда ахборот дастурлари фаолиятида қўлланилаётган янгилик форматлари ҳақида сўз юритилиб, НТВ телеканали “Сегодня” дастури таҳлил қилиниб, “Давр” ахборот дастурининг ўзига хос хусусиятлари ўрганилади. Иш сўнгида хулоса ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати тақдим этилган.

## **I БОБ. ТЕЛЕВИДЕНИЕДА ЯНГИЛИКЛАР ДАСТУРЛАРИНИНГ ТУТГАН ЎРНИ ВА АҲАМИЯТИ**

### **1.1. ТЕЛЕВИДЕНИЕНИНГ АХБОРОТ ТАРҚАТИШ ВАЗИФАСИ**

Оммавий ахборот воситалари жамоатчилик фикрини шакллантиришда алоҳида ўринни эгаллайди. Бутун дунёда оммавий ахборот воситалари жадал ривожланмоқда. Дастлаб газета, журнал навбати билан радио, телевидение ва интернет ҳаётимизга кириб келди. Айрим олимлар телевидениенинг пайдо бўлиши бошқа ёши кекса оммавий ахборот воситаларини сиқиб чиқаради деб тахмин қилишганди. Интернет пайдо бўлганда ҳам, бошқа ОАВ ўз ўрнини энг юксак технологияларга бўшатади, дейишганди. Аммо, замон шуни кўрсатдики, аудиовизуал журналистика интернетга кўчди. Онлайн тизимда дунёни забт эта бошлади. Спутник каналлари тез тараққий этипти. Телевидение ривожланишда давом этаркан, унинг вазифалари ҳам кенгайиб, аҳамияти ошиб бормоқда.

Жаҳоннинг кўплаб мамлакатларида олиб борилган тадқиқотлар натижаси шуни кўрсатмоқдаки, телевизор 70 фоиздан ортиқ кишилар учун ахборот олишнинг асосий манбаи бўлиб хизмат қилмоқда. Бу кўрсаткич ўз-ўзидан телевизион ахборотнинг томошабинга таъсир этиш даражаси қай даражада эканини ва бунда тележурналист зиммасидаги масъулиятнинг қанчалик улкан эканлигини кўрсатади. Ўз навбатида бу масъулият узатилаётган кўрсатувларга юкланар экан, уларнинг эфирга узатилиш вақти, пайти ва маконига қараб ўзига хос тарзда намоён бўлади. Ҳар бир йўналишда тайёрланаётган кўрсатувнинг ўз ўрни ва аҳамияти бор. Кейинги йилларда ахборотга бўлган эҳтиёж айниқса ортди.

Телевидение шитоб билан ҳар бир жамият, ҳар бир жамоа, ҳар бир инсоннинг ҳаётига кириб бормоқда. Телевидениенинг мамлакатимизда ва

жаҳонда содир бўлаётган воқеа-ҳодисалар ҳақида тезкорлик билан ахборот бериши ва уларга нисбатан аҳоли фикрини холисона шакллантиришда муҳим стратегик аҳамиятга эга.

Телевидениеда ахборий жанрлар муҳим роль ўйнайди. Уларга қуйидагилар киради:

1. Видеосюжет (қисқа хабар)
2. Ҳисобот:
  - Давлат ва ҳукумат делегацияларининг ташрифи
  - Расмий ташрифлар тўғрисидаги кўрсатувлар
3. Репортаж. Репортажнинг ўзи ҳам бир нечатургабўлинади:
  - Тўғридан-тўғри репортаж
  - Репортаж-трансляция
  - Воқеали репортаж
  - Режалаштирилган (ташқил этилган) репортаж:

Режалаштирилган репортажлар одатда маълум бир мақсад билан долзарб мавзуларда ташқил этилади:

- Муаммоли репортаж
  - Репортаж - портрет
4. Интервью. Экспресс-сўров. Қаҳрамон портретини яратиш мақсадида олинадиган интервью.
  5. Сухбат.

Бизнинг давримиз айнан ахборот асрига тўғри келди. Яъни ахборот қиммат ва айни пайтда "тез эскириб", ўз кадр-қиммати, аҳамиятини йўқотадиган маҳсулотга айланадиган замонда яшайпмиз. Шундай экан, бугун ҳеч бир мамлакатни, ҳеч бир жамиятни оммавий ахборот воситаларисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Бу жабҳада телевидение, телекўрсатувлар, айниқса ахборот дастурлари ўзига хос ўрин тутди.

Тележурналистиканинг ҳар учала йўналишдаги жанрлари орасида ахборот жанрлари дастлабки йилларда жуда тез ривожланди. Янгилик топиш,

тарқатиш ва узатишда кучли рақобат муҳити вужудга келди. Агар бутун дунё ахборот хизматлари фаолиятига назар ташласак, бу яққолроқ кўзга ташланади. “Би-Би-Си”, “Си-Эн-Эн”, “Ал-Жазира” телеканаллари нима учун бутун дунёда обрў қозонди. Ахборот тайёрлаш ва тарқатиш борасида кенг кўламли рақобат юзага кела бошлаганди.

Мисол учун, жаҳоннинг етакчи телекомпанияларидан бири ҳисобланган “Ал-жазира” телеканали ахборот етказиш борасида ўз ўрнини топиб олган канал сифатида аудиторияга танилиб улгурган. 24 соат давомида ўз теледастурларини сунъий йўлдош орқали узатади. Каналнинг штаб-квартираси Қатарнинг “ДОХА” шаҳрида жойлашган бўлиб, унинг аудиторияси сони 35 миллион деб эътироф этилади. Канал дунёнинг 30 дан мамлакатда ўзининг мухбирлар бюросига эга. “Ал-Жазира” телеканали эфир орқали янгиликлар, таҳлилий кўрсатувлар, ток-шоу ва хужжатли филмлар беришга ихтисослашган.

Каналнинг бир йиллик бюджет кўрсаткичи 30 миллион АҚШ доллари миқдорида бўлиб, бу маблағ билан уларнинг араб амирлари орасида энг маърифатпарвар деб саналувчи, Қатарнинг халифаси амир Ҳамид ибн Халифа ал-Тоний таъминлаб туради. Ушбу телеканал ташкил топгандан буён мустақил равишда фаолият юритиб келади ва у ҳеч қачон Ахборот Вазирлигига бўйсунмаган. “Ал-Жазира” телеканалининг президенти Амирнинг амакиваччаси шайх Ҳамид ибн Темур ал-Тоний ҳисобланиб, ўзининг “Ҳукумат” журналига берган интервьюсида кўп йиллик иш фаолияти натижасида канал деярли барча Яқин Шарқ мамлакатлари ҳукуматларининг ғазабини бир неча бор кўзғатганини айтади. Қатар Халқаро муносабатлар Вазирлигининг хатлари маълум қилишга шу йиллар мобайнида “Ал-Жазира”нинг кўрсатувлари билан боғлиқ расмий равишда юборилган тўрт юздан ортиқ эътироз келиб тушган.

Россияда ҳам ахборотга бўлган талаб жуда юқори. “РТР”(“Россия”) телеканали мамлакатнинг бугунги кундаги энг етакчи ва машҳур телеканалидир. Канал кўрсатувларини нафақат Россияда, балки МДХ ва бошқа

хориж мамлакатларида ҳам севиб томоша қилинади. “Россия” телеканали дастурлари Россия аҳолиси ҳаётига шунақа кириб борганки, уни томоша қилиш кўпчилик учун анъанага айланган. Шу давр мобайнида канал ижодкорлари ката тажриба тўплади ва ўз дастурлари мундарижасини йилдан-йил бойитиб бормоқда.

“Вести” информацион дастури “Россия” телеканалининг асосий визит карточкаси вазифасида ўтади ва мамлакатнинг асосий ахборот дастурига айланди. Бошловчилар тўғридан-тўғри эфирда томошабинларни куннинг энг долзарб сиёсий, ижтимоий, мадани ва спорт янгиликлари билан таништиради. “Вести” дастури орқали каналнинг Россиядаги ва бутун жаҳондаги корресподентлар энг муҳим воқеалар ҳақидаги репортажларни Россиянинг барча нуқталарига етказа бошлади. Профессианал талабга жавоб берадиган, қисқа муддатда энг янги, аниқ ва қизиқарли ахборотларни етказишни мақсад қилиб қўйилган. Москва вақти билан 21:00да Узоқ Шарқ учун “Вести” ахборот дастури тўғридан-тўғри эфирда биринчи тонгги сонини эфирга узатади. Бу Узоқ Шарққа транция қилинади. “Вести” информацион дастури 24 соат давомида ахборот тарқатиш давомида асосан жонли эфир олиб боради. Дастурнинг энг катта ютуғи шундан иборат. Дастурда воқеаларни фақат мавзу жиҳатидан эмас, ахборот манбаи ва бошқаларни ҳам инобатга олиб, бир қанча рукнлар ташкил этилган: “Вести новости”, “Вести-интервью”, “Вести-ракурс”, “Вести-экономика”, “Вести-спорт”, “Вести-приволже”, “Вести-культура”, “Вести-мобильный репортёр”, “Вести погода”, “Вести-без комментариев” ва бошқалар. Шу алфозда суткасига дастурнинг ўнта сони тўғридан-тўғри бериладиган бўлди. Мисол учун, 2005 йил ноябрдан бошлаб кўрсатувнинг 11 да ва 17 да бериладиган сонларида энг долзарб молиявий хабарлар, Россия ва жаҳон бозорларининг сўнгги янгиликлари асосида “Вести. Экономика” рубрикаси берилди бошлади. Сергей Брилов, Андрей Кондрашов, Марина Ким каби бошловчиларни телевидение томошабинлари яхши танишади.

Дунё олимлари ва тадқиқотчилар томонидан янгилик – бу энг қиммат ва энг тез эскирадиган маҳсулот маҳсулот деган хулосага келишган. Телевидение орқали хабар ва янгиликлардан хабардор бўлиш ҳар бир инсон учун сув ва хаводек зарур. Янгилик инсонлар учун кундалик эҳтиёжга айланди. Маълум даражада жамиятда мавжуд бу истакни қондириш ва бунинг негизида мўмай даромад қилиш, ахборот бозорида ўз манфаатларига хизмат қилувчи ғояларни илгари суриш телевизион янгиликлар дастурларини бирламчи мақсади этиб белгиланди. Тўғрироғи, ҳар қандай давлат бугун ўз нуфузини, салоҳиятини кўйингки, у ёки бу ҳодисага муносабатини интернет билан бир қаторда айнан телевизион янгиликлар дастурлари орқали тарғиб қилишга асосий кучини ташлаган. Ахборот бозорида эса аллақачон етакчилар шаклланиб улгурди. Ахборот етказиш бобида бозори чакқон компаниялар сифатида тадқиқотчи Ф.Муҳаммаджонованинг “Интернет: хабарлар рақобатининг қизғин нуқтаси” мақоласида ахборот ва унинг жамиятимиз ҳаётида тутган ўрни тўғрисида бир қанча фикрлар айтилган ва қуйидаги жадвал келтирилган:

Дунё ахборот бозоридаги глобал телевизион янгиликлар тармоғи<sup>5</sup>.

Телетармоқ	Янгиликлар узатиш кўлами	Тили	Аудиторияси	Ташкилотчиси ёки раҳбари
Си-эн-эн	212 мамлакат	Инглиз, Испан, Турк, Немис	200 млн.дан зиёд обуначилари бор	АОЛ-Тайм Уорнер Тед Тернер
Би-би-си Уорлд	200 мамлакат	Инглиз	200 млн. обуначи	Би-би-си
Блумберг ти-ви	126 мамлакат	Инглиз, Француз Немис Итальян	200 млн. обуначи	Блумберг Эл-Пи асосчиси ва эгаси Майкл

<sup>5</sup> Муҳаммаджонова Ф. “Интернет: хабарлар рақобатининг қизғин нуқтаси”, Интернет журналистика, Т.: MRC- Tashkent, 2005

		Япон Португал Испан		Блумберг
Си-эн-би-си		Инглиз	160 млн. обуначи	Си-эн-би-си

Муаллиф ўз фикр-мулоҳазаларини билдириш жараёнида “Евроњьюс” ҳақида ҳам сўз юритади. Ахборот тайёрлаш бобида бу телехизмат қизгин нуқталарда содир бўлаётган воқеани тасвирларда тўғридан-тўғри кадр ортидаги муаллиф сўзсиз намоиш этади. Айни пайтда Ўзбекистон телеканаллари орқали эфирга узатилаётган ахборот дастурларида хориж хабарларини тайёрлашда хориж мамлакатларининг бир қанча телехизматлари манбалари қаторида “Евроњьюс” манбаларидан ҳам фойдаланади. “Вести”, “НТВ” канали хабарларидан миллий телеканалларимиз ахборот дастурлари ҳам кенг фойдаланади. Телевидениенинг ахборот тарқатиш вазифаси кундан-кун ривожланиб, кучли рақобат муҳитини юзага келтирди. Жойларда бўлаётган энг сўнгги янгиликларни топиш ва тарқатиш борасида бозор талабларидан келиб чиқиб кураш бошланди. Яъни, ахборот “товар”га айлана бошлади.

## **1.2.ТЕЛЕВИЗИОН ЯНГИЛИКЛАРГА ҚЎЙИЛАЁТГАН ЗАМОНАВИЙ ТАЛАБЛАР**

Телевизион журналистика амалиётига оид мазкур фаслда биз журналистик ахборот дастурларидаги телелавҳаларда асар қаҳрамони мавзуидаги концептуал масалаларга тўхталамиз. Телевидение назарияси ва амалиётига доир қарийб барча талабларни билганимиз ҳолда – телевизион лавҳадаги қаҳрамон, стенд-ап, синхрон-интервью, телематн тили, сўз билан тасвир уйғунлиги каби конкрет масалаларга келганда негадир оқсаймиз.

Ҳар бир ижодкор, у тележурналист бўладими ёки тасвирчими биринчи бўлиб инсоннинг улуғлигини, унинг қайтарилмас хислатларини, ўзига хослигини кўра билиши, ҳикоя қилмоқчи бўлган асл қаҳрамонини эса кўпчилик орасидан қидириб топиши ва унинг салобати, қиёфасини, ширали, образли, профессионал тил билан таърифини келтира билиши керак.

Ер юзида 7 миллиардга яқин инсон яшаётган бўлса уларнинг ҳар бири ўзининг ва фақат ўзининг юз тузилишига, кўз тўрига, овоз оҳангларига, қиёфасига, пировард натижада ўзининг қайтарилмас тақдирига эга. Айтиб бериш пайтда уларнинг орасида буюк шахслар, алпқомат қаҳрамонлар, ноёб истеъдод эгалари, моҳир актёрлар, иқтидорли ёзувчи, журналист ва бошқа касб эгалари мавжуд. Уларнинг ҳар бири ҳужжатли, бадиий-публицистик асарлар, телелавҳаларнинг қаҳрамонлари бўлишга ҳақли.

Ижодкор инсоннинг ноёб истеъдодини кўра билиши лозим. Воқеани қаҳрамонсиз баён қилиш ҳам мумкин. Лекин, қаҳрамонсиз воқеа руҳсиз тана каби жонсиздир. Ҳар бир эфир, экран асари ўзининг оригинал қаҳрамони билан, қизиқарли воқеаси, кутилмаган журналистик топилмалари билан тингловчи ва томошабинни эфир, экран олдида маҳкам ушлаб туради.

Инсон шахси нима учун қизиқиш уйғотади, деган савол пайдо бўлади. Инсон инсонга нимаси билан қизиқдир? Сабаби эса битта, у ҳам бўлса инсон ҳар доим ҳаракатда, меҳнатда, курашда, ихтиро қилишда, нималарнидир у баланд тоғми, ўзлаштирмаган қўриқ ерми уни забт этишда, хуллас - яратувчилик меҳнати билан банд.

