

**2016 йил 23 декабрь куни “Медиаълим” мавзусига бағишланган
конференциянинг 2-тўпламига кирган мақола**

**РЕКРЕАТИВ МЕДИАМАТНЛАР – ЖУРНАЛИСТИКА
САМАРАДОРЛИГИНИ ТАЪМИНЛОВЧИ ОМИЛ СИФАТИДА**

*Амрулло КАРИМОВ,
ЎзДЖТУ кафедра мудири*

Оммавий ахборот воситалари жамият ҳаётида алоҳида аҳамият касб этаётган бир пайтда унинг янгича тип ва кўринишлари ҳам пайдо бўлмоқда. А.С.Микоян медиаматнларни бир неча турларга бўлади. Яъни, янгиликлар; шарҳлар; турли мавзулардаги таҳлилий обзорлар (сиёсат, иқтисодиёт, жамият ҳаёти, ижтимоий муаммолар, маънавият, маданият, фан ва бошқалар); интервью; спорт хабарлари ёки репортажлар; реклама материаллари ва бошқалар¹. Медиаматнларга қўйилаётган талаблар йилдан-йилга ўсиб, ўзгармоқда. Жамиятдаги ўзгаришлар, аудитория талабининг кескин сурабда ошиб бораётгани янгича ёндашувларга олиб келаётир.

XX-асрнинг сўнгги ўн йиллигида хусусий радиостанциялар ва “сарик матбуот” деб аталувчи нодавлат матбуот нашрларининг пайдо бўлиши ижтимоий ҳаётда қатор ўзгаришларга олиб келди. Аудиториянинг оммавий ахборот воситаларига бўлган муносабати тубдан ўзгарди ва талаби ошди. Анъанавий радиоёшиттиришларни тингловчиларнинг қабул қилиш даражаси бироз пасайди. Давлат газеталаридаги материаллар ўқувчини қизиқтирмай қўйди. Хусусий радиостанциялар ва матбуот нашрларида янгича кўринишдаги медиаматнлар пайдо бўлди. Шов-шувга асосланган, бирозгина енгил қабул қилинадиган, айрим мутахассислар фикрича енгил-елпи деб қаралаётган материаллар пайдо бўлди. Яъни, собиқ иттифоқ даврида

¹ Микоян А.С., Проблемы перевода текстов СМИ: учебное пособие. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / отв.ред.М.Н.Володина. М.Изд-во МГУ, 2003.-С.23.

шаклланган, таъбир жоиз бўлса, бир қолипдаги медиаматнлар эндиликда оммани қониқтирмай қўйди. Қатъий сценарийга асосланган эшиттиришлар аста-секин ўз ўрнини тўғридан-тўғридан эфирларга, бошловчи ва тингловчи мулоқотига, диалогларга бўшатиб берди. Хусусий радиостанциялардаги интерактив мулоқотлар давлат радиоканалларига ислохотларни олиб кирди. Олдинлари оқшом пайтида бир соатли жонли эфир бераётган давлат каналлари тўғридан-тўғри дастурларни кўпайтирди. Бу тажрибани биринчи бўлиб “Ёшлар” радиоканали бошлаб берди ва кейинчалик бошқа давлат радиоканаллари ҳам амалда қўллай бошлади.

Фалсафий нуқтаи назардан медиаматн реал ижтимоий ҳаётни оғзаки нутқ, тасвир ва рамзлар орқали англашни англатади. Телевизион журналистикада “овоз – нутқ – тасвир” муҳим аҳамият касб этади. Мазкур уч унсур кейинги йилларда телевидение соҳасида қатор ўзгаришлар рўй беришига олиб келди. Телевизион медиаматнларнинг бир қанча турларга: журналистларнинг алоҳида ижодий ишлари, бадий фильм ёки сериал матни, телетрансляция (концерт, спектакллар)матнлари, реалити шоулар матнлари, реклама матнлари, рекреатив медиаматнларга бўлинади.

Россиялик мутахассис Е.В.Струкова“Телевизионный новостной сюжеткак разновидность медиатекста” сарлавҳали мақоласида телевизион янгиликларга хос бўлган икки жиҳатга эътибор қаратади. Уларнинг биринчиси янгилик тақдим этадиган телевизион медиаматнлар учун икки жиҳат, яъни биринчиси, “телевидениега хослик” (телевизионность), кейингиси “янгилик даражаси” (новостность)ни алоҳида кўриб чиқади². Муаллиф телевидение табиатигагина хос бўлган уч унсур - “овоз – нутқ – тасвир” инобатга олинишини таъкидлайди. Маълумотнинг янгилиги ҳақида гапирилар экан, долзарблик унинг асосий характерли жиҳати эканлиги келтириб ўтилади. “Бугун”, “ҳозир”, “шу дақиқаларда” содир бўлаётган

²Струкова Е.В.Телевизионный новостной сюжет как разновидность медиатекста, Вестник Ставропольского государственного университета, 56/2008, -С.143-149.

