

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС

ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ

**АУДИОВИЗУАЛ ЖУРНАЛИСТИКА ВА ОММАВИЙ
КОММУНИКАЦИЯ КАФЕДРАСИ**

АБДУРАҲМОНОВА МОҲИРАБОНУ

**Мавзу: ТЕЛЕВИЗИОН ДАСТУРЛАРДА ИНТЕРАКТИВЛИК:
аудитория билан мулоқот муаммолари**

мавзусида 5A220102 – халқаро журналистика таълим йўналиши магистр
академик даражасини олиш учун

МАГИСТРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ

ТОШКЕНТ-2016

М У Н Д А Р И Ж А

Кириш	3
I боб. Интерактив жараённинг умумий хусусиятлари	
1.1. Интерактивликнинг хусусиятлари ва талаблари	11
1.2. Интерактив усуллардан фойдаланишнинг ютуқ ва муаммолари.....	19
1.3. Интерактив жараёнда аудиториянинг ўрни.....	27
I боб бўйича хулоса	34
II боб. Телевизион кўрсатувларда интерактивлик	
2.1. Интерактив телевидение кўрсатувларининг бошқа ОАВдан фарқи	35
2.2. Интерактив мулоқотда тележурналистнинг маҳорати	45
2.3. Интерактив дастурларда телеэфир маданияти	56
II боб бўйича хулоса	66
III боб. Интерактив телевидениенинг истиқболлари	
3.1. Спорт шарҳларида ва кўрсатувларида аудиториянинг иштироки..	68
3.2. Ток-шоуларда интерактив усуллар орқали янгича ёндошувни олиб кириш.....	79
3.3. Хориждаги интерактив дастурлардан намуналар	89
III боб бўйича хулоса	93
Хулоса.....	95
Фойдаланилган адабиётлар ва манбалар рўйхати	102
Иловалар	106

КИРИШ

**“...Ахборот эркинлигини таъминламасдан,
оммавий ахборот воситаларини одамлар
ўз фикри ва ғояларини, содир бўлаётган
воқеаларга муносабатини эркин ифода
этадиган минбарга айлантирмасдан туриб,
демократияни чуқурлаштириш ва аҳолининг
сиёсий фаоллигини ошириш, фуқароларнинг
мамлакат сиёсий ва ижтимоий ҳаётидаги амалий
иштироки тўғрисида сўз юритиб бўлмайди,
деган тушунча жамоатчилигимиз ўртасида
тобора кучайиб ва мустаҳкамланиб бормоқда”.**

Ислом Каримов

Биз бугунги кунда жаҳоннинг турли нуқталарида рўй бераётган ҳар қандай воқеа-ҳодисалар ҳақида оммавий ахборот воситалари орқали тўғридан-тўғри ахборот олиш имкониятига эга бўлмоқдамиз. Шундай экан, бу борада оммавий ахборот воситалари ижодкорларининг ҳам катта масъулият ва шараф билан ҳисса қўшаётганликларини таъкидлаб ўтишимиз лозим. Юртбошимиз Ислом Каримов таъкидлаганларидек, “...Бугун биз яшаётган шиддатли XXI асрда замоннинг ўзи, ҳаётимизга кескин суръатлар билан кириб келаётган глобаллашув жараёнлари Ўзбекистон оммавий ахборот воситалари ва журналистлар аҳли олдида бизнинг эзгу мақсадимиз бўлган демократик давлат, кучли фуқаролик жамияти барпо этиш йўлида ғоят муҳим, долзарб вазифа ва талабларни қўймоқда”.¹ Бу борада,

¹ Каримов И.А. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси. (ЎзР Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маъруза. 2010 йил 12 ноябрь.)

телевидениенинг ҳукукий-демократик давлат ва фуқаролик жамиятини куришда тутган ўрни ва роли юқори бўлиб, мамлакатнинг ўтмиши, бугунги куни ва келажаги ҳақида ҳаққоний ва юқори савиядаги кўрсатувлар тайёрлаш бугуннинг энг долзарб ва муҳим вазифаларидан бири ҳисобланади. Ва бу борада юртбошимизнинг юқорида таъкидлаган фикрлари муҳим дастурамал бўлиб хизмат қилади. Шу боисдан ҳам, оммавий ахборот воситалари тизими ичида энг халқчил ва энг таъсирчан бўлган электрон алоқа воситаси бу телевидение ҳисобланади. Мазкур соҳанинг жамият тараққиётида бекиёс ўрни борлигини инобатга оладиган бўлсак, ҳали олдинда қилиниши керак бўлган кўплаб долзарб ва залворли вазифалар кутиб турибди.