Ҳар бир журналистик материал марказида бутун бошли ютуқ ва камчилик, қувонч ва ташвишлари билан инсон туриши лозим. Нафақат, йирик телевизион кўрсатувларда, ҳатто кичик телевизион ахборот лавҳаларида ҳам, кўтарилаётган мавзунининг тақдири орқали очишга ҳаракат қилиш керак. Журналист бир нарсани ёддан чиқармаслиги жоиз. Экрани қаршидаги томошабинни у билмайдиган янгилик, кутилмаган воқеа, фавқулодда қобилиятга эга бўлган инсон ҳамда ғайри табиий ҳодисалар қизиқтиради. Яна бир нарсани билиш жоизки, барча воқеа, ҳодиса, кашфиётлар орқасида инсон туради. Лекин, яна шуни таъкидлаш жоизки, барчага бирдек қизиқ бўлган фавқулодда воқеалар ҳар куни ҳам содир бўлавермайди, ғайри табиий ҳодисалар ҳам ҳаётда, табиатда одатда, камдан-кам учрайдиган воқеалардир. Лекин, ижодкор шуни билиши жоизки, ҳар бир инсонни доимо бошқа бир инсон, унинг ишлари, қизиқишлари, қобилияти, истеъдоди, ўрганган одати, салоҳияти, хислатлари қизиқтиради. Бу исбот талаб қилмайдиган кўҳна бир ҳақиқатдир. Шу ерда ечими унчалик осон бўлмаган бир масалага дуч келамиз.

Бир йил муқаддам ўз фаолиятини тўхтатган НТТ каналининг “Худуд” ахборот дастурининг деярли барча лавҳаларида қаҳрамон турарди. Хўш, ҳар қандай фавқулодда воқеа, табиат ҳодисасидан тортиб то оламшумул кашфиётга қадар, ахир барчасининг орқасида конкрет инсон: ихтирочи, кашфиётчи, ижодкор, унинг тақдири турибдику. Ахир бу кашфиётга эришиш унинг учун осон бўлган эмас. Кейин, оддий бир кўча йўл-транспорт ҳодисасидан тортиб, то автомобиль, авиация ёки космик кема ҳалокатига, уларни барчасининг ортида инсон фактори, унинг хатти-ҳаракати билан боғлиқ сабаб туради. ОАВнинг, асосий вазифаси инсонни тасвирлаш, уни улуғлаш билан бир пайтда

уни кадрлаш, ҳуқуқини ҳимоя қилиш, фаровон ҳаётини яратишда жонбозлик кўрсатиш ҳисобланади.

Телевизион янгиликларни тайёрлашда лавҳа қаҳрамонини топиш қийин ва бу алоҳида ёндашувга, таҳлилга, баҳс-мунозараларга, илмий тадқиқотларга сабаб бўладиган алоҳида мавзу. Қаҳрамонни танлаш ҳақиқатдан ҳам осон иш эмас. Бошқа муҳим талаблардан ташқари бу телевидениенинг талаби, унинг табиати, эстетикасига ҳам жавоб бериши керак. “Давр” ахборот дастурининг айрим сонларида ҳам бу ҳолатни баъзида учратамиз. Аммо, уларнинг таъсирчанлиги ҳамма вақт ҳам талаб даражасида бўлмагани учун, томошабин ёдида узоқ сақланиб қолмайди.

Журналистикада қарама-қарши фикрлар мувозанати ҳамيشа қизиқиш уйғотади. Журналистикада бир гап бор, у ҳам бўлса эфирга, экранга, босма матбуотга бериладиган ҳар бир воқеа ҳақида фикрлар мувозанатини албатта сақлаган ҳолда бериш лозим, яъни воқеа, ходиса тўғрисидаги ахборот албатта тўлиқ бўлиши керак. Унинг устун – “позитив” ёки камчилик – “негатив” томонлари атайлаб яшириниб қолиниши журналистик ахлоқ-одоб - этикага тўғри келмайди. Бундай ахборот – мувозанатлари сақланган объектив, ҳаққоний, тўлақонли ахборот бўлмайди. Ҳаёт фақат ижобий ёки салбий воқеалардан иборат эмас. Журналистнинг ҳаётни бузиб кўрсатишга мутлақо ҳаққи йўқ. Журналист кўпчиликни қизиқтираётган, қийнаётган мавзунини танласа ва уни ноанъанавий қизиқарли қилиб баён қилса у албатта муваффақият қозонади, мақсадига эришади.

Яна бир талаб шуки, телевизион янгиликларда битта масала, битта мавзу, битта муаммо юзасидан бири-бирига қарши, бири-бирини инкор этувчи икки хил фикр, бир нечта нуқтаи назар берилса борми, бундай фикрлар тўқнашуви сўзсиз катта қизиқиш билан қабул қилинади. Ҳақиқат баҳсларда дунёга туғилади. Лекин яна шуни айтиш лозимки, телевидение катта ва кўпмиллионли аудиторияга чиқадиган ОАВдир. Шу сабабли ҳам телевидение экрани орқали айтилган ҳар бир фикр албатта асосланган, эътирозга сабаб бўлмайдиган,

ишонarli бўлиши лозим. Зотан ҳар бир инсоннинг у ёки бу фикрини тасдиқловчи ёки инкор этувчи ўз мантиғи, ҳақиқати, асослаш усул ва услублари бўлади. Бу эса ҳаммада бир хил қизиқиш уйғотади. Журналист буни аниқ билиши ва ундан унумли фойдаланиши керак.

Халқаро журналистикада журналист асосан далил ва рақамларни берсин, воқеани у қандай содир бўлган бўлса худди шундай баён қилиб воқеа ҳақида турли фикрларни, ҳатто бир бирига қарши бўлган нуқтаи назарни берсин. Журналист шарҳдан ўзини тийсин. Хулоса ҳам қилмасин. Хулосани ўйлаб, таҳлил, мулоҳаза қилиб, факт ва рақамларни солиштириб телетомошабиннинг ўзи чиқаради. Бундай фикр жиддий ва қатъий бўлади. У телетомошабин онги-ю хотирасида узоқ сақланади. Журналист телетомошабинга ўз фикрини мажбуран сингдиришдан воз кечсин. Бу ўтмиш журналистикаси. Тўла ва объектив ахборот, маълумот олган инсон, телетомошабиннинг воқеа-ҳодисалар тўғрисида мустақил ҳукм чиқаришга тўла ҳаққи бор. Аммо, бу қоидага ҳамма телеканал ва журналистлар тўлиқ амал қилмайди.

Телевизион янгиликларни ташкил қилувчи муҳим элементлардан бири бу **стенд-ап** бўлиб уни лавҳада бўлиши мақсадга мувофиқдир. Мухбирнинг кадрга чиқиб телетомошабинларга мавзу юзасидан бевосита мурожаат қилишидир. Телевизион журналистларнинг кўпчилиги дастлаб кадрда стенд-апда пайдо бўлади. Демак, стенд-ап (**“stand-up”** инглиз тилидан таржима қилинганда “тўғри тур” деган маънони англатади) деганда – телевизион репортаж эфирга узатилаётганда, журналист кадрда туриб, сюжет мавзусига доир ахборот бериши тушунилади.

Телевизион журналистикада стенд-апга қўйиладиган асосий талаблар:

- ахборот жанрларида давомийлиги – 10-20 сониядан ошмаслиги (баъзида сюжет талабидан келиб чиқадиган истисно ҳолатлар мавжуд. Мисол учун, репортажда, тўғридан-тўғри уланишда бу талаб бузилиши мумкин).

- журналист турган фон сюжет мавзусига алоқадар бўлиши;

- қандайдир маънони англатувчи фон ҳамда томошабин билан самарали мулоқот олиб бориш учун одатда стенд-ап ўрта пландан олиниши;

- агар журналист тўғридан-тўғри эфирда бошловчи билан мулоқот қилмаётган бўлса стенд-апдан сюжет бошида фойдаланмаслик;

- репортёр стенд-ап жараёнида томошабин билан табиий мулоқот муҳитини юзага келтириши;

- журналистнинг ташқи кўриниши сюжет мавзуси ва муҳитига мос бўлиши;

- стенд-ап матни кадр ортидан ўқиладиган матндан ажралиб туриши, жумлалар такрорланмаслиги;

- кадрдаги хатти-ҳаракат етарли даражада маъноли ва табиий бўлиши шартлиги назарий манбаларда қайд этилган<sup>6</sup>.

Узоқ йиллар мобайнида у ёки бу воқеа, ҳодиса тўғрисида фақат битта фикр, битта муносабат, ягона нуқтаи назар билдиравериш объектив баҳо берувчи оқил ва одил профессионал журналистика фақат давлат, ҳукумат минбарига айланиб қолган эди. Бу давлат, ҳукумат сиёсатини тарғиб қилиши билан бир пайтда телетомошабинларни фақат бир хил фикрлашга, бир хил муносабат билдиришга, ёндошувга ўргатиб қўйган эди. Иккинчи, муқобил фикр, бугунги ҳаёт ҳақида танқидий ёки салбий фикр умуман бўлмас эди. Бу эса реал ҳаётга тўғри келмас ёки ҳаётни бирёқлама талқин қилар, бузиб кўрсатар эди. Телетомошабин реал ҳаёт ўрнига қайсидир ОАВ томонидан яратилган ҳаётнинг бир кўринишини, вариантини, тўлақонли ҳаёт эмас, қандайдир бир “ҳаётча”ни кўрар, шу ҳақида ўйлар, мушоҳада қилар, “ҳа, биз шунақа эканмиз”, деб хулоса чиқарар эди. Натижада телевидение яратган виртуал ҳаёт, реал ҳаётдан бошқа бўлиб чиқар эди. Лекин, ҳақиқий ҳаётнинг ортида катта ҳақиқат, катта фалсафа, ҳатто бизга номаълум бўлган илоҳий мантиқ ётибди. Кимдир ёки қандайдир ОАВ томонидан унинг вариантини

---

<sup>6</sup> Каримов А. Аудиовизуал журналистика(тележурналистика), Т.: 2012.- Б.37.

яратиб бўлмайди. Виртуал ҳаёт эса пировард натижада инсониятни боши берк кўчага олиб кириб қўйиши мумкин.

Стенд-ап ёки кадрда журналистнинг чиқиши (пайдо бўлиши) бу лавҳани бойтадиган, телетомошабинни воқеага бўлган ишончини оширадиган, материални муаллифлик даражасини кўтарадиган, воқеа содир бўлаётган жойда биз ҳам иштирок этаётгандек ҳис қилиш имконини берадиган репортажнинг энг муҳим қисмлардан биридир. Журналистнинг кўлида микрофон билан экранда пайдо бўлиши авваломбор, мантиқли, асосланган, ишонарли бўлиши керак. Иложи бўлса материалнинг энг қизик жойи “изюминка”сини ташкил қилиш керак. Стенд-апнинг ўз юки, мақсади, вазифаси бор. Ўз ўрнида стендапнинг сюжет бошида, сюжет ўртасида, сюжет якунида бериладиган турлари шаклланган.

Телевизион журналистлар орасида бир гап бор: журналист микрофонга “подставка”, яъни уни кадрда ушлаб, кўтариб турувчи - тиргович вазифасини бажармаслиги керак. Қўлига микрофон олган журналист репортажнинг мавзуи бўйича киши диққатини ўзига жалб қиладиган, ақлли, одамни экранга михлашга ҳаракат қилиши зарур, воқеага ўз муносабатини билдириши жоиз. Кадрда унинг кўпмиллионли телетомошабинларга айтадиган гапи, экранда кўрсатиши лозим бўлган янгилиги бўлиши керак. Яна бир гап, журналист ўзининг профессионал қуроли бўлган микрофонни ўз кўлида ушлаб туриши керак. Миллий каналларда чикувчи айрим ёш журналистлар экранда ўзини намоён қилиши учун эмас, қандайдир жўяли гап айтиш учун стендапда намоён бўлгани маъкул.

Агар журналистнинг бирон бир жиддий гапи, кўрсатадиган объекти, предмети бирон-бир нарсаси бўлмаса, унда телетомошабинда ҳақли равишда: “Нега журналист экранга чиқди?” - деган савол пайдо бўлади. Шу саволга жавоб йўқми барча хатти-ҳаракатлар зое кетади. Журналистнинг айтадиган гапи, кўрсатадиган нарсаси йўқми, бирон-бир янгилик айтолмадими, у телетомошабиннинг ғашига тегади. Ҳар бир объектда стенд-апнинг бир нечта

вариантларини яратилиши, 2-3 дубль қилиб тасвирга туширилиши керак. Уларнинг биронтаси монтаж пайтида албатта асқотади. Шу ўринда А.Каримовнинг “Аудиовизуал журналистика(тележурналистика)” китобида келтирилган таниқли амалиётчи журналист И.Абдухолиқов билан суҳбатда келтирилган мисол стендапга яққол мисол бўла олади:

“Россия телеканалы “Вести” ахборот дастурининг Яқин Шарқдаги махсус мухбири Сергей Пашковнинг Исроил Бош вазири лавозимига бўлиб ўтадиган сайловларга оид 2009 йил 9 февралда эфирга узатилган репортаждаги стендапни мисол тариқасида кўриб чиқамиз. Мухбир репортажнинг кириш қисмини кадр ортидан гапириб, сўнгра Исроил пойтахти - Тель-Авивдаги кафелардан бирида кўлида чиройли кофе қуйиб ичиладиган бокалча билан пайдо бўлди. У сайловларни демократик тарзда ўтказилишини таъкидлаб, кофе қуйиб олиш учун автомат ёнига юриб келди ва олдида турган учта чинни бокалчани камера томонга бурди. Уларнинг ҳар бирида Исроил Бош вазирлигига кўрсатилган номзодларнинг юз қиёфалари туширилган эди.

Мухбир (кадрда) - *Бу ерда кофе ичиш учун келган ҳар бир хўранда қайси сиёсий партияни қўлласа шу партия номзоди туширилган бокалчани олиб унга ўзи кофе қуйиб ичади. Айтмоқчи, ҳар бир хўранданинг бу хатти-ҳаракати видеолента тасмасига ёзиб олинмоқда. Кафеда ўрнатилган видеокамера Сиз қайси сиёсий партия номзодининг тасвири туширилган бокалчани қўлга олаётганлигини тасвирга олиб, сайлов арафасида ўтказиладиган прогноз, тахмин, башорат учун статистик маълумотларни йигиб, уларни рўйхатдан ўтказиб қўяди. Мана шундай қилиб яҳудийлар, (мухбир шу жойда камерага нигоҳ қаратиб бевосита томошабинларга мурожаат қилди) сайловчи дам олаётган, хордиқ чиқараётган пайтида ҳам қайси сиёсий партия учун овоз беришга тайёрлиги, қайси номзод кўпроқ маъқуллиги, сайловчи истаги мамлакатдаги қайси сиёсий куч томонида эканлигини олдиндан билиб уни ҳисобга олишади.*

Репортаж якунида мухбир томошабинларга мурожаат қилиб, шундай деди: **- Мен журналистман, холис, одил бўлишим керак. Қонунга биноан бирон-бир номзодни қўллаб тарғибот-ташвиқот қилишга ҳаққим йўқ.** (Журналист бу орада учта номзод тасвири туширилган чинни бокалчаларга бир хил ҳажмда кофе қуйиб, гапида давом этди.) **Шунинг учун, мени бирор партияни қўллаяпти, деб, айблашмасликлари, сайлов тартибларини бузмаслик учун ҳар биридан бир қултумдан кофе ичман,** - деб қўлида бокалчалари билан ўзи эгаллаган стол томон йўл олди. Шундан сўнг мухбир Бош вазирликка номзодларнинг қиёфалари туширилган бокалчалардан бирин-кетин бир қултумдан кофе хўплаб, шундан сўнг энди кадр ортидан: **“Тушлик пайтида сиз ҳам кафега кириб, кофе ичиб, қайси сиёсий куч, партияни қўллаб-қувватлаётганингизни намойиш этишингиз мумкин”** - деб шарҳини тугатди.

Электорат – сайловчиларнинг дахлсизлигини, уларнинг овоз бериш эркинлигини, сайлов ҳақидаги қонунларни чуқур англаган, ҳурмат қилган, электрон оммавий ахборот воситалари, айниқса, телевидениенинг кучи, кудратини яхши ҳис этган мухбир бу репортажда ўзини ниҳоятда демократик равишда, холисона, одил ва юксак профессионал журналист даражасида тутди. Репортаж авваломбор, ўзининг шакли билан киши диққатини тортади, стендап эса оригиналиги билан ажралиб туради, деб таъкидлайди И.Абдухолиқов.