воқеа-ҳодисалар экранда намоён бўлса, хабарнинг янгилиги ана шу сўзлар билан белгиланади.

Ўз ўрнида эфир учун мўлжалланган ҳар қандай медиаматнэкраннынг ўзига хосликлари, телевидение табиати инобатга олингани ҳолда яратилади. Филология фанлари номзоди Г.Нишонова “Аудиовизуал ахборот воситалари бизни кун давомида таъқиб этиб, ҳаёт тарзимизни ҳам белгиламоқда, дунё воқеаларидан хабардор қилмоқда, тарбияламоқда, таълим бермоқда, кўнглимизни хушнуд қилмоқда. Бу эса замонавий шахс тафаккури, дунёқарашилини ўзгаришига, маданий қарашларига, кадриятларга ўзгача муносабатининг шаклланишига сабаб бўлмоқда”³.

Ҳар қандай телевизион асар, жумладан рекреатив характердаги медиаматн томошабин онги ва қалбига кириб бориши тучун томошабинда қизиқиш уйғотувчи бир қанча омиллар мавжуд бўлиб, буларгазиддиятли ҳолатлар (жараённинг кечиши: зиддиятнинг юзага келиши, ривож, нима содир бўлгани, ким ғолиб ёки мағлуб бўлгани, ечими);томошабинга руҳан яқинлиги (ўз ҳовлингдаги тўполон, қўшни ҳовлида бўлаётган шовқиндан кўра қизиқарли);ҳиссиёт уйғота билиши;маълум шахслар билан алоқадорлиги (агар у машҳур шахслар билан боғлиқ бўлса, бу янадаям қизиқарли тус олади);ноодатийлиги (ит одамни тишлагани эмас – одам итни тишлагани каби);фойдалилиги; аудитория манфаатларининг ҳисобга олиниши зарур.

Рекреатив телевизион кўрсатувларда яқиндагина тасвирга туширилган профессионал кадрлардан кўра, архив материаллари, тезкор тасвирлар, ҳаваскорлик ишларидан фойдаланилиши томошабинни кўпроқ қизиқтиради. Биргина “YouTube”орқали берилаётган видеоларнинг сифатидан қатъий назар омма уларни севиб томоша қилади ва бу ҳаваскорлик асарлари тезда машҳур бўлиб кетади.“Тошкент” телеканалининг ўзбек ва рус тилларида эфирга узатиловчи “Мобил камера” телелойиҳасининг машҳур бўлишига

³Нишонова Г. Кино ва телевидение:коммуникатив фаолият қирралари, “Барҳаёт мерос бадий коммуникация таркибида”(илмий очерк ва мақолалар тўплами), Т.:2013.-Б.125-141.

сабаб бўлувчи омилларнинг энг асосийлари –томошабинга руҳан яқинлиги, ҳаётийлиги ваоммада ҳиссиёт уйғота олишидир. Мобил сюжетларнинг муаллифи ҳамда томошабини томошабинларнинг ўзидир. Кўрсатувга томошабинлар томонидан суратга олинган “телеасарлар” жўнатилади ва эфирга узатилади.

Хулоса шуки, бугунги томошабин табиий овоз билан тасвир бирга ёзилувчи интершум, муайян маънони англатувчи табиий шовқинлар – олқишлар, ишқибозлар қичқирғи, сувнинг шилдираб оқиши кабиларни ифодаловчи life (инглиз тилидан таржима қилинганда “ҳаёт”)лар кўрсатув томошабинбоплигини таъминлайди. Лайф томошабинда воқеа-ҳодиса рўй бераётган жойда бўлгандек ҳиссиётни кечиш, баҳсларда иштирок этиш имкониятини беради ва кўрсатувга ўзгача руҳ бағишлайди. Рекреатив видеоларга хос бўлган яна бир жиҳат, соҳага овозли кинодан кириб келган синхронларга муайян талаб қўйилмаслигидир. Амалда мутахассислар синхронларнинг хронометражини 25 (баъзи манбаларда 20) сониядан ошмаслигини таъкидлайдилар. Аммо, “YouTube” ёки бошқа ижтимоий тармоқларда, “Мобил камера” сингари кўрсатувларда берилаётган сюжетлар учун профессионал талаб қўйилмайди. Мобил камералар орқали тасвирга олинган кадрлар жамият ҳаётига яқинлиги боис, аудитория уларни тез, осон ва севиб қабул қилади. Бир сўз билан айтганда, ахборот ва дам олиш функциясининг ҳамкорликда бажарилиши журналистиканинг жамиятдаги самарадорлигини белгиламоқда.