Журналистика замон билан ҳамнафаслик демакдир. Қачонлардир матбуот – одамлар учун энг мароқли овунчоқ ва хур фикрлар майдони бўлиб хизмат қилган эди. Вақт ўтиши билан бу хусусиятлар ва омманинг қизиқиши радиога қаратилди. Инсон тафаккури “ойнаи жаҳон” тилсимларига йўл топгани эса ўз-ўзидан телевидение даври, башариятнинг улкан ютуғи сифатида эътироф этилди. Даставвал ниҳоятда ибтидоий кўринишда бўлган оммавий ахборот воситалари хусусан, телевидение замонлар оша ўз қиёфасига эга бўлди, даврнинг энг муҳим воқеликлари, янгиликлари, тафсилотларининг интиқосига айланди. Айни шундай замон билан ҳамнафаслик руҳи, янгиликка интилиш кайфияти сабаб, ТВ бугунги кундагидек ранг-баранглик ва ўзгача мақом касб этди. “Телевидение оммавий ахборот воситасигина бўлиб қолмай, балки ижоднинг бир тури ҳамдир. Ижоднинг ҳар бир тури ўзига хос бадиий унсурга эга бўладики, у ижодкор ўз ғоясини рўёбга чиқариши учун ишлатадиган техник усуллар ва тасвирий ифода воситалари йиғиндисидан иборат”.²

Аҳолини турли воқеа-ҳодисалардан воқиф қилиш, одамларнинг маданиятини ошириш, маънавиятини бойитиш, дунёқарашини тўғри шакллантиришда телевидениенинг ўрни ва аҳамияти жуда катта. Шунингдек,

² Ибрагимов Ш. Тележурналистика асослари /маърузалар матни/ - Тошкент: Университет, 2000. - Б.26.

телевидениенинг таъсир доирасида ахборот тарқатиш, маданий-маънавий онгнинг бойиши, ватанпарварлик, ақл-заковатнинг ортиши каби вазифаларнинг аҳамияти ошиб бормоқда.

Диссертация мавзусининг долзарблиги. Бугун биз ахборот асрида яшаётган эканмиз, ўтаётган ҳар бир кунимизни янгиликларсиз тасаввур этиб бўлмайди. Ва шуниси ҳам муҳимки, одамлар ўша долзарб ахборотларга ўз муносабатларини ҳам билдиришлари янгича тараққиёт босқичлари пайдо бўлишини тақазо этади. Шундай экан, одамларнинг манфаатларини ҳимоя қилишда, уларнинг олиб борилаётган сиёсатга ва изчил кечаётган жараёнларга шахсий фикр-муносабатларини билдиришларида хоҳлаган вақтда хоҳлаган ахборотни олишларида оммавий ахборот воситаларининг ўрни ва аҳамияти катта ҳисобланади. Зеро, мамлакатимиз раҳбари Ислом Каримов “Оммавий ахборот воситалари воқеликни акс эттириш борасида фақатгина ёритувчи ва ифодаловчи бўлиб қолмасдан, авваламбор, одамлар манфаатларининг ҳимоячиси бўлиши, журналистлар эса бу ўта оғир, кучли иродани талаб қиладиган жабҳада том маънода фидойилик кўрсатмоғи лозим.

Яна бир муҳим вазифа – дунёдаги замонавий ахборот технологиялари билан бирга, юксак профессионал маҳоратни эгаллаш, етук мутахассислар, таҳлилчи ва шарҳловчиларни, мухтасар айтганда, ўз касбининг ҳақиқий устаси бўлган журналистларни тайёрлашдан иборат, десак, ҳар томонлама тўғри бўлади”³ – деб бежизга таъкидламаганлар. Ҳозирда мамлакатимизда хусусий телеканаллар билан биргаликда давлат тасарруфидаги телеканаллар ҳам фаолият юритмоқда. Ҳукуматимиз томонидан мазкур телеканалларга катта эътибор қаратилаётган бир пайтда, соҳа вакиллари ҳам ўзларига билдирилган юксак ишончни оқлашлари лозим. Айнан телевидение соҳасида иш юритаётган журналистлар фуқароларнинг мамлакат сиёсий ва ижтимоий ҳаётидаги амалий иштирокини таъминлашга доир, уларнинг сиёсий онгини