Журналист кадрга чиқиш жараёнида ўзига хос имижи, образи, юзи, сиймосини яратиши лозим. Ҳар гал экранга чиққанда у қандайдир бир янгиликни айтиши, телетомошабинларни нимаси биландир ўзига тортиши, жалб қилиши, қойил қолдириши керак. Шундагина у ёдда қолади, ўз қиёфасига, имижига эга бўлади. Шунда журналист исми-шарифи қайд қилинганда кўз ўнгимизда унинг юзи, образи, қиёфаси пайдо бўлади. Чет эллик айрим журналистлар телетомошабинлар диққатини ўзига тортиш учун, кўшиқ айтишади, рақсга тушишади, турли хатти-ҳаракатлар қилишади. Мақсад битта, телетомошабинлар диққатини ўзига тортиш, телекомпания рейтингини ошириш, реклама берувчилар сонини кўпайтириш, пировард мақсад –

телекомпания бюджетига маблағ туширишни ўйлайдилар. Ахир бунда унинг ҳам ўз улуши бор. Бунда фақат маблағ, пул, моддий рағбатлантириш, кўп гонорар ишлаш ҳисси ижод биров бўлса-да, қурбонлик талаб қилади, материал сифатига бўлган талаб сусаяди.

Эътибор берилса, телевизорда айрим журналистнинг репортажи эфирга берилиши тўғрисида эълон қилинганда: “Тинч бўлинг, ҳозир хойнахой зўр материал эфирга берилади, эшитинг!” - дейишади. Диққат қилсангиз, бу гап, ҳали материал эфирга берилмасдан аввал айтилади. Кўпчилик диққати унга жалб қилинади. Бундан шундай хулоса қилса бўлади, Демак, мазкур журналист илгариги репортажлари билан телетомошабин диққат-эътиборига сазовор бўлиб улгурган. Унинг материаллари кўпчиликка маъқул бўлган. Уларнинг онги ва қалбидан жой олган, хотирасида туради. Бундай журналист савияси паст бўлган метариал тайёрламайди. Бундай журналист одатда номи чиққан журналист бўлади.

Халқ орасида ном қозониш учун, тажрибали журналистларнинг қайд қилиши бўйича, одатда уч йил керак бўлар экан. Шу сабабли, журналист одатда уч йил ўз номи учун ишлайди, кейин унинг номи бир умр унинг учун ишлайди, - дейишади. Очиғини айтиш керак, ном чиқармай ўтиб кетган журналистлар ҳам анча топилади.

Журналистнинг ҳар бир воқеа, ходиса тўғрисида ўзининг фаол нуқтаи назари бўлиши лозим. Бу нуқтаи назар реал ҳаётга асосланган, умуминсоний манфаатлардан келиб чиққан, гуманистик позицияси бўлмоғи керак. Ҳақиқий профессионал журналистда унинг позицияси, нуқтаи назари бўлиб материалларида ўзининг ифодасини топади. Ўз позициясига эга журналист шахс сифатида ҳам ўзини намоён этади. Ўз нуқтаи назари бўлмаган журналист - журналист сифатида ҳам йўқ ҳисобланади.

Журналистнинг маҳорати ҳақида матнининг образли тили, ишлатилган рамзий иборалар, матал, мақоллар, мисралардаги эҳтирос, лирик кечинмалар,

матндаги фикрлар сиқиклиги, динамизми далолат беради. Телевидение тили газета, бадий адабиёт ёки радио тилидан анча фарқ қилади. Телевидение тили одатдагидек, эга-кесими ўрнига қўйилган узундан узоқ, гаплардан ташкил топмай, балки тезисли, шарҳли, штрихли, пунктирли бўлиши керак. ТВ да узундан узоқ таърифли сўзлар ўрнига экрандаги конкрет тасвир ва унинг қисқа, лўнда, образли, поэтик изоҳи берилади ва бундай матн билан сўзлар омухтаси телетомошабинда бошқа ОАВда бериб бўлмайдиган тушунча тасаввур ҳосил қилади. Тезисли телевизион сценарий тили ҳақида тўхталиб ўтиш керак. Босма матбуот, радиодан фарқли телевидениеда катта маъно, мазмунга эга бўлган конкрет шахслардан иборат тасвир мавжуд. Матн ёзишда бу факторни ҳисобга олмаслик телевидение табиати, ўзига хослигини ҳисобга олмаслик билан тенгдир. Бу демак, телевидениега ҳам бошқа ОАВга ёзган каби ўша фақат телевидениега хос тил, услуб билан матн ёзилади. Бундай услубнинг, бундай тилнинг таъсир кучи ниҳоятда катта бўлади. Телевидение тили тезиснамо, яъни кадрда кўринмайдиган жойларини, ички кечинмаларни, шарҳ услубида қоғозга тушириш керак. Уни томошабинга журналист етказиши лозим. Кадрда бор бўлган тасвирни эса сўз билан ифодаламай тавсифлаш, шарҳлаш лозим. Тасвир интершовқин, сўзлар билан омухта бўлиб янги телевизион образ яратади. Мана бундай таъсирли образ бошқа бирон ОАВда ёки санъатнинг бошқа бир турида йўқ. Буни фақат ТВ да яратиш мумкин.

Тасвирчи-оператор ишининг асосида ҳаётни, воқеани, инсонни эстетика, яъни гўзаллик қонунларига биноан композицион чиройли қилиб кўрсатиш ётади. Кадр композицияси, пропорция талаблари, кутилмаган ракурс, лирик кадр – буларнинг барчаси телевизион тасвирчи-оператор ишининг асосини ташкил қилади.

Синхрон сўзи бизга Россия телевидениеси амалиётидан кириб келган бўлиб, ўтган асрнинг 80-йилларида совет телевидениеси амалиётига тасвирни овоз билан синхрон қилиб ёзиб олувчи видеокамера, (бу дегани тасвирни овоз билан бирга қўшиб ёзиб оладиган камера) билан кириб келди. Яна аниқроқ

килиб айтадиган бўлсак, бу сўз мухбир ёки интервью берувчи гапирётганда тасвирдаги инсоннинг лаб ҳаракати ҳарфларнинг талаффуз қилиниши билан беҳато, аниқ яъни “синхронно” туширадиган видеокамера билан боғлиқ. Шу шу синхрон камера билан олинган интервью, шунингдек, мухбирнинг кадрдаги стенд-апи - синхрон деб юритила бошланди.

Ахборот дастуридаги лавҳаларда икки ёки ҳатто учта кичик синхрон интервьюлар берилади. Бу одатда бир меъёрда ўқиладиган мухбир овозига, ўқиш суръатига, темп-ритмига янги бир руҳ киритади. Лавҳани анча бойитади, жонлантиради. Лекин улар “ҳаракатдаги гапирётган бошлар”га яъни телевидение амалиётида, ҳужжатли кинематограф асарларида кўп учрайдиган ва бутун телетанқидчиларнинг жонига теккан “говорящие головы”ларга айланиб қолмаслиги керак. Ҳар бир синхрон-интервьюнинг бири иккинчисига ўхшамаслиги зарур. Уларда албатта янгилик, янги факт, рақам, нуқтаи назар бўлиши даркор. Бунинг устига улар шаклан ҳам ранг-баранг бўлиши керак. Масалан, интервью берувчилардан бири туриб гапирса, иккинчиси юриб гапирсин, учинчиси бошқа бир иш билан банд бўлган пайтда интервью берсин. Айтгандек, ҳар бир қисқа синхронда интервью берувчи бири иккинчини тўлдириши, илгариги синхрон-интервьюга аниқлик киритиши ёки жуда бўлмаганда инкор этиши, пировард натижада эса ҳақиқатни топишга ёрдам бериши керак.

Баландпарвоз нутқ ёки шундай сўзлар билан ёзилган матн одатда, ҳеч кимга керак бўлмаган ортиқча ва сохта ватанпарварликдан ёки кўпинча малаканинг, маҳоратнинг етишмаслигидан, журналист сўзлар бойлигининг қашшоқлигидан, натижада воқеани оддий инсоний сўзлар билан ифода эта олмаслигидан, матн битаётганда гўзал ва нозик сўзларни қулоғига шивирлаб бармоқларини ёзишга ундайдиган юракнинг иштирок этмаслигидан келиб чиқади. Яна бир сабаб, баландпарвоз сўзлар одатда журналистнинг воқеа, ҳодиса, масала, муаммонинг ичига чуқур кириб бормаганлигидан дарак беради. Сабаби, масаланинг ичига қанча чуқур кириб борсанг шунча оддий, жўн гап,

сўз, ташбеҳлар пайдо бўладики, асти қўяверинг. Баландпарвоз сўзлардан қочиш керак. Бундай нутқни ҳеч ким эшитмайди, қулоққа чалинса ҳам қалбга етиб бормайди. Бундай сўзлар билан ёзилган матн, мақола ёки бошқа материални муаллифнинг ўзидан бошқа ҳеч ким ўқимайди.

### 1.3. ТЕЛЕВИЗИОН ЯНГИЛИКЛАР ФОРМАТЛАРИ

Инсон психологик нуқтаи назардан ҳамиша янгиликка, ахборотга эҳтиёж сезади. Ўзбекистон ва жаҳоннинг турли бурчакларида содир бўлган воқеа-ҳодиса у ёки бу жиҳатдан ҳар бир инсон ҳаётига таъсир ўтказмай қўймайди. Масалан, кризис даврининг бошланиши билан боғлиқ хабарларга дунёнинг бирор-бир мамлакати аҳолиси бефарқ қараган эмас. Чунки, АҚШда кузатилган дастлабки муаммолар, кейинчалик Европага, Осиёга ва бутун дунё мамлакатлари аҳолиси ҳаётида пайдо бўлди. Бирор-бир давлат ёки ҳукумат оммавий ахборот воситалари фаолиятига аралашиб аудиториядан керакли ахборотни яширишга ҳаракат қилса, индивиднинг ахборотга бўлган эҳтиёжи кониктирилмаса информацион депривация (ахборот “очлиги”) келиб чиқади.

Янгилик – тезкор ахборий хабар. Аслида журналистика янгиликдан бошланади. Янгилик тайёр маҳсулот кўринишида ахборий маълумот, қайд ёки рус тилида “заметка” деб аталади. Ахборот алмашиш социумни бирлаштиради. Социум барча ижтимоий институтларни қамраб оладиган, жамиятга яқин тушунча. Бундан ташқари, янгилик инсонни ҳаётда келгусида қандай яшаш, қайси шарт-шароитларга тайёр туриш, ўзи учун махсус координатларни қандай белгилашга ўргатади. Лотин тилида “Огоҳлантирилди – демак ҳимояланди” деган мақол бор. Қайси жамиятда мураккабликлар юзага келса, ўша ерда янгиликка бўлган талаб юқори бўлади.

Телевидениенинг ички қонун-қоидаларидан хабари йўқ одамлар учун ҳар қандай телевизион асар “сюжет” сўзи билан ифодаланади. Мухбирлар яхши биладиларки, сюжет телевизион материалларнинг бир формати холос. Унинг бошқа кўринишлари ҳам мавжуд. Қуйида улар билан тизимли равишда танишиб чиқамиз.

Формат (немисча format, французча format – лотинча forma – кўриниш, киёфа деган маънони англатади). Аудиовизуал журналистикада, хусусан телевидениеда кўрсатув формати ҳақида кўп гапирилади. Баъзида кўрсатув мазмунан ёки шаклан талабга жавоб бермаса “форматда эмас” деган ибора ишлатилади. Форматда конкрет канал ёки кўрсатув йўналиши акс этади. Мамлакатимизнинг биринчи ижтимоий-сиёсий “Ўзбекистон” канали “Наво”нинг “Тақдим” лойиҳаларини шундайлигича намойиш этолмайди. Чунки, каналлар формати ҳар хил. Худди шунингдек, “Ахборот” дастурини мусикий-кўнгилочар каналда берилишини тасаввур этиб бўлмайди.

Телевидениеда формат ҳақидаги қараш ҳамда фикрлар илмий жамоатчилик томонидан деярли ўрганилмаган ва шунинг учун ҳам терминологик нуқтаи назардан мазкур тушунчалар тизимга солинмаган. Формат атамаси турли телекомпанияларда турлича қўлланади. Кўп ҳолларда у амалиётда муҳаррирлар томонидан жаргон сифатида ишлатилмоқда.

Телевизион янгиликларнинг оғзаки хабар туридан жаҳон телеканалларида сингари миллий каналларимиздан кенг фойдаланилади. Мазкур усул телевидениега радиодан кириб келган. Воқеа-ҳодисалар суратга олинмай, фақат оғзаки ахборот бериб қўйилган. Телевидение пайдо бўлган дастлабки йиллардан ҳозир-ҳозиргача бу усулдан барча каналлар фойдаланади. Хабарни бошловчи кадрда туриб ўқийди. Одатда бундай усулдан видеоматериаллар йўқ пайтда фойдаланилади. Баъзи ҳолларда оғзаки хабардан сўнг, “подводка” ўқилиб кейинги материалга ўтилади. Мисол учун, Ўзбекистон Республикаси Президентининг хорижга сафари ёки хориж давлат ва ҳукумати раҳбарларининг мамлакатимизга келиши муносабати билан телевизион янгиликларнинг бу тури қўлланилади. Бирор-бир спортчимизнинг хорижда эришган ютуғи, видео варианты бўлмаган тақдирда, оғзаки тарзда етказилиши мумкин. Хорижда эса конкрет видеоматериал йўқ пайтда хабарни тезкор етказиш учун қўлланилади.

Телевизион янгиликларнинг яна бир тури БЗ (рус тилидаги “без закадра” сўзининг қисқартмаси). Баъзида хабарлар мухбир томонидан матнсиз, шунчаки видеоматериал кўринишида тақдим қилинади. Бундай пайтда бошловчи студияда туриб, видеоматериалдан ёки графикадан фойдаланган ҳолда ахборотни кенг жамоатчиликка етказишади. Мазкур усулни “қиска формат” деб ҳам аташади. Бу усулдан воқеа-ҳодиса ҳақидаги тафсилотларни томошабинга тезкорлик билан етказиш мақсадида фойдаланилади. Одатда бу турдаги чиқишларда воқеага ҳеч қандай шарҳ берилмайди. Айрим студияларда БЗ шунчаки видео деб ҳам юритилади. Миллий каналларимизда бу формат деярли қўлланилмайди.

Телевизион янгиликларнинг СХ (алоҳида синхрон) - бунда воқеа-ҳодисанинг бориши, жойдаги вазият ҳақида ньюсмейкер шарҳи, ҳодиса гувоҳлари ёки бошқа дахлдор кишиларнинг фикр-мулоҳазалари эфирда алоҳида тақдим этилади. Одатда кўп ҳолларда потенциал ахборот берувчи манба - **ньюсмейкер (newsmaker)**лар ҳисобланади. Сўзма-сўз таржима қилинганда ахборот ишлаб чиқарувчилар деган маънони билдиради. Давлат ва ҳукумат бошлиқлари, парламент спикерлари – биринчи рақамли ньюсмейкерлар саналади. Сиёсий партиялар лидерлари, вазирлар (фавқулодда ҳодисалар кўп содир бўладиган ФВВ, ИИВ, МХХ каби), корхона ва ташкилотларнинг “жамоатчилик билан алоқалар” бўлимлари ходимлари, матбуот котиблари, олимлар ва потенциал ахборот бера оладиган масъул шахслар ньюсмейкер бўла олади. Мазкур атама мазмунан **коммуникатор** тушунчаси билан мос келади. Ғарб журналистикасида унга яқин турувчи **newsbreak** атамаси ҳам ишлатилади.

Синхроннинг бошқа бир тури: телефон орқали ёзиб олинган тури “**Хрипушка**” ҳисобланади. Синхрон эфирга кетаётганда бирор-бир графикадан фойдаланилади ёки мавзуга доир видеоёзувлар берилади. Кўп ҳолларда:

- гапираётган одамнинг портрети;
- воқеа содир бўлган жойнинг харитадаги кўриниши;
- мавзуга доир фотосурат қўйилади.

Хрипушка асосан ахборот жанридаги материалларда қўлланилади. Малакали муҳаррирлар воқеа-ҳодиса ҳақидаги хабарни тезкорлик билан етказишда бу усулдан фойдаланишни яхши кўришади. Миллий телеканалларда Президент Ислон Каримов хориж сафарига кетган пайтида журналистлар воқеа жойидан телефон орқали хабар қилишади. Интернет тармоғи орқали олинган икки мамлакат раҳбарларининг фотосуратлари, видеоматериаллардан ҳам фойдаланилади. Репортёр воқеа жойида бўлсаю, техник сабаблар туфайли ундан видеоматериалларни олиш имконияти бўлмаса, воқеага эксперт ёки гувоҳларнинг шарҳлари керак бўлса бу усулни қўллаш яхши самара беради. Журналист телефон орқали эфирга чиқади ва воқеа тафсилотларини баён қилади.

Телевизион янгиликларнинг бир нечта СХ (2 СХ, 3СХ ва ҳ.з.) – бир нечта синхронлардан олинган бўлакчалар. Журналист синхронларни воқеага гувоҳ бўлганлар, иштирокчилар ва бошқа дахлдор одамлардан йиғади ҳамда улар берган фикрнинг бир бўлаги – “қаймоғи”ни олиб эфир учун тақдим қилади. Одатда бундай формат “стрит-ток” – кўча сўровларида ишлатилади.

**Интершум** (алоҳида лайф) – бу формат “шарҳсиз” фрагменти билан мос келади. “Интершум” сўзининг қисқартирилган варианты. Айрим студияларда у шунчаки “видео”, “лайф” ёки “no comments” деб ҳам юритилади. “Мир” ТРКнинг “Live”- Содружества” дастуридан олинган Қирғизистондаги болалар тасвирий санъат асарлари кўрғазмасига оид телеасар айнан ана шу форматда олинган. Лавҳа эфирга узатилаётганда интершум, яъни, табиий овозни томошабин ҳам эшитиб туради.

Телевизион янгиликларнинг бир-бирига ҳамоҳанг бир нечта усул ва форматларини қўллаш орқали янгича кўринишдаги чиқишлар ҳам юзага келиши мумкин. БЗ+СХ (айрим телестудиялар амалиётида БЗ синхрон билан, ундан ташқари БЗ, СХ ва ИШлар ҳам бирга ишлатилиши мумкин) – бу ҳам қисқа формат, у кадр орти матни бўлмаган пайтда ишлатилади. Бу форматни

деярли сюжет дейиш мумкин. Уни қуйидаги ҳолатларда қўллаш тавсия этилади:

- ахборотни эфирга тез бериш талаб қилинса ёки шарт бўлса;
- матн ёзишга ҳеч қандай эҳтиёж сезилмаса;
- сценарийсиз видеоматериалнинг ўзидан томошабин теран маънони англаб олса;
- журналист ўз исми-шарифини эфирда берилишини истамаса (бу кўпинча сиёсий “буюртма” кўринишидаги чиқишларда учрайди).

Сўнгги ҳолатда материаллар асосан кимнингдир талаби асосида тайёрланади. Бир давлат тараққиётига, миллатлараро муносабатларга раҳна солувчи ахборот хуружлари ана шу усулдаги чиқишларда намоён бўлади. Журналистлар бундай чиқишларда кимликларини хавфсизлик нуқтаи назаридан яширишни иташади. Ёки томошабин диққатини жалб этмайдиган, муҳим бўлмаган мавзуда топшириқ асосидаги материалларда бу усулни қўллашади. Демак бундай формат видеофрагмент ва синхрондан иборат бўлган кичик сюжет саналади. Айрим муҳаррирлар БЗ, СХ ва ИШнинг ўрнини ўзгартириб, аввал СХ, ИШ сўнгра БЗдан фойдаланишади.

Тўғридан-тўғри уланиш телевизион янгиликларнинг энг муҳим ва кенг тарқалган тури ҳисобланади. Мухбирнинг воқеа жойидан эфирга чиқиши: стенд-ап, видеоматериал бўлмаган пайтда ана шундай мулоқотга киришилади. Бу бошловчи билан мухбирнинг диалоги ҳисобланади. Ундан ташқари бошқа эфирга чиқувчилар – мухбир, эксперт, гувоҳ ва бошқалар билан ҳам диалогга киришиш мумкин. Ярим жонли уланиш (псевдовключение) – мазмунан тўғридан-тўғри уланиш билан бир хил маънони англантиб, фақат олдиндан ёзиб олинмиши билан фарқланади. Аксарият мутахассислар бу усулни томошабинни алдаш деб баҳолашади. Унда ҳам воқеа ҳақидаги керакли ахборот етказилса-да, аммо қимматбаҳо техника, кўчма телевизион станция талаб қилинмайди. Бунда журналистга тўғридан-тўғри эфирга уланишдаги каби масъулият юкланмайди, ҳиссиётлар ҳам жонли эфирдан анча фарқ қилади. Чунки, телерепортёр хатога

йўл қўйса ёки жумлаларда адашса такроран яна студия билан уланиши, дубль қилиши мумкин.

Телевизион янгиликларнинг энг машхур формати сюжет бўлиб, репортаж, очерк, лавҳа ва зарисовка жанридаги кўп узвли телевизион асар бўлиб, кадр орти матнлари муаллиф томонидан ёзилади. Телевизион сюжет ўзида синхрон, лайф, баъзида мусикий безакларни ҳам қамраб олади. Сюжет матни муаллифлик услубида бўлиб, канал ва кўрсатув форматидан келиб чиқилади. Унда одамни ўйлантирадиган, хайратлантирадиган юмор, киноя, кесатик, пичинг, гротеск элементлари, сўз ўйини, бошқа тасвирий воситалар бўлиши мумкин. Бундан ташқари, сюжет маълум композицияга эга бўлади.

Материалнинг ўзига хослиги, қайси усулда ёзилиши, формати мухбирнинг ўз олдига қўйган вазифаси ёки мухаррир кўрсатмасига асосан белгиланади. У мавзудан ва видеоёзувлардан келиб чиқиб, уни томошабинга етказиш учун қисқа форматнинг ўзи етарлими ёки сюжет тайёрлаш кераклигини аниқлаб олиши талаб қилинади. Бу кўп ҳолларда мухбир қарашларига боғлиқ. Яъни:

- биринчидан, воқеанинг қизиқ ва муҳим эканлигини баҳолай олиш;
- иккинчидан, сюжет учун барча компонентларнинг мавжудлиги;
- учинчидан, мавзу доирасида ишлашга истакнинг бор-йўқлиги.

Мухбирлар кўп ҳолларда телевизион форматнинг охириги усули – сюжет тайёрлашни маъкул кўрадилар. Чунки, телевизион сюжетга қисқа форматлардаги чиқишларга қараганда кўпроқ қалам ҳақи тўланади. Бундан ташқари стенд-апда туриб воқеа содир бўлган жойни табиий равишда кўрсатиш томошабинда кенгроқ тасаввур ҳосил қилади.

Ахборот дастурлари кун давомида бир неча марта эфир юзини кўради. Янгилик тақдим этишнинг махсус технологик қоидалари мавжуд бўлиб, етакчи телехизматлар уни тезкорлик билан етказиш учун рақобат курашига киришганлар:

1. Мухбир тезкорлик билан воқеа жойига етиб келиши билан БЗ ёки ИШ-БЗ кўринишида тезда эфирга чиқувчи хабарларга ахборот тақдим этиши керак.
2. Мухбир хабарларнинг кейинги сони учун синхрон, БЗсинхрон ёки қўшимча шарҳ беришни мўлжаллаши керак.
3. Ва ниҳоят сўнгги босқичда мухбирнинг бор диққат-эътиборини воқеага қаратиб телевизион сюжет тайёрлаши талаб этилади.

Аудиовизуал журналистикада тезкорлик энг асосий тамойил саналади ва шунинг учун ҳам етакчи телехизматларда бу усулни қўллаш анъана тусини олган.

## **2-БОБ. ТЕЛЕКАНАЛЛАРДАГИ ЯНГИЛИКЛАР ДАСТУРЛАРНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ**

2.1. Телеканалларида янгилик тайёрлаш ва узатишдаги замонавий ёндашувлар

Оммавий ахборот воситалари ахборий борлиқнинг глобаллашуви шароитида табақаланиш ва ихтисослашишга интилади. Чунки, фақат шу йўл билан ўз ижтимоий ўрнига эга бўлиши, аҳолининг маълум қисмига мурожаат қилиш имконига эга бўлади. Натижада, уларнинг ўқувчи, тингловчи ва томошабинларга таъсири юқори самара беради.

Жаҳон оммавий ахборот воситаларида давом этаётган тенденциялардан келиб чиқиб шуни айтиш мумкинки, замонавий босқичда матбуот, радио, телевидение фаолиятида “еттидан етмишгача” деган принцип йўқола боради. Улар мақсадли, ихтисослашган аудиторияларга эга бўлади. Оммавий ахборот воситаларида ихтисослашув биринчи бўлиб газета ва журналларга кириб борди.

Россия оммавий ахборот воситаларига ҳам жаҳон журналистикасида давом этаётган тенденциялар кириб келмоқда. Албатта, бу АҚШ оммавий ахборот воситалари ихтисослашувидан фарқ қилади. Ҳозирги кунда НТВ дастурлари 50дан ортиб кетди. Кўрсатувларнинг мавзу кўлами шуни кўрсатмоқдаки, НТВ аудиторияси аста-секин маълум ижтимоий қатлам ва гуруҳларга бўлинаётгани сезилмоқда. НТВ сайтида эълон қилинган TSN статистик ташкилоти томонидан ўтказилган ижтимоий сўровнома яқунлари канал аудиторияси ҳақида маълум тасаввурлар ҳосил қилади.

НТВнинг ўртача суткалик аудиторияси бутун аҳолининг 13,7 фоизига тўғри келиб, ОРТ ва Россия каналларидан кейинги учинчи ўринни эгалламоқда. Бу кўрсаткич дам олиш ва байрам кунлари 14,4 фоизга кўтарилади. Шунингдек, НТВ аудиторияси бошқа каналларга нисбатан энг кўп ортган каналлар ичида биринчиликни эгаллаб турибди.

НТВ томошабинларининг 59 фоизи 18 ёшдан 54 ёшгача бўлган фаол ёшдаги кишилардан иборат. Айни вақтда бу кўрсаткичлар “Биринчи канал”да 54, “Россия”да 49%ни ташкил этади. Бу кўрсаткични бериладиган кўрсатувларнинг фаол кишиларга мўлжалланганлиги билан баҳолаш мумкин.

Олиб борилган ижтимоий тадқиқотлар натижаси шуни кўрсатмоқдаки, НТВ федерал каналлар ичида иш билан банд булган эркак жинсига мансуб томошабинлар кўпроқ кўрадиган каналдир. Бунда, 54 фоиз телетомошабинлар маълум меҳнат фаолияти билан банд бўлсалар, шулардан 45 фоизи эркаклардир. Ҳозирда НТВ телеканалда эфирга узатилаётган дастурларнинг ўнга яқини криминал дунёдаги воқеа-ҳодисалар, жиноий ишлар, уларнинг келиб чиқиши, оқибатлари ҳақида маълумотларни бериш орқали жамоатчиликни бундай хавфдан хабардор қилишга, огоҳлантиришга ва умуман ижтимоий фикрни шакллантиришга хизмат қилади.

Россия оммавий ахборот воситалари 90-йиллардан бошлаб, ўзининг ҳар томонлама Европача кўринишда такомиллашиб бориши билан ўзига хосдир. Бу даврга келиб Россия телеканалларидаги дастурлар АҚШнинг йирик телеканалларига тақлид қилган ҳолда дастурлар ташкил этилишини кўришимиз мумкин. Бунга қайсидир маънода ўша даврларда Россиянинг иқтисодий қтийинчиликларга ботиб қолгани ҳам сабаб бўлган эди. Бироқ бу каналлар тезда ўзини англаб олди. Шу билан бирга фақатгина ўзига хос бўлган имиджини яратди. Айниқса телеянгилликлар узатиш мобайнида тезкорлик, аниқлик, холислик тамойилларига риоя қилиниши, ер шарининг исталган нуқтасидан янгилликларнинг тўғридан-тўғри етказилиши аудиториянинг

ахбортга бўлган эҳтиёжини қондириш билан бирга унинг ишончини ҳам қозона олди.

Бу жиҳатлар каналнинг тез орада гуллаб-яшнашига ва шиддат билан ривожланишига сабаб бўлди. Ироқдаги воқеаларни эфирга узатишда ўзига хос, бошқа ҳеч кимга таниш бўлмаган нуқтаи назардан ҳаракат қилишди. Ироқ воқеаларда ҳамма Саддам Ҳусайнни қоралаётган бир пайтда НТВ АҚШнинг манфаатлари нуқтаи назаридан амалга ошираётган хийла-найранглари кенг жамоатчиликка очиб ташлади. Ҳатто НТВ канали Саддам Ҳусайн осилаётган жараёни “АҚШ манфаатлари йўлидаги қурбонлик дея баҳолайди”<sup>7</sup>.

Бугунги кунда телеканалларнинг энг катта ғоявий тарғибот ва ташвиқотга эга эканлиги ОАВлар ичида энг катта аудиториянинг янгиликларга бўлган эҳтиёжини қондириши билан асосланади. Дунёдаги барча давлатларда аҳолининг деярли 70-80 фоизи ўзи учун керакли ахборотни айнан телевидениедан олади. Бу ҳам фикримизнинг далили. 21-асрда сунъий йўлдош орқали ахборот қабул қилиш ва узатиш жараёни Россия телетармоқлари имкониятларини ниҳоятда ошириб юборди. Бугунги кунда Россия телевидениесини НТВ каналисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Ушбу канал Россия журналистикасига янгича руҳ бахш этишда улкан ишларни амалга оширди.

НТВ телекомпанияси 1993 йилда ташкил топган бўлиб, федерал мақомга эга ягона Россия хусусий телеканални ҳисобланади<sup>8</sup>. 1994 йил 17 январда НТВ яшил доира белгиси остида федерал каналда пайдо бўлди. “Борис Елцин буйруғига асосан НТА ўз ишини тўртинчи частотада олиб боради. Ҳар куни кечқурун соат 18:00да Киселёвнинг “Итоги” ва “Сегодня” дастури эфирга чиқади<sup>9</sup>”. Томошабинларни ўшанда кўпроқ Лос-Анжелос Ва Канададан сотиб олинган ғарбнинг кинолари қизиқтирарди.

---

<sup>7</sup> [www.ntv-news.ru](http://www.ntv-news.ru)

<sup>8</sup> Andrew G.S. World Radio TV Handbook. Amsterdam 1994. -P.7.

<sup>9</sup> <http://www.ntv.ru>. о компании

“Ахборотни шунчаки хабар деб билиш нотўғри, у биз сезмаган ҳолда бизнинг жамиятимизни, ҳатти-ҳаракатларимизни ва онгимизни бошқаради”<sup>10</sup> - деган эди германиялик назариётчи журналист Мэри Кидмон. Биз ахборотни танишиб фақатгина янгиликдан хабардор бўлиш билан чегараланмаймиз. Ўйлаймиз, фикрлаймиз ва натижада маълум бир хулоса ва тўхтамларга келамиз. Бу эса ўз ўрнида келажак кайсидир ўринда фаолиятимизга таъсир ўтказмасдан қолмайди. Бироқ бу таъсир ижобий ёки салбий, фойдали ёки фойдасиз бўлиши мумкин. Бу эса бевосита таъсир объекти ва унинг ёндашувига бориб тақалади. Баъзи пайтларда ахборот тескари таъсир этиб, мутлақо кутилмаган натижаларга ҳам олиб келиши мумкин. Албатта, мазкур жараёнда журналист маҳорати ва ёндашувига боғлиқ бўлиб қолади. Аввало, томошабинга берилаётган янгилик, хабар тезкор, холис ва тўғри етказилиши, унинг шу мавзуга доир билимларини тўлдириши, шунингдек аниқ бир хулосага чорлаши лозим. Мазкур шартларнинг бирортаси ҳам бажарилмас экан, журналист етказмоқчи бўлган хабар ижтимоий қимматини йўқотган бўлади.