³ Каримов И. Биз келажакимизни ўз қўлимиз билан қураимиз. – Т.: Ўзбекистон, 1998 йил. – Б.391

юксалтиришга оид, шунингдек, давлат ва халқ манфаатларини ҳимоя қиладиган янги телелойиҳалар устида иш олиб бориб, уни амалиётга тадбиқ қилишлари лозим. Шундай экан, бу борада уларга айнан интерактив хизматлар ёрдам беради. Теледастурлар интерактив усуллардан фойдаланилган ҳолда иш олиб борилса, оддий томошабин ҳам масофадан туриб, бевосита кўрсатувларда иштирок этиши, кўрсатув жараёнига таъсир кўрсата олиши мумкин. Натижада янгича кўринишдаги дастурлар вужудга келади. Бунинг ўзига хос ютуқ ва муаммоли томонлари ҳам бўлади. Яъни, телевидениеда интерактив усуллардан фойдаланишнинг ўзига хос истиқболлари ва муаммоли жиҳатлари ҳам мавжуд.

Ўрганилаётган мавзунинг долзарблиги шундан иборатки, юқорида таъкидланган телевидениеда интерактив хизматларни жорий этиш, аҳолини интерактив телевидениенинг имкониятларидан бохабар қилиш, интерактив телевидениенинг ўзига хос ютуқлари ва муаммоларини кўрсатиш, интерактив жараёнда журналистлар билан биргаликда томошабин аудиториясининг ҳам эфир маданияти талабларига риоя этишларига доир бўлган жиҳатларни мазкур ишда очиб беришни бугунги даврнинг ўзи талаб этмоқда.

Тадқиқот объекти ва предмети. Объект сифатида Ўзбекистон миллий телерадиокомпанияси таркибидаги барча телеканаллар танланилди. Телеканаллар дастурларидан ўрин олган энг оммабоп ток-шоулар ҳам мавзунинг асосий объекти ҳисобланади. Манбаа сифатида мавзуга оид Ўзбекистон ва хорижда чоп этилган адабиётлардан ҳамда телевидение кўрсатувларидан ва турли интернет сайтларидан кенг фойдаланилди.

Шунингдек, мазкур ишнинг мазмунини кенгроқ тушунтириш мақсадида хориждаги интерактив телеканал ва кўрсатувларни таққослашга ҳаракат қилинди.

Даврий нашрларда чоп этилган мавзуга оид маълумотлар, журналистлар маҳорати ва интерактив телевидениега оид адабиётлар, мазкур мавзу

юзасидан олиб борилган тадқиқотлар илмий ишнинг предмети вазифасини ўтайди.

Тадқиқотнинг мақсад ва вазифалари. Бугунги глобаллашув шароитида оммавий ахборот воситаларининг асосий мақсади, кенг омманинг мафкураси, қизиқишлари, талаблари, хоҳиш ва истаклари билан ҳисоблашиш, ҳамда уларга мослашишдан иборат. Катта аудиториянинг қизиқишларидан келиб чиқиб, фаолият йўналишлари белгиланилади. Боиси, ахборот бозорида рақобатда ютказмаган ҳолда ўз маҳсулотларини ўтказишлари лозим. Шундай экан, кўпчилик билан ҳисоблашишга тўғри келади ва уларнинг хоҳиш-истакларига мослашилади.

Глобаллашув асридаги ахборотга бўлган талабимиз кундан-кунга ортиб бормоқда. Бу талабларни яхшироқ қондириш учун ОАВга ва унинг бир қисми бўлган телевидениеда интерактив хизматларга эҳтиёж сезамиз. Телевидениеда интерактив хизматларининг жорий этишнинг бир қанча мақсад ва вазифалари мавжуд.

Биринчидан, телевидениедаги интерактив хизматлар орқали жамоатчилик билан кенг алоқалар йўлга қўйилади. Жамоатчиликни назорат қилиш, уларнинг фикрларини ўрганиш имкони ортади.

Иккинчидан, аҳолининг сиёсий фаоллиги оширилади. Бўлаётган жараёнларга ўз муносабатларини билдиришларида айнан интерактив хизматларнинг ўрни бўлади. Аҳолининг телевидениедаги интерактив хизматлар орқали ҳар қандай масалада ўз фикрларини билдиришлари натижасида демократик фуқаролик жамияти барпо этилади.