Замонавий телевидениеда қўлланилаётган ахборий жанрларда ахборот етказиш биринчи ўринда туради. Шу тахлит уларда дизайн ва декорация ҳам йўналишга мос тарзда танланади. Шарҳ асосига қурилган телелойиҳаларнинг ҳам ўз йўналишига кўра тасвир майдони бўлиши керак ва бугунги кун замонавий журналистикасида ҳам шу ҳолатни кузатиш мумкин.

Ҳозирги замон телевидениесида кўпчилик жанрлар мавзунини ёритишда қийинчилик туғдирмаслиги, муаммони кўтариб чиқиш учун қонунларнинг тўсқинлик қилмаслиги нуқтаи назардан энг қулай бўлган жанрлар қўлланилади. Ҳаётни қамраб олиш жиҳатидан улар хилма-хил ва албатта, барчасининг телевидениеда, телетомошабинлар ҳаётида ўз ўрни бор. Тележурналистика жанрларининг биринчи гуруҳига дунёда юз бераётган янгиликлар, содир бўлган муҳим воқеа-ҳодисалар ҳақида хабар берувчи

---

<sup>10</sup> Кидмон М. “Ахборий жамият шартлари”, Бонн 2002.

теледастурлар киради. Улар бир-биридан ҳажмига, маълумотларнинг кўламига, сиқик ёки муфассаллигига, шаклининг ўзига хослигига кўра фарқланади. Телевизион ахборот жанрлари жумласига, одатда, телехабар, телерепортаж ва телеинтервью кабилар киради.

Ахборот дастурлари ҳар қандай телеканал кўрсатувларининг асосини ташкил этади. Ахборот дастурининг тузилиши, ахборотнинг хусусиятига қараб телеканал ҳақида бир фикрга келиш, унинг мафкуравий йўналишини белгилайди. “Ахборот — ҳар қандай каналнинг ташриф қоғози”<sup>11</sup>, деб ҳисоблайди телевидение тадқиқотчиси Г. В. Кузнецов. Шунга кўра, ҳар бир телеканал бош информацион дастурининг ўзига хослигини белгилаб олади.

---

<sup>11</sup> Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика. - М.: 1994.

## 2.2. “СЕГОДНЯ” ИНФОРМАЦИОН ДАСТУРИДА АХБОРОТ ТАЙЁРЛАШ ВА ЕТКАЗИШДАГИ ЎЗИГА ХОСЛИКЛАР

НТВ “Сегодня” дастури 1993 йил 10 октябрь куни илк бора эфирга чиққан. 1993 йил 10 октябрдан 1994 йил 16 январга қадар бешинчи телевизион канал орқали 21:00да 35 дақиқа ҳажмида, 1994 йил НТВ эфирларида кунига икки марта 19:00 ва 22:00да худди шу ҳажмда эфирга узатилган. Илк бошловчилари Михаил Осокин ва Татьяна Миткова.

“Сегодня” дастурининг бугунги кундаги эфирга чиқиш графиги куйидагича тақсимланган<sup>12</sup>:

Время (мск)	Дни недели	Описание	Дополнения	Ведущие		
				Одну неделю	Другую неделю	
6:00 7:00 8:00	рабочие	Утренние 10-минутные выпуски		Василий Максименко	Алла Чернышёва	Дмитрий Завойстый
8:00	выходные	Утренние выпуски	• Прогноз погоды с 7 сентября в 08:45	Алла Чернышёва	Василий Максименко	Дмитрий Завойстый
10:00	ежедневно	Утренние выпуски	• Деловые новости (в середине)	Алла Чернышёва	Василий Максименко	Дмитрий Завойстый
13:00	ежедневно	Дневные выпуски	• Деловые новости (в середине)	Андрей Ухарев	Елена Винник	

<sup>12</sup> [www.ntv.ru](http://www.ntv.ru) 20.02.2014.

			<ul style="list-style-type: none"> <li>Новости спорта (в конце)</li> </ul>		
16:00	ежедневно	Дневные выпуски	в летние каникулы передача идет только по будням, а в выходные - прогноз погоды в 16:15)	Андрей Ухарев	Елена Винник
19:00	пн-пт	Вечерние выпуски о главных событиях	<ul style="list-style-type: none"> <li>Деловые новости</li> </ul>	Лилия Гильдеева Игорь Полетаев	Ольга Белова Александр Яковенко
19:00	воскресенье	«Сегодня. Итоговая программа». Итоги недели		Кирилл Поздняков (все недели)	
23:15	пн-чт	«Сегодня. Итоги». Итоги дня	<ul style="list-style-type: none"> <li>Прогноз погоды (на Дальний Восток, Сибири, Европейской части РФ)</li> <li>Новости спорта</li> </ul>	Татьяна Миткова (все недели) заменни также ведущие выпуска в 19:00	

Информацион кўрсатувнинг Москвадаги мухбирлари: Никита Анисимов, Антон Вольский, Евгений Голованов, Андрей Григорьев, Алексей Ивлиев, Николай Захаров, Александр Калинин, Владимир Кобяков, Егор Колыванов, Алексей Кондулуков, Юрий Кучинский, Анастасия Литвинова, Сергей Малозёмов, Сергей Морозов, Дмитрий Новиков, Алексей Поборцев, Роман Соболев, Владислав Сорокин, Вадим Фефилов, Сергей Холошевский, Владимир Кондратьев (РФ Думаси) Шунингдек, канал минтақаларда ҳам ўз мухбирларига эга: Михаил Антропов, Сергей Анцигин, Максим Березин, Николай Булкин, Фатима Дадаева, Виталий Калугин, Омар Магомедов (Доғистон), Вероника Николаева, Инна Осипова, Татьяна Панихина, Сергей Пикулин, Сергей Савин, Игорь Сорокин, Михаил Чернов, Ольга Чернова, Илья Федосов, Андрей Фёдоров. Канал хорижда мухбирлари унча кўп эмас. Булар Алексей Веселовский (АҚШ), Вадим Глускер (Франция), Константин Гольденцвайг

(Германия), Георгий Гривенный (Белоруссия), Евгений Ксензенко (Буюк Британия), Айрат Шавалиев (Украина), Нугзар Кириселидзе (Грузия).

Канал фавкулудда ҳолатларда алоҳида чиқишлар ташкил қилган. Жумладан,

- Останкино телеминорасида келиб чиққан ёнғин пайтида “Сегодня” дастури ҳар ярим соатда эфирга узатилган;
- 2001 йил 11 сентябрда АҚШда бўлиб ўтган террористик акт муносабати билан дастур 17:00да бошланиб ярим тунгача томошабинларга воқеа тафсилотларини етказиб турган (Бошловчилар: Ольга Белова, Пётр Марченко, Савик Шустер, Антон Хреков и Александр Хабаров);
- 2001 йил 7 октябрда Афғонистонда ҳарбий ҳолат жорий этилиш кунидан бошлаб, Леонид Парфёнов, Савик Шустер, Пётр Марченколари томонидан махсус янгиликлар тайёрланиб, эфирга узатилган;
- Каспийда бўлган теракт кунини 2002 йил 9 майда НТВ фавкулудда янгиликлар бериб турган;
- 2002 йил 19 май кунини хоккей бўйича жаҳон чемпионатидан махсус чиқиш қилинган. Россияга кумуш медаль топшириш маросими фақатгина мана шу телеканалга насиб қилган;
- Дубровкада содир бўлган террорчилик акти пайтида 23-26 октябрь кунлари чиқишлар узлуксиз давом этган. Бошловчилар жой алмашиб эфирга чиқишган. Тонгги чиқишда Денис Солдатиков, кундузгиларида Ольга Белова и Евгений Борковский, кечкисида Кирилл Поздняков и Татьяна Миткова, тунда Алексей Суханов дастурни олиб борган. Мавзу доирасида студияда меҳмонлар билан Савик Шустер ва Павел Лобколари суҳбатлашишган;
- Чеченистон Республикаси Президенти Ахмат Қодиров ўлими кунини (2004 йил 9 май) “Сегодня” кўрсатуви 11:37да эфирга узатилган. Ваҳоланки, кўрсатув 12:00да эфирга чиқиши зарур эди;

- Бесландаги террористик актлар пайтида 1-3 сентябрт кунлари кўрсатув хар соатда эфирга чикқан;
- 2008 йилдаги Жанубий Осетиядаги ҳарбий ҳолат пайтида бир неча дақиқадан 1соатгача бўлган хронометражни камраб олган махсус чиқишлар ташкил этилган.

“Ахборот дастурларида суҳандонларнинг муваффақиятли ишлаши учун кўйидагилар жуда ҳам зарур: сиёсий янгиликлар ва жорий ҳодисаларга бўлган жонли қизиқиш, янгиликлар моҳиятини чуқур англаш, телекўрсатувларга ахборотни етказишга чин дилдан интилиш. Буларсиз кўрсатув зерикарли ва ланж бўлади”<sup>13</sup> Кўрсатувнинг томошабинбоп чиқиши учун бошловчи ўрни ва мавқеи алоҳида ўрин тутди. Шунинг учун ҳам бошловчилар танлаш, уларнинг энг сара ва экранда ўз сўзини нафақат айта оладиган балки томошабинга етказа оладиганлари танлаб олинди. НТВ дастурларида бошловчи ва журналист муносабати изчил йўлга қўйилган.

“Сегодня” ахборот дастури Украинада содир бўлаётган ҳолат юзасидан воқеа жойидан тўғридан-тўғри ахборотлар бериб боради. 2014 йил 25 май якшанба куни бўлиб ўтган муддатидан аввалги президентлик сайловларида берилган овозларнинг 88 фоизи ҳисоб-китобига кўра, миллиардер Пётр Порошенко Украинанинг қонуний янги сайланган давлат раҳбари деб ҳисоблаш мумкин. Украина Марказий сайлов комиссияси (МСК) раиси Михаил Охендовский президентлик сайловларининг иккинчи турини ўтказиш учун зарурат йўқлигини маълум қилди.

Сайловлардан сўнг содир бўлаётган воқеа-ҳодисалар ҳақида ахборот берилар экан, Донецк аэропортида ҳарбийлар юргани, бу жараёнда Киев ҳарбий авиация фойдалангани тўғрисида хабар тарқатилган. Информацион дастурларни сарлавҳа билан бериш анъана тусини олган бўлиб, “Донецкка хужум” деб ном берилган<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Льюс Б. Диктор телевидения, М.: - С.32-33.

<sup>14</sup> “Сегодня итоги” дастури, 26.05.2014.

Кўрсатувда иккинчи бўлиб эфирга узатилган хабари, Пётр Порошенко сайловчиларнинг 55 фоиздан кўпроқ овозини тўплагани, унинг энг яқин таъқибчиси Юлия Тимошенко эса 13 фоизга яқин овоз олгани ҳақида хабар берилган эди. Бундан ташқари, Порошенконинг ўзи МСК натижалари эълон қилинишидан аввалроқ сайловдаги ўз ғалабасига шубҳа қилмаётганини маълум қилганди.

Агар миллий ахборот дастурларимиз билан чет эл оммавий ахборот воситалари билан қиёслаганда айрим жиҳатлар билан фарқланади. Мисол учун, янгиликлар дастуридаги чиқишларда сюжетнинг бир қанча типлари бор. Телевидениеда берилаётган янгиликлар кўрсатувларида Бош янгилик анча муҳим ўрин тутди.

Дунё миқёсидаги янгиликлар дастурлари одамлар диққатини тортувчи энг янги ва эътиборталаб воқеалар билан бошланади. “Бош янгилик – хэдлайнер (инглизчадан head line - сарлавҳа) – янгилик, информацион дастур одатда нисбатан муҳим ва тез етказиш керак бўлган хабар”<sup>15</sup> ҳисобланади. “Сегодня” дастури ана шу жиҳатларни инобатга олган ҳолда, ўз дастурларини тайёрлайди. Яъни, таҳририят томошабин учун аввало қизиқарли бўлган хабарларга эътибор қаратади.

Журналистика амалиётида янгилик жамоатчиликка етказиш учун арзирлими деган саволга жавоб ҳамиша тайёр бўлиши керак. Мутахассисларнинг фикрича, бунинг учун 3 та саволга жавоб берилиши жоиз. Дунёдаги етакчи оммавий ахборот тарқатувчи телехизматлар ахборот бозорида бугун муҳим деб ҳисобланган воқеа-ҳодисаларни тез ва аниқ етказиш борасида ўзаро кураш олиб боради. Аввало, жамоатчиликка тақдим этилган хабар **янгилиги**. Телевидениеда унинг янгилиги узоғи билан бир кун сақланиши мумкин. Ҳаттоки бир ёки бир неча соатгача сақланади. Баъзида сонияларни ҳам қамраб олади. Шунинг учун ҳам телевидение табиатидан келиб чиқиб, хабар етказишнинг ўзига хос янги шакл ва услублари пайдо бўлаяпти.

---

<sup>15</sup> Каримов А. Аудиовизуал журналистика(тележурналистика), Т.: ЎзДЖТУ, 2012. Б.32.

Бериладиган кейинги савол эса, янгиликнинг **муҳимлиги**. Муҳим бўлмаган, унчалик аҳамият касб этмайдиган майда янгилик учун вақтни йўқотиш ҳамда техникани жалб этиш шарт эмас. Бошқа томондан, шу кичкина янгилик “пашшадан фил ясаш”дек аҳамият касб этиб кетса-чи? Бундай пайтларда муҳаррир билан воқеанинг муҳимлигини муҳокама қилиб олиш энг мақбул йўл саналади.

Ва, ниҳоят, энг сўнги савол: янгиликнинг **қизиқарлилиги**. Томошабинда қизиқиш уйғотувчи бир қанча омиллар бор:

- зиддиятли ҳолатлар (жараённинг кечиши: зиддиятнинг юзага келиши, ривож, нима содир бўлгани, ким ғолиб ёки мағлуб бўлгани, ечими);
- томошабинга яқинлиги (ўз ҳовлингдаги тўполон, кўшни ҳовлида бўлаётган шовқиндан кўра қизиқарли);
- ҳиссиёт уйғота билиши;
- маълум шахслар билан алоқадорлиги;
- ноодатийлиги (ит одамни тишлагани эмас – одам итни тишлагани каби);
- фойдалилиги;
- аудитория манфаатларининг ҳисобга олиниши (мисол учун футбол ишқибозларига етказиладиган натижалар).

Лекин, дастур тайёрлашнинг бошқа томонлари ҳам бор. Яъни, Россия манфаати. Томошабин учун Украинадаги сайловлар муҳимми ёки Донецкда содир бўлган ҳужумми? Сайловлар ҳам муҳим. Лекин, воқеаларнинг қайси биридан Россия кўпроқ манфаатдор? Бизнингча, НТВ Украинадаги қонли воқеаларни кўрсатишдан кўпроқ манфаатдор. Дастурларни тайёрлашда бу жиҳатларга эътибор бериш жоиз.

НТВнинг “Сегодня” дастурида жараённинг кечиши ҳар галги дастурда кетма-кет тарзда намоён бўлиб боради:

- зиддиятнинг юзага келиши;

- кейинги ривож;
- нималар содир бўлгани;
- ким ғолиб ёки мағлуб бўлгани;
- ечими ҳақида репортёр объективида ҳар гал янги ахборот пайдо бўлади.

Сўнги йилларда, жаҳон телевидение ҳамжамияти ўртасида, телевидениеси қандай бўлса жамият ҳам худди шундай бўлади, ТВга монанд жамият, жамиятга хос ТВ мавжуд. Ким қандай жамиятда яшаса, у шундай (демократик, авторитар, ошкоралик ҳукм сураётган ёки цензура мавжуд бўлган) маъно, мазмун ва руҳдаги ТВ кўрсатувларини тамоша қилади. Ким қандай жамиятда яшаса, у шундай савиядаги, сиёсий фаолликдаги ТВ дастурларини кўришга мажбур, деган тушунчалар юради.

“Таъкидлаш лозимки, мамлакат ичкарасида ёки жаҳонда содир бўлаётган реал воқеа-ҳодисаларни ўз вақтида ва тўғри намоиш этмаётган ёки улар ҳақида сукут сақлаётган ТВ ўз бурчига, асл моҳиятига, табиатига хилоф иш кўраётган оммавий ахборот воситаси ҳисобланади. Сабаби – ТВ аҳоли кўнглини очиш, маданий хордиқ чиқариш воситаси бўлиши билан бир қаторда, у энг тезкор, холис ва объектив ахборот манбаи ҳамдир. Телевидение жамиятда сиёсий, маънавий-маърифий, ахлоқ-одоб тамойиллари ва кодекслари билан барча учун бирдек бўлган умуминсоний қадриятларнинг тарғиботчисидир”<sup>16</sup>. Аммо, рус телеканаллари бу жиҳатни баъзида назардан четда қолдирадилар. Холислик мезонларидан қочиб, Россия манфаатини устун қўяди. Амалиётда клиффхэнгер (инглизчадан cliffhanger – таранг пайт, cliff - қоя) – аудиториянинг қабул қилиши биров қийин бўлган оғир сюжетли материаллардан ҳам фойдаланилади.

Телерепортажнинг ўзига хос хусусиятларидан бири шундаки, у воқеа содир бўлаётган жойнинг ўзидан ҳодиса юз бераётган вақтда тўғридан-тўғри

<sup>16</sup> Абдухолиқов И., Телевидениеда одоб-ахлоқ меъёрлари(халқаро журналистиканинг олтин қоидаси)/ Электрон оммавий ахборот воситаларида маънавий-маърифий масалаларнинг ёритилиши: назария ва амалиёт (илмий мақолалар тўплами), Т.: 2012. Б.13.

эфирга узатилади. Шунга кўра у бошқа ахборий жанрлардан ўзининг тезкорлиги билан ажралиб туради. Бундан ташқари воқеа-ҳодисанинг моҳияти ва тафсилотлари ҳақида хабар бериш асосий мақсад ҳисоблангани ҳолда, журналистнинг ундан олган таассуротлари, ўй-туйғуларига, баҳолари-ю хулосаларига ҳам ўрин берилади. Телерепортаж олиб борувчи журналист ўзи ҳикоя қилаётган воқеа юзасидан мутахасисларнинг, нуфузли шахсларнинг, матбуотнинг фикр-мулоҳазалари билан таништириб боради. Буларнинг ҳаммаси воқеа-ҳодисалар тўғрисида томошабинларга холис ва ҳаққоний тасаввур туғдирилишига йўл очади.

Агар телерепортаж тўғридан-тўғри эфирга узатилса, журналист воқеа қай тартибда содир бўлса, худди шундай кетма-кетликда ҳикоя қилади. Шунга кўра журналист ўз ҳикояси давомида зиммасидаги катта масъулиятни ҳис қилиб, деярли биронта ҳам тафсилотни кўздан қочирмай, у ҳақида маълумот бериб бориши, муҳимларига эътибор қаратиши ва томошабинда ҳодиса юзасидан муайян хулоса ҳосил бўлишига эришмоғи лозим. Тўғридан-тўғри эфирга узатилган репортажларда воқеа юз берган жойдаги шовқинлар, товуш манзаралари ўзгармаган, яъни табиий шаклда акс этади. НТВ телеканали дастурларида репортажнинг ёзиб олинган ва тўғридан-тўғри эфирга узатилган турлари ҳам қўлланилади.

Ҳозирда ҳар бир телеканал ўз дастурларини эфирга узатар экан, унда томошабин диққатини тортадиган дастлабки материал билан биргаликда, жиддий мавзуга йўналтирилган махсус чиқишлар ҳам ташкил этилади. Телевизион журналистика амалиётида энг жиддий ва ҳамжмдор материал “дастур миҳи” Одатда бундай материалларда таҳлилий журналистика узвлари мавжуд бўлади. Мисол учун Украинанинг Россия олдидаги газ бўйича қарзлари миллиард долларга етгани май ойининг сўнгги ҳафтасида томошабинлар диққат марказида бўлди<sup>17</sup>. НТВ шарҳловчиси Владимир Чернышёв таҳлилий журналистика узвларини ишга солган ҳолда ўз репортажи билан томошабин

---

<sup>17</sup> “Сегодня итоги” дастури, 28.05.2014.

диққатини тортишга ҳаракат қилган. Репортажни эфирга узатишда Россия манфаатидан келиб чиқилган.

Россияда чекишга қарши янги қоидалар амалга киритилиши муносабати билан эфирга узатилган сюжетда қуйидаги қараш илгари сурилган: “Сегодня наступил черный день для миллионов российских курильщиков. В силу вступили самые строгие поправки в антитабачный закон”<sup>18</sup>. Чекувчилар учун бу кун қора кун деб баҳоланган. Янги қоидага биноан, кафе ва ресторанларда, поезд тамбурларида, меҳмонхона, магазин, савдо марказларида чекиш қатъиян ман қилиниши айтиб ўтилган. Қоидани бузганларга 500 дан 1.5 минг рублгача жарима солиниши, болалар майдончалида чекканлар 3 минггача жаримага тортилади. Ундан ташқари магазин витриналари, телевизор экранларидан, кино ва бошқа ОАВда тамаки маҳсулотлари рекламаси таъқиқланши айтилган.

---

<sup>18</sup> “Сегодня” дастури 01.06.2014.

### **2.3. “ДАВР” ИНФОРМАЦИОН ДАСТУРИДА АХБОРОТ ТАЙЁРЛАШ ВА ЕТКАЗИШДАГИ ЎЗИГА ХОСЛИКЛАР**

Барча оммавий ахборот воситаларининг ўз моҳиятига кўра, биринчи ва асосий функцияси – шахс, давлат ва жамиятнинг ахборотга бўлган эҳтиёжини кондиришни ўз олдига мақсад қилиб кўяр экан, телевидение ушбу вазифани бошқа оммавий ахборот воситаларига нисбатан тўлиқ, ишончли ва таъсирлироқ бажара олиши билан аҳамиятлидир. Сўнгги йилларда телевидение соҳаси мисли кўрилмаган даражада тараққий этди. Юқори технологиялар, ахборот етказиш жараёнининг компьютёрлаштирилиши, сунъий йўлдош тизимларининг такомиллаштирилиши телевидение имкониятларини чексиз кенгайтириб юборди. Ахборот энг аввало тор ва муайян маънода қўлланадиган бўлса, у одамларни мамлакат ичкараси ва дунёда рўй бераётган воқеалардан хабардор этиш, янада аниқроқ қилиб айтадиган бўлсак, янгиликлар намойишини англатади. Шу нуқтаи назардан қаралса, телевидениенинг ОАВ сифатидаги информацион вазифасини кенгроқ ва чуқурроқ таҳлил этишга имкон туғилади. Телевизион дастур контексти билан уйғунликда ҳар қандай кўрсатув кўшимча информацион бўёққа эга бўлади.

Замонавий ҳаётимизда ижтимоий ахборотга бўлган эҳтиёжни мунтазам равишда қондириб туриш табиий ҳолга айланиб улгурди. Жаҳонда содир бўлган воқеалар ҳақидаги репортажлар ва оғзаки хабарлардан иборат информацион дастурлар ҳар қандай телеканал кунлик эфир сеткасининг таянч

нуқталари бўлиб қолди. Одатда, бошқа телекўрсатув ва дастурлар янгиликлар блоклари орасида жойлаштириладиган бўлди. Ахборот дастурларининг анъанавий жойи ва вақтидан кўчиришга фавқулодда ҳолатлардагина йўл қўйилади. Айрим ҳолларда янгиликлар дастурига воқеа жойидан уюштириладиган бевосита репортажлар киритилади. Бунинг учун ҳодиса юз берган вақт дастур вақтига мос келиши ва унинг ўзи намойиш этишга арзигулик мазмунга эга бўлиши лозим. Табиийки, барча телекомпанияларда ҳам ўз эфирини бевосита репортажлар билан тўлдириб бориш, “юз берган” эмас, балки “юз бераётган” воқеа-ҳодисалардан хабардор этишга имконият етарли эмас. “Давр” ахборот дастурида бу имконият тўлиқ бўлмагани учун хорижда ҳалигача ўз мухбирига эга эмас. Асосан Тошкент шаҳрида ва вилоятларда ўз мухбирларига эга. Аудиторияга тезкор ахборотни “аралаш” ҳолда етказиш ва шу йўл билан инфор­мацион эҳтиёжни қондириш учун ян­гидан-ян­ги усуллар ишлаб чиқилмоқдаки, бу ўз навбатида телеканалларнинг барча талаб­лари­га жавоб берадиган даражага етиши учун муҳим омил бўлиб хизмат қилаётир.

Экран олдида ўтирган томошабин нафақат Ўзбекистонда бўлаётган янгиликларга, балки дунёнинг бошқа ҳудудларида бўлаётган воқеа-ҳодисаларга ҳам қизиқади. Жаҳон аҳлининг диққат-эътиборида бўлган мавзулар, долзарб масалалар ва турли ўзгаришларга қизиқади. Собиқ Иттифоқ даврида Марказий телевидениенинг “Время” дастури ўзбек томошабинлари учун хабарлар етказувчи асосий инфор­мацион дастур эди. Мустақилликдан сўнг “Ахборот” бош инфор­мацион дастур сифатида майдонга чиққан бўлса, “Ёшлар” телеканал­и мар­казида “Давр”нинг пайдо бўлиши ахборот дастурларига нисбатан муносабат ва қарашни ўз­гар­тирди.

“Давр” ахборот дастурининг барча сонларида турли мавзулардаги хабарлари берилиб борилди. Мавзунини ёритишда журналистлар нималарга эътибор қаратяпти. Айтиш жоизки, “Давр” ахборот дастури ижодкорлари янгиликларни ёритишда ўзига хосликка интилишди. Аввало, долзарблилик

хақида гапирмоқчимиз. “Долзарблилик – ахборотнинг айна шу бугунги кун нуқтаи назаридан муҳимлиги, аҳамиятлилигидир. Бу тушунчаларни баъзан “тезкорлик” билан қориштириб хато қилишади. Долзарблилик шу куннинг ниҳоятда муҳим мавзуларини қамраб олишни, тингловчи ва ўқувчи назарида энг аҳамиятли ва жиддий бўлган муаммоларни қаламга олишни билдиради.”<sup>19</sup>

Телевизион журналистика ҳам бугунги кунда аудиторияни қизиқтирадиган, ўйлантирадиган, ташвишга соладиган, муаммолар билан яшайди. Иқтисодий ислохотларнинг амалга оширилиши, аҳоли турмуш даражасининг аҳволи, бирламчи эҳтиёжманд моллар, маҳсулотларнинг нархи, соғлиқни сақлаш, энг кам маош ва унинг тирикчилик учун етадиган зарур миқдори каби турфа хил муаммолар оммавий ахборий воситасининг доимий диққат –эътиборида бўлади. Дастлабки йилларда дунёда бўлаётган энг муҳим ходисалар “Давр” ижодкорларининг асосий диққат марказида бўлди. Мисол учун, жаҳон ҳамжамияти диққат марказида бўлган Ироқдаги воқеа-ходисалар, Саддам Ҳусайннинг суд жараёнлари мунтазам равишда ёритиб келинди. Мавзунинг муҳимлиги, томошабин қизиқадиган мавзу эканлигидир. Саддам Ҳусайн ўлдириладими ёки йўқ? Бу саволнинг жавоби нима бўлишига қизиққан томошабин информацион дастурнинг кейинги сонларига ҳам қизиқади.

“Давр” дастури “Ахборот”дан айрим жиҳатлари билан ажралиб тура бошлади. “Ёшлар” канали ўзининг замонавийлиги билан халқ эътиборини қозона бошлади. Муҳими шуки, “Давр” материалларни тақдим этиш шаклига кўра, хориж каналлари тажрибасини эслатарди. Уларнинг фақат шакл-шамойилигина ўхшаб кетарди дейиш мумкин. Узатилаётган хабарлар услуби эса тамоман бошқача. “Давр”нинг анъанаси деб айта оладиган жиҳатларидан бири шундаки, унда “Liadline” – “сарлавҳалардаги янгиликлар”га самарали мурожаат этилади. Буни ҳар куни эфирга узатиладиган “Давр” мисолида учратиш мумкин эди. Булардан ташқари, бу ахборот дастурларнинг бир қанча камчиликлари ҳам борки, бу аудиторияни йўқотишга олиб келади.

---

<sup>19</sup> Эрназаров Қ.Т. ва бошқалар. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти, Ўзбекистон Миллий университети, 2002.

“Ассалому-алайкум, куннинг муҳим янгиликлари билан эфирда....” ва бу сўз қулоғимизга таниш бўлган севимли телеканалларимизда ҳар куни янграйди. Одатда, телевидениеда берилаётган ҳар бир кўрсатув таъсир этиш даражаси юқорилиги, кенглиги билан бошқа оммавий ахборот воситаларидан ажралиб туради.

“Давр”да анъанавий қолип ҳукмрон бўлиб, дастлаб расмий хабарлар, кейин маданий-маърифий соҳадаги янгиликлар, хориж хабарлари ва маҳаллий хабар ва эълонлар кетма-кетлиги мавжуд. 2013 йил декабрь – 2014 йил январь-февраль ойларида эфирга узатилган деярли барча кўрсатувларда шаблон ҳукмронлик қилган<sup>20</sup>. Шундай бўлса-да, бугунги кунда ахборот узатиш услуби анча замонавий тусга кирган. Яъни, қисқа ва муҳим янгиликни бериш, уни дўнда баён этиш ва тасвирнинг мукаммалиги мавжуд. Масалан айрим репортажларда тасвир уйғунлиги яққол сезилиб туради.

“Телеянгиликлар дастурларининг аксарияти катта-катта залларда бўлиб ўтган турли тадбирлардан иборат. Буларни киноя қилиб, “зал ичидан” рукнидаги хабарлар ҳам дейишади. “У ерда бу тадбир бўлди, бу ерда у тадбир бўлди” деган жумлалар бир неча бор такрорланиб қолади. Устига-устак ўша тадбирлар ҳам бир хил тарзда шаклланади. Одатдаги янгиликларнинг қолипи шундай: “Кеча фалон жойда фалон тадбир бўлиб ўтди. Унда фалон масала кўрилди. Тадбирда фалон ташкилотдан фалон киши иштирок этди”<sup>21</sup>. “Давр”да тадбирларга кўр урғу берилиши аудиторияни маълум маънода зериктириб қўйиши мумкин.

“Давр” бир хил шакл ва тартибда хабар ва янгиликларни етказишга асосланган. Миллий информацион дастурлар орасида рақобат, ким ўзарга информация бериш ҳаракатийўқ. Дастурлар бир-биридан тубдан фарқ қилмайди. Содир бўлган янгилик аудиторияга маълум бўлса, унинг кейинги ривожини, томошабинга номаълум жиҳатларига урғу бериш зарур. Шунда аудиториянинг дастурларга ортади. Шу ўринда яна бир масалага эътиборни

<sup>20</sup> “Давр”, 2013 декабрь, 2014 йил январь, февраль ойлари сонлари.

<sup>21</sup> [www.google.uz](http://www.google.uz) Хидиров Қ. “Давр” зўрми “Ахборот”?... 07.07.2009.