Учинчидан, ҳар қандай ахборотни хоҳлаган вақтда олишингиз мумкин. Масалан, футбол учрашувини тўғридан-тўғри эфирда кузатиб турган ишқибозлар шу ўйинга тааллуқли исталган маълумотларини шу вақтнинг ўзида олишлари мумкин.

Тўртинчидан, ахборот бозорида устунликка эга бўлиш учун интерактив хизматлар жуда ҳам қўл келади. Интерактив хизматларни тақдим этган телекомпаниялар бунинг орқасидан каттагина даромад қилишлари мумкин.

Бешинчидан, бугун мамлакатимизда айнан телевидение соҳасини ривожлантиришга катта эътибор қаратилмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг 2012-йил 17-апрелда “Ўзбекистон Республикасида рақамли телевидениега техник ва технологик ўтишга доир Давлат дастури тўғрисида”ги қарори, 2012-йил 30-июлда қабул қилинган, “Ўзбекистон миллий телерадио компаниясининг рақамли телеканаллари сонини кўпайтириш, улардан тўлиқ форматда фойдаланиш, сифатли тўлдириш ва хизмат кўрсатиш тўғрисида” қарори ОАВнинг мазкур йўналишини ривожлантиришда янги босқич бўлди. Шу нуқтаи назардан ҳозирги телевидениенинг аҳволи, тараққиёти ҳамда эндигина ривожланиб бораётган интерактив телевидение ва унинг янгича истиқболларини ёритиш мақсад қилиб олинган.

Илмий ишнинг янгилиги. Интернетнинг имкониятлари ортаётган бир паллада бошқа ОАВ, хусусан, телевидениенинг ҳам ахборот маконидаги ўз ўрни ва аҳамиятини сақлаб қолишга бўлган уриниш кучаймоқда. Бунинг учун, жумладан, телевидениедаги дастурларни интерактив усулда аудиторияга етказиш лозим. Интерактив телевидение – тескари алоқали каналга эга трансляцион тизимдир, яъни, у шундай системаки, унда ахборот нафақат транслятордан томошабин томонида ўрнатилган телевизион приёмник(тўлқинни қабул қилувчи)ка, балки, аксинча, томошабиндан трансляция қилаётган компанияга ҳам юборилади. Бу ўзига хос индивидуаллаштиришга имкон яратади. Ўз навбатида, индивидуал тарзда дастурни олиб бориш ёки аудиториядаги оддий бир ишқибознинг муҳокамага шахсий ёндашиши янгича ва ўзгача бир маҳсулот пайдо бўлишини таъминлайди.

Кўпчилик жамоатчилик фикрини ўрганишга қаратилган телешоулар одамларга интерактив овоз беришни таклиф этишади ва бу албатта, пулт ва тескари (орқага йўналган) алоқали каналлар ёрдамида амалга оширилади.

Шундай экан, илмий ишнинг янгилиги шундан иборатки, интерактив телевидениенинг кенг имкониятларини очиш ва одамларга бу хизматлар ҳақида маълумотлар бериш талаб этилади.

Илмий ишнинг назарий-методологик асоси ва тадқиқот усуллари. Илмий ишнинг назарий-методологик асоси сифатида Ўзбекистон Республикаси Президентининг ўтган йиллар давомида оммавий ахборот воситалари ва журналистикани ривожлантириш борасида ва хусусан телевидениени ривожлантиришга қаратилган чора-тадбирлари тўғрисидаги турли маърузаларда ва асарларида айтган фикрлари мавзунини ёритишга амалий жиҳатдан ёрдам берди.

Мавзунини таҳлил қилиш жараёнида назарий манбаа сифатида хорижда, асосан Россияда ва мамлакатимизда чоп этилган адабиётлардан, интернет тармоғи манбааларидан ҳамда миллий матбуотимиз саҳифаларида босилган материаллардан фойдаланилди.

Илмий ишни тайёрлашда обсервацион (кузатув), экспериментал праксиметрик (журналист асарлари таҳлили) социологик тадқиқот каби эмперик методлар қўлланилди.

Диссертация ишининг назарий-амалий аҳамияти. Интерактив телевидениенинг оммавийлашиши (машҳур бўлиши)да энг катта муаммоларнинг янгилигида, яъни ҳали интерактив телевидениенинг имкониятлари ҳақида одамлар тўлиқ маълумотга эга эмас. Бизда телевидение фойдаланувчилари интерактив телесервис (телехизматлар) қулайликлари билан ҳалигача ҳеч қандай маълумотларни билишмайди ва шунинг учун ҳам декодер учун пул тикишни исташмайди. Телекомпаниялар ҳам декодерлар билан таъминлашга оид қаражатларни ўз зиммаларига олишга молиявий жиҳатдан тайёр эмаслар. Бунинг учун телеканаллар хусусийлаштирилиши лозим. Ана шундан сўнг, интерактив телевидение ҳақидаги ғояларни ва унинг имкониятларини янада кенгроқ оммалаштириш мумкин бўлади.