қаратсак. Информацион дастурни кузатар эканмиз, хориж хабарларига келгандагина мавзунинг кульминацион нуқталарига етиб келгандек бўламиз. Чунки, бироз бўлса-да, жамоатчилик эътиборини тортадиган воқеа жараёнларининг очиқ кўриниши айнан шу хабарларда акс этади. Ўзбекистон тинч бўлса, zilзила, портлашларни воқеа жойидан олиб берадида дейишимиз мумкин. Аммо, бизнинг ҳаётимизда ҳам муаммолар йўқ эмас. Айниқса, чекка вилоятлар ҳаётидаги муаммолар сон-саноксиз. Ҳаётимиз, фақатгина, янги мактаб очилиши маросими, жойларда ўтказилаётган тадбирлар, қабул қилинаётган қарор ва қонунлардан иборат эмас. Бир йилдан ортиқ давр мобайнида кузатганларимиз асосида кўл билан санарли муаммолар мавжудлигига дуч келдик. Улар орасида жиноий ҳаракатлар, мансабдор шахсларнинг судхўрлиги, қишлоқ хўжалигидаги техника билан боғлиқ муаммолар ва шуни ҳам таъкидлаб ўтишимиз керакки, кузатиб борилган дастурларимиз орасида бироз ўлса-да қизиқарли ва эътиборга лойиқ деб юқорида келтириб ўтганларимизни айтиш мумкин. Аммо, битта оғриқли ҳолат – берилаётган хабар ва янгиликларда бизга қизиқ бўлмаган воқеаларга кўп урғу берилишидир. Мамлакатимиз аҳли учун қизиқ бўлмаган воқеалар ҳақида деярли гапирилмайди. Мисол учун, Украинада воқеаларнинг кечиши, ривож тўғрисида деярли ҳеч қандай ахборот берилмади. Журналистлар, сиёсий шарҳловчилар ўз чиқишлари билан муносабат билдириши керак эди.

Информацион дастурларнинг мақсади ва вазифаси хабар бериш, муаммоларнинг ечимини топадиган махсус кўрсатувлар бор дейиш мумкин. Бу фикр ўринли. Лекин, муаммоларга тик қаролмаган информацион дастур ўз аудиториясини кенгайтиролмайди. “Давр”да масаланинг иккинчи томони доим очиқ ҳолда қолмоқда. Эришилган ютуқлар ҳақида бот-бот гапирилади. Муаммолар назардан четда қолади. Информацион дастурда кўпроқ оғриқли нуқталар кўрсатилиб, халқнинг эътиборини ана шу муаммоларга қаратиш лозим.

Информацион дастурлар оммавий бўлишига қарамасдан, чекланган аудиториянинг доимий кўрадиган дастуридир. Бу эса, яхши натижа эмас албатта. Бунга сабаб, халқни Республика ҳаётида жараёнларга қизиқмаганлиги эмас, балки керакли информацияни тополмаганлигидан. Мисол учун, яқиндагина бўлиб ўтган ёмғирли ҳолат, Тошкент шаҳрини сел олиши ҳақидаги хабар ижтимоий тармоқларда, электрон нашрларда берилди<sup>22</sup>. Тошкентда кучли жала сабабли кўчалар сув билан тўлди. Бу ҳолат йўлларда автомобиллар ҳаракатини қийинлаштирди. Facebook’даги “Водители Ташкента” гуруҳи аъзолари томонидан сув босган кўчалар расмлари эълон қилинди. Шунингдек, gazeta.uz сайти томонидан берилган хабарлар ҳам фойдаланувчиларни ўзига жалб қила бошлади. Аммо, биронта телевизион информацион дастур бу ҳақда бир оғиз ҳам гапирмади.

Кўрсатувларнинг ўз тажриба мактаби бўлгани яхши. Турли мавзуларда ҳозиржавоблик билан ранг-баранг усулда ёза билиш, маҳаллий ва халқаро мавзуларда зарур материалларни танлай билиш, умуман, газетада, радиода ёки телевидениеда эътиборли даражада чиқишлар қилиш учун эса журналистлар ўртасида ижодий рақобат ва яна ижодий рақобат бўлиши керак. Назаримизда дастурларда рақобат сезилмаяпти. “Холислик ва ҳаққонийлик журналист учун ҳақиқат, мезон ҳисобланади. Ҳақиқатни тўғри, холис ва қизиқарли қилиб ёзиш учун эса маҳорат керак. Маҳоратсизлик ҳар қандай журналистга панд беради”<sup>23</sup>. Мақолада журналистларнинг маҳорат масалалари тилга олинар экан, бу муаммоларни ечиш йўлида қатор фикр-мулоҳазаларни ўртага ташлайди. Журналистикада юзага келаётган қолип масаласини ўртага қўяр экан, бунинг асосий сабаби сифатида бир қанча мисолларни келтирган. Шу ўринда ҳар икки информацион дастурда касб этикасига унча ҳам мос келмайдиган бир ҳолатга

---

<sup>22</sup> Кучли ёмғир сабабли Тошкент кўчаларини сув босди, daryo.uz, Тошкент кучли ёмғир натижасида сув остида қолди. kun.uz,

<sup>23</sup> “Хуррият” газетаси, 2008 йил 2 апрель

дуч келамиз. Айрим ёш ижодкорлар жанр нималигини билишмайди. Чунки уларнинг аксарияти турли учрашув, семинар-кенгаш ва бошқа тадбирларга бориб, тайёр “пресс-релиз”лардан айнан кўчириб хабар ёзишга жуда мослашиб қолишди. Айниқса, “Давр”да пресс-релиздан фойдаланиш кейинги йилларда жуда кучайган.

Хўш, информаион дастурларнинг аудиториясини кенгайтириш учун қандай дастур тайёрлаш лозим? Бизнингча жонли эфирлар, интершумдан фойдаланган ҳолда мажлислардаги очиқ мулоқотлардан лавҳалар тайёрланса ёки юқоридаги айтиб ўтилганидек ҳар қандай масаланинг кўпроқ муаммоли томонлари ёритилса, информаион дастурларнинг сифати ҳам, аҳамияти ҳам ортар эди.

“Давр” ахборот дастурида хориж хабарларини тайёрлайдиган алоҳида гуруҳ иш олиб боради. Бу гуруҳ янгиликларни излаш, тайёрлаш ва узатишда бир нечта жиҳатларга эътибор қаратади. “Давр” ахборот дастури эфирларини кузатар эканмиз, муҳим бўлган мавзуларга асосий эътибор қаратилади ва биринчи бўлиб узатилади. “Давр” ахборот дастурида хориж мавзуси “Дунё хабарлари” рукнида берилади. Хориж мавзусидаги хабарларни дастурни бошдан охир ўқийдиган бошловчининг ўзи олиб боради. Сўнгра, мухбирларнинг тайёрлаган материаллари берилади. “Давр” нинг хорижда мухбири йўқ. Шунинг учун бошқа хориж телеканалларидан олинган хабарлар асосида рукни тайёрлаб боради. “Ёшлар” телеканали дастурларида дастлабки йилларда Ғарбнинг йирик телехизматлар хабарларидан кенг фойдаланган бўлса, ҳозирда Россия оммавий ахборот воситалари асосий манба сифатида хизмат қилади. “Сегодня”, “Вести”, “Евроњьюс” хабарлари манба сифатида хизмат қиляпти. Эътибор билан қаралса, хабарларни таҳлил этиш жараёнида, бир нечта манба номи кўп ҳолларда кўрсатилмаса-да, экранда уларнинг рамзий белгилари бериларди. Аммо, хабарлар асосида тайёрланган шарҳларда манба номи ҳам ўз жойида бериб кетилса, айти муддао бўларди.

“Давр” ахборот дастурида мухбирларнинг хориждан тайёрланган ва Ўзбекистоннинг ташқи сиёсати ҳақидаги лавҳалар қуйидаги ҳолларда эфирга узатилади.

1. Давлатимиз раҳбарининг хорижга сафари олдида архивдан олинган кадрлар асосидаги шарҳлар;
2. Давлатимиз раҳбари ўз сафари чоғида олиб борган келишувлар, музокаралар ва учрашувлар тўғрисида мухбирлар телефон орқали сафар тафсилотларини етказиб туришади, баъзи ҳолларда Интернет ёрдамида кадрлар намойиш қилинади;
3. Сафардан кейин, “Давр” ахборот дастурининг халқаро мавзуни ёритувчи мухбирлари ўз шарҳларини беришади. Сафар неча кун давом этса, унинг таҳлили, сафар натижалари мунтазам бериб борилади;
4. Дунёнинг турли давлатларидан “Жаҳон” ахборот агентлиги томонидан тайёрланган махсус лавҳалар ҳам баъзида “Давр”да хавола қилинади.

“Давр” дастури хориж янгиликларини узатишда қуйидаги мавзуларга эътибор қаратадилар.

Биринчидан, дунёнинг турли минтақаларида, янада аниқроқ қилиб айтганда қайноқ нуқталарда кечаётган воқеа-ҳодисалар бериб борилади. Қайноқ нуқталарда бўлаётган ҳар қандай воқеа-ҳодиса томошабинни қизиқтиради. Аҳамият қилсак, ўша жойларда кечаётган жараёнларни билиш учун ҳам инфорацион дастурларни кузатаётганлар бор.

Иккинчидан, Ўзбекистоннинг хориждаги ишончли шериклари, уларнинг қарашлари ўз ифодасини топган лавҳаларга асосий эътибор қаратилмоқда. Буларга Россия, Хитой, Жанубий Корея, Германия, Малайзия, Сингапур ва бошқа давлатларни мисол тариқасида келтиришимиз мумкин.

Учинчидан, ахборот оқими узлуксиз ва тартибсиз воқеа-ҳодисалар чегара билмай ҳаракатланади. Бунда ҳар қандай ахборот тафаккурга тажовуз қилиш

мақсадида ҳам юзага келади. Айни шу каби ҳолатларни олдини олиш телевидениеда муҳим саналади. Айрим оммавий ахборот воситалари ўзларининг ахборотлари билан бир давлат ёки мамлакат тинчлигига хуруж солишга ҳаракат қилишади. Ана шу ахборот таҳдидларига қарши бўлаётган норозиликлар ҳақидаги хабарларга ҳам эътибор билан қаралади.

Тўртинчидан, фавқулодда содир бўлган воқеа-ҳодисалар – сув тошқинлари, довуллар, zilзила ва бошқа табиий офатлар тўғрисида хориж хабарларини кузатиб бўлакча ўрин ажратилганига гувоҳ бўлдик. Деярли ҳар куни эфир юзини кўрган дастурларда бу мавзулар, дунёнинг қайсидир бурчагидаги янгиликлар бериб борилмоқда. Аҳамият қилинадиган бўлса, икки ҳолат яъни аянчли воқеа-ҳодисалар (портлаш, авария, сув тошқини, кўчки ва бошқалар), иккинчи ҳолат ғаройиб воқеа-ҳодисаларга эътибор қаратилади. Ҳеч қандай муносабат билдирилмайди. Бетарафлик кайфияти сезилиб туради.

Спорт хабарларини беришда Ўзбекистон спорти билан бирга, жаҳон спорти янгиликлари ҳам бериб борилади. Бу янгиликларнинг асосий қисми энг оммавий бўлган – футбол мавзусига қаратилган. Бошқа мавзулар камдан-кам ҳолатда эфир юзини кўради. Умуман, “Давр”нинг спорт хабарлари бошловчисиз тақдим этилади. Одатдагидек, бирор-бир жойдаги спорт мусобақасидан хабар беради ёки бирданига халқаро футбол мавзусига эътибор қаратади.

Демократик жамиятда ОАВнинг аҳамияти, энг аввало, у тарқатаётган ахборотларга боғлиқ. Матбуотда, асосан, тўрт йўналиш бўйича жамиятга сиёсий ахборот етказиш муҳимаҳамият касб этади. Булар; а)мамлакатнинг сиёсий ҳаёти; б)иқтисодий муаммолар; в) ижтимоий ва маданий ривожланиш масалалари; г) халқаро аҳвол<sup>24</sup>. Бундай ахборот тарқатиш нафақат матбуот, балки бошқа оммавий ахборот воситаларига ҳам таалуқлидир.

“Агар жаҳонда бўлаётган воқеа-ҳодисаларни кузатсангиз, сўзсиз дунёнинг ишлари қизик, деган хулосага келасиз. Ҳамма жойда манфаатлар тўнашуви.

---

<sup>24</sup> Ирназаров К., Маматова Я.Информация в печати, Т., 2000, С.13.

Манфаатлар эса ранг-баранг. Иқтисодий, сиёсий, худудий, маърифий, маънавий...дегандай. Лекин, геосиёсий манфаат ҳаммасидан устунлик қилади. Унинг бош ғояси – бошқаларни ўз йўриғига юритиш. Демак, биров сенинг бойлигинг, худудинг, ҳақ-ҳуқуқинг, устидан эгалик қилиш билан бирга, сенга ўз турмуш тарзини, ахлоқини, мақсад ва интилишларини ҳам (улар қайдаражада ғаразли ёки тажовузкор бўлмасин) мажбур қилиши керак. Бир сўз билан айтганда, сен биров чизиб берган чизикдан четга чиқмаслигинг керак”<sup>25</sup>. Шарҳловчи айтган фикрлар жуда ҳам тўғри. Мамлакатнинг позицияси оммавий ахборот воситаларида ҳам ўз аксини топиши ва кўрсатув ўз услубига эга бўлиши жоиз. Аммо, информацион дастур ҳали тўла маънода ўз услубига, ўзига хослигига эга бўлгани йўқ.

Кузатишларга қараганда, телекўрсатувлар орасида информацион дастурларга кўпчилик эътиборини қаратади. Чунки, одамлар ҳар соат, ҳар дақиқада янгиликка, янги хабарга ташналик сезади. Бу эса, бугунги кун журналистларидан катта масъулиятни талаб этади. Шу боисдан ҳам ахборот дастурлари ижодкорлари зиммасида масъулият юки ниҳоятда катта. Ахир у минглаб томошабинларга шу куннинг энг долзарб, энг сўнгги воқеаларини етказишда маъсул шахс ҳисобланади.

“Давр” информацион дастурида асосан, юртимизда бўлиб ўтадиган ижтимоий-сиёсий воқеалар, жумладан, сиёсий партиялар фаолияти, халқаро конференциялар, юртбошимизнинг хориж давлатлари билан олиб борадиган дипломатик муносабатлари, шунингдек республика миқёсидаги йирик тадбирлар (ёшларнинг камол топиши, салоҳиятини ривожлантириш бўйича яратилган кенг имкониятлар) ёритиб борилмоқда.

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

---

<sup>25</sup> Норматов И. Журъатсиз салоҳият йўқ, “Моҳият”, 4.08.2006.

лозим. Бунинг учун назарий билимларни мустаҳкамлаб, амалда синаган ҳолда жанрлардан оқилона фойдаланиш, уларни ўқувчига осон ва тез етказилишини таъминлаш жоиз. Жанрларнинг ҳилма-хиллиги аудитория эътиборини кўпроқ тортади. Шу билан бирга телевидение фаолиятининг ривожига яхши таъсир қилади.

Шунингдек, 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 хусусидаги ошқора, профессионал таҳлилий материалларни кутади. Информацион ТВдаги туркум кўрсатувларда воқелик ортиқча бўёқларсиз томошабинга етказилади. Бундай шароитда айниқса, ахборий жанрларда холислик, ҳаққонийлик, тезкорлик принципларига эътибор бериш талаб этилади. Бу жиҳатлар журналист учун жуда муҳим.

Фикримизча, ахборот дастурларида мавзу танлаш ва уни эфирга олиб чиқишда ҳар бир журналистнинг қалами ўткир, ақли теран, оқни қорадан аниқ фарқлай оладиган даражада зийрак бўлмоғи мақсадга мувофиқдир. Шу билан бирга улар оқил ва донишманд бўлишлари, жўшқин ҳиссиёт билан яшай туриб, ҳар бир масалага вазминлик билан ёндашишлари зарурдир. Журналист қаламидан тўкилган ҳар бир сатр виждон ҳайқириғи бўлиб янграмоғи лозим. Миллат тақдирида туб бурилиш рўй бераётган ҳозирги паллада бу, айниқса, ўзгача маъно касб этади.

## ХУЛОСА

Журналист давлат билан халқ орасидаги воситачи экан, унинг ўз касбий-ҳуқуқий ва ахлоқий асосларини яхши билиши, амалда қўллаши муҳимдир. Бунинг учун унинг нафақат ахборотни қабул қилиши ва жамоатчиликка етказиш маҳорати, шунингдек тафаккури, маданияти, дунёқарашининг кенглиги ҳам асосий мезондир. Журналист, энг аввало, ҳаётни объектив ёрита билиши лозим. Халқ билан бирга бўлиб, унинг ҳаёт тарзидан келиб чиққан ҳолда кўпчиликнинг хоҳиш-истакларини амалга оширишга ёрдам бериши, шу билан биргаликда жамиятга ахборот етказиб бериш вазифасини ҳам бажаради.

Бугунги кунда телевидениени янгиликлар дастурларисиз тасаввур этиш қийин. Уларда аудиторияни қизиқтирадиган мамлакатимиз ҳаёти солномаси, жамиятнинг ютуқ ва муаммолари ҳақида ҳикоя қилинади. Ахборот дастуридан томошабин биринчи навбатда фактлар ва ҳодисаларнинг чуқур ёритиб берилишини кутади. Мавзуни таҳлил этиб, икки телевизион янгиликлар дастурларини тайёрлаш ва эфирга узатишнинг ўзига хосликларини санаб ўтмоқчимиз:

Биринчидан, жаҳон телеканаллари тажрибасида қўлланилаётган телевизион янгиликлар тайёрлашнинг замонавий услуб ва форматларидан НТВ каналининг “Сегодня” дастурида кенг фойдаланилади. Яъни, оғзаки хабар, ИШ(интершум), синхрон, тўғридан-тўғри уланиш, ярим тўғридан-тўғри уланиш, телевизион сюжет турлари. “Сегодня”дан фарқли равишда “Давр”да оғзаки хабар ва телевизион сюжет форматлари қўлланилади.

Иккинчидан, ҳар икки ахборот дастурида журналистлар гуруҳи шакллантирилган. “Сегодня” дастури Москва, Россия худудида, хорижда ўз мухбирларига эга. “Давр”нинг эса Тошкент ва вилоят мухбирлари фаолият олиб боради.

Учинчидан, жанрлар хилма-хиллиги ҳақида гапирганда, “Сегодня”да жанрлардан фойдаланиш тажрибаси бирмунча юқори. Тўғридан-тўғри эфирлар бор. “Давр”да эса эса телевизион лавҳа, ҳисобот жанрлари қўлланилади.

Тўртинчидан, жаҳон жамоатчилиги эътиборида бўлган мавзуларни танлаб, томошабинга етказилаётгани “Сегодня”нинг муваффақиятли жиҳатларидан бири ҳисобланади. “Давр” эса дунё ҳамжамияти эътиборини тортаётган ходисалардан бироз узокда.

Бешинчидан, ҳаётимизга ахборот-коммуникация технологияларининг кириб келиши, Интернет ривожини интерактивликни кучайтирмоқда. “Сегодня”нинг барча эфирларини [www.ntv.ru](http://www.ntv.ru) сайтида томоша қилиш, фикр билдириш мумкин. “Давр” кўрсатувлари билан [www.mtrk.uz](http://www.mtrk.uz) сайти орқали томоша қилиш мумкин. [www.ntv.ru](http://www.ntv.ru) тажрибасини миллий инфор­мацион дастурларга ҳам қўллаш жоиз.

Ишни ўрганиш асносида қуйида камчиликлар кузатилди:

- “Давр”даги энг катта камчилик эфирга узатилаётган сюжетларда ҳаётийликдан кўра расмийлик асосий планга чиқиб қолгани ҳисобланади. Бу эса томошабинни экрандан узоқлаштиради;

- дастур хабар етказиш билан чегараланиб қоляпти. Яъни, “тадбир ўтказилди”, “учрашув ташкил қилинди”, “йиғилиш бўлиб ўтди” кўринишидаги хабарлар аудиторияни меъдасига тегиб улгурди. Ахборот етказиш усулини ўзгартириш керак;

- мутахассислар малакаси соҳасида муаммолар бор. Пресс-релизларга таянган ҳолда лавҳа тайёрлаш одат тусини олган. Бу ўсиш эмас, шаблонга тушиш ҳисобланади;

- хориж хабарларининг шу куннинг ўзида ва эртаси куни бир неча марта такрор берилиши асосий муаммолардан яна бири. Дунёда янгилик бераётган хориж каналлари жуда кўп бўлиб, “Давр” бир нечта хориж каналлари билан чекланиб қолган;

- телевизион янгиликларнинг турли форматларидан фойдаланиш “Давр”да умуман йўқ. Хабарларни тақдим этишда турли шакллар, хариталар, чизмалардан фойдаланиш ҳам информацион кўрсатувнинг ўзига хослигини таъминлайди;

- жанрлардан фойдаланиш ҳам талаб даражасида эмас. Бу борада ижодкорларда изланишлар етишмаслиги. Асосан лавҳа, ҳисобот, камдан-кам ҳолатда репортаж берилади;

Телевизион янгиликларни тайёрлаш ва узатишнинг ўзига хосликларини ўрганиб, соҳага доир айрим муаммоларни санаган ҳолда, қуйидаги тавсияларни бермоқчимиз.

- миллий телеканалларда ахборот етказишнинг янгича, жаҳон аудиовизуал журналистика тажрибасида қўлланилаётган усул ва форматларини амалиётга жорий қилиш керак;
- тўғридан-тўғри эфирга чиқиш чора-тадбирларини кўриш керак. Бунинг учун ҳар “Давр” дастурида техник имкониятлар етарли;
- бирорта давлатда “Давр”нинг ўз мухбири йўқ. Канал хорижда ҳам ўз мухбирларига эга бўлиши, хабар ва янгиликларни етказиб туриш пайти келди. Воқеа жойидан туриб янгилик узатиш, жонлилик телевидениенинг энг асосий шартларидан биридир. Бунинг ҳам чораларини излаш пайти келди.
- халқаро мавзудаги чиқишлар савиясини ошириш, халқаро журналистикани яхши тушунадиган ёшларни кўрсатувларга жалб этиш зарур. Халқаро мавзу хабар беришдангина иборат бўлиб қолмоқда.

Юқорида берилган таклифлар инфор­ма­цион дастурлар салоҳиятини оширишга хиз­мат қилади.

## **ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ**

### **I. НАЗАРИЙ ВА МЕТОДОЛОГИК АДАБИЁТЛАР**

- 1.1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2008. – 40 б.
- 1.2. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги (янги таҳрири) Қонуни // Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. – Т., 2009.
- 1.3. Ўзбекистон Республикасининг “Журналистик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонуни // Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. – Т., 2009.
- 1.4. Ўзбекистон Республикасининг “Муаллифлик ҳуқуқлари ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида”ги Қонуни // Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. – Т., 2009.
- 1.5. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни // Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. – Т., 2009.
- 1.6. Каримов И.А. Ўзбекистон: миллий истиқлол, иқтисод, сиёсат, мафкура. Ж. 1. – Т.: Ўзбекистон, 1996. – 364 б.
- 1.7. Каримов И.А. Биз келажакимизни ўз қўлимиз билан қура­миз. Ж. 7. –Т.: Ўзбекистон, 1997. – 410 б.
- 1.8. Каримов И.А. Озод ва обод Ватан, эркин ва фаровон ҳаёт – пировард мақсадимиз. Ж. 8. – Т.: Ўзбекистон, 2000. – 528 б.
- 1.9. Каримов И.А. Ватан равнақи учун ҳар биримиз масъул­миз. Ж. 9. – Т.:

Ўзбекистон, 1997. – 432 б.

1.10. Каримов И.А. Хавфсизлик ва тинчлик учун курашмоқ керак. Ж. 10. – Т.: Ўзбекистон, – 432 б.

1.11. Каримов И.А. Биз танлаган йўл – демократик тараққиёт ва маърифий дунё билан ҳамкорлик йўли. Ж. 11. – Т.: Ўзбекистон, 2003. – 320 б.

1.12. Каримов И.А. Тинчлик ва хавфсизлигимиз ўз куч-қудратимизга, ҳамжихатлигимиз ва қатъий иродамизга боғлиқ. Ж. 12. – Т.: Ўзбекистон, 399 б.

1.13. Каримов И.А. Жамиятимизни эркинлаштириш, ислохотларни чуқурлаштириш, маънавиятимизни юксалтириш ва халқимизнинг ҳаёт даражасини ошириш – барча ишларимизнинг мезони ва мақсадидир. Ж. 15. – Т.: Ўзбекистон, 2007. – 320 б.

1.14. Каримов И.А. “Ўзбекистон Президенти И.А. Каримов оммавий ахборот воситалари ҳақида”: Тўплам. – Т.: Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро жамоатчилик маркази, 1997. – 214 б.

1.15. Каримов И.А. Юксак маънавият – енгилмас куч. – Т.: Маънавият, 2008. – 176 б.

1.16. Каримов И.А. Энг асосий мезон – ҳаёт ҳақиқатини ақс эттириш. – Т.: Ўзбекистон, 2009. – 24 б.

## **II. МОНОГРАФИЯ ВА ТЎПЛАМЛАР, МАХСУС АДАБИЁТЛАР**

2.1. Абдухолиқов И., Телевидениеда одоб-ахлоқ меъёрлари(халқаро журналистиканинг олтин қоидаси)/ Электрон оммавий ахборот воситаларида маънавий-маърифий масалаларнинг ёритилиши: назария ва амалиёт (илмий мақолалар тўплами), Т.: 2012.

2.2. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста: Учеб. пособие. – М.: Изд-во МГУ. – 2003. – 272 б.

2.3. Акбаров Ҳ. Кино-, теледраматургия: назария ва амалиёт. – Т.: Ilm ziyo, 2006. – 176 б.

- 2.4. Акбаров Х. Кино санъати тарихи, - Т.: Toshkent islom universiteti, 2005. – 240 б.
- 2.5. Арифханова С. Телевизионная журналистика. – Т., 2007. – 66 б.
- 2.6. Аҳмедова М. Журналистика ва психология. – Т.: Шарқ, 2010. – 192 б.
- 2.7. Бердиқулов А. Си-Эн-Эн телехизмати / С.Умиров таҳрири остида. – Т.: ЎзДЖТУ, 2004. – 74 б.
- 2.8. Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. Ин-т современного искусство. – М., 1997. – 280 с.
- 2.9. Ворошилов В.В. Журналистика. Учебник. 4-е изд. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А. – 2002. – 656 с.
- 2.10. Гидденс Э. Социология. – Т.: Шарқ, 2002. – 848 б.
- 2.11. Дўстмуҳаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил: Монография. – Т.: Янги аср авлоди, 2007. – 212 б.
- 2.12. Дўстқораев Б. Ўзбекистон журналистикаси тарихи: Дарслик. – Т.: Ф.Ғулом нашриёти, 2009. – 380 б.
- 2.13. Засурский Я.Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий, // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия / Отв. ред. Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова. М.: Изд-во МГУ. – 2000.
- 2.14. Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1991-2007. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 560 с.
- 2.23.
- 2.15. Ирназаров К., Маматова Я. Информация в печати, Т.: 2000.
- 2.16. Исмаилова К. В режиме прямого эфира. – Т.: Междунар. центр переподготовки журналистов. – 2007. – 74 б.
- 2.17. Каримов А. Телевидение Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 1973;
- 2.18. Каримов А. Аудиовизуал журналистика (тележурналистика). Журналистика факультетлари талабалари учун ўқув-услугий ва амалий қўлланма. – Т.: ЎзДЖТУ, 2012. – 80 б.

- 2.19. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. 4-е изд. – М.: Изд-во МГУ, 2002. – 304 б.
- 2.20. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. 2-е изд. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 400 б.
- 2.21. Кидмон М. “Ахборий жамият шартлари”, Бонн 2002.
- 2.22. Луғат-маълумотнома. Журналистика, Реклама, Паблик Рилейшнз. 1700та атама. Муаллифлар ҳайъати. Ф.П.Нестеренко (раҳбар) Т.: Зар қалам, 2003. – 400 б.
- 2.23. Муҳамедов М., Файзиева Ф., Аблаева В. Телевидение асослари. – Т.: Voris-nashriyot, 2009. – 152 б.
- 2.24. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для ВУЗов. – М.: Аспект пресс, 2000. – 400 с.
2. 25. Льюс Б. Диктор телевидения, М.: 2004.
- 2.26. Муминова Ф.И. Международная журналистика: теория и практика. – Т.: УМЭД–PATENT-PRESS, 2006. – 192 б.
- 2.27. Мухаммад аль-Бухари. Общественные отношения и международный информационный обмен. – Т.: ТГИВ, 2001. – 120 с.
- 2.28. Мухаммадиев Р. Публицистика ва унинг жанрлари. – Т.: ТошДУ, 1981. – 124 б.
- 2.29. Мўминов Ф.А. Журналистика ижтимоий институт сифатида. – Т.: Университет, 1998. – 175 б.
- 2.30. Мухаммаджонова Ф. “Интернет:хабарлар рақобатининг қизгин нуқтаси”, Интернет журналистика, Т.: MRC- Tashkent, 2005.
- 2.31. Нестеренко Ф.П., Эрназаров К.Т., Маматова Я.М. Труд журналиста: профессионализм, творчество, мастерство: Учеб. пособие. Часть 1. – Т.: ZAR QALAM, 2002. – 183 с.
- 2.32. Ортиқова Ю. Интерактив журналистика. – Т.: Мумтоз сўз, 2011. – 90 б.
- 2.33. Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия: интерактивное поле общения. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 224 с.

- 2.34. Почепцов Г. Теория и практика коммуникации. – М.: Центр, 1998. – 352 с.
- 2.35. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов / Е.П. Прохоров – 7-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 308 с.
- 2.36. Рахматуллаева И. Телевидение ва ёшлар: кеча ва бугун. – Т.: Янги аср авлоди, 2005. – 136 б.
- 2.37. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. Ўқув қўлланма. (Қ.Т. Эрназаров умумий таҳрири остида). – Т.: ЎзМУ, 2002. – 208 б.
- 2.38. Система Средств Массовой Информации России. Под редакцией Я.Н.Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 264 б.
- 2.38. Телерадиоэфир: история и современность. Под ред. Я.Н.Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 240 б.
- 2.39. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 382 с.

### **III. ДИССЕРТАЦИЯ ВА АВТОРЕФЕРАТЛАР**

- 3.1. Алламбергенова П. Қ. Қорақалпоғистон телевидениесининг жанрлари: мавзулар, журналистик ёндашув ва ривожланиш тамойиллари (2000-2006 йиллар). Филология фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. – Т.: ЎзМУ, 2007. – 24 б.
- 3.2. Артиқова Ю.А. Ўзбекистон радиосида интерактивлик: тамойиллар, усуллар, эфирда ишлаш воситалари. Филология фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. – Т.: ЎзМУ, 2009. – 26 б.

### **VI. ЧЕТ ТИЛИДАГИ МАНБАЛАР**

- 4.1. “Television Production”, “Brown & Benchmark publishers”. Thomas D. Burrows. USA. – 1995.
- 4.2. Andrew G.S. World Radio TV Handbook. Amsterdam 1994.

### **V. ДАВРИЙ НАШРЛАР**

- 5.1. Абдухолиқов И. Телевидение режиссураси // Садо. – 2007. – 11 январь.
- 5.2. Абдухолиқов И. Тележурналист устахонасидан // Садо. – 2007. – 2 февраль.
- 5.3. Норматов И. Журъатсиз салоҳият йўқ, “Моҳият”, 4.08.2006.
- 5.4. Тошпўлатова Н. Ёшлар ОАВ имиджи // Ўзбекистон матбуоти. – 2008. №1. – Б.28-29
- 5.5. ЎзМТРК архиви ва видеотекаси материаллари.
- 5.6. “Сегодня”, “Сегодня итоги” дастурлари архиви.

## **VI ИНТЕРНЕТ МАНБАЛАРИ**

- 6.1. [www.gov.uz](http://www.gov.uz)
- 6.2. [www.mtrk.uz](http://www.mtrk.uz)
- 6.3. [www.ntv.ru](http://www.ntv.ru)
- 6.4. [daryo.uz](http://daryo.uz),
- 6.5. [kun.uz](http://kun.uz)
- 6.6. [www.google.uz](http://www.google.uz) Хидиров Қ.”Давр” зўрми “Ахборот”?... 07.07.2009.

## **VII. ТАДҚИҚОТНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ ЎЗ ИФОДАСИНИ ТОПГАН МАҚОЛАЛАР:**

7. 1. Муҳаммадова Д. Телевизион янгиликлар тайёрлашда “Давр” тажрибаси. “Замонавий масс медианинг янги тенденциялари ва долзарб муаммолар” мавзuidaги талабалар илмий-амалий анжумани материаллари.– Тошкент, 2014. –Б.76-78.