Тадқиқот журналистларга, ёш мутахассисларга келгусида мазкур соҳада иш олиб бормоқчи бўлган барча қизиқувчилар учун амалий аҳамият касб

этиши шубҳасиз. Ўрганилаётган мавзу шуниси билан аҳамиятлики, журналистлар келгусида интерактив дастурларни тайёрлашда нималарга аҳамият қаратишлари, қайси жиҳатларга кўпроқ эътиборли бўлишлари ва аудиторияни ҳам эфир маданиятига тайёрлашлари учун қандай чоралар кўриш кераклигини билиб оладилар ва ижодий жараёнда қўллайдилар. Олиб борилаётган ушбу тадқиқот мазкур соҳада фаолият кўрсатаётган муаллифлар, тележурналистика соҳасига эндиgina кириб келаётган ижодкорлар ва журналистика факультетларида таҳсил олаётган талабаларга амалий жиҳатдан қўлланма вазифасини ўтайди.

Диссертация ишининг тузилиши. Мазкур тадқиқот иши кириш, уч бобда тўққизта бўлим ва ҳар бир бобга алоҳида хулоса, умумий хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат бўлиб, мавзуга оид 8 та илмий мақола чоп этилган.

Шунингдек, иш сўнгида фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва ўрганилган илмий ишга доир сўровномалар илова тарзида келтирилган.

I БОБ. ИНТЕРАКТИВ ЖАРАЁННИНГ УМУМИЙ ХУСУСИЯТЛАРИ

1.1. ИНТЕРАКТИВЛИКНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ ВА ТАЛАБЛАРИ

Бугунги глобаллашув шароитида оммавий ахборот воситаларининг асосий мақсади, кенг омманинг мафкураси, қизиқишлари, талаблари, хоҳиш ва истаклари билан ҳисоблашиш ҳамда уларга мослашишдир. Бунинг учун катта аудиториянинг қизиқишларидан келиб чиқиб, фаолият йўналишларини белгилаб олиш лозим. Чунки ахборот бозорида ўз махсулотларини ўтказишлари талаб этилади. Бу эса ўз-ўзидан кўпчилик билан ҳисоблашишни тақазо этади.

Ҳа, бугун бутун жаҳон аҳолисининг турмуш тарзи ва яшаш шароитига эътибор қаратадиган бўлсак, ўтаётган бирор-бир кунни телевидениесиз, унда берилаётган кўрсатувларсиз тасаввур этиб бўлмайди. Ахборотга бўлган талаб борган сари ошиб бормоқда. Мамлакатимизда ва халқаро майдонларда рўй бераётган воқеа-ҳодисалар, юртимизда амалга оширилаётган ислохотлар ва жойлардаги ўзгаришлар тўғрисидаги энг сўнгги янгиликларни оммавий ахборот воситалари орқали билиб оламиз. Оммавий ахборот воситалари жамиятимизда кечаётган ижтимоий-сиёсий, маънавий-руҳий ўзгаришлар, демократик тамойилларни шакллантиришдек улуғвор ишларнинг фаол иштирокчиси, одамларни эркин фикрлашга ўргатадиган ва маънавий уйғоқликка даъват этадиган доимий ҳамроҳимизга айланмоқда. Бунинг замирида шубҳасиз журналистларнинг ўз касбига меҳр ва садоқати, оғир ва сермашаққат меҳнати мужассам деб ўйлайман.

Айнан ахборотга бўлган талабларни яхшироқ қондириш учун ОАВга ва унинг бир қисми бўлган телевидениедаги интерактив хизматларга эҳтиёж

сезамиз. Интерактив телевидение хизматларининг бир қанча мақсад ва вазифалари бор. Улар қуйидагича:

Биринчидан, телевидениедаги интерактив кўрсатувлар орқали жамоатчилик билан кенг алоқалар йўлга қўйилади. Жамоатчиликнинг кундалик ҳаёти доимий кузатилади, уларнинг дунёкараши, билими, тафаккури, фикр ва мулоҳазалари ўрганилади. Бугунги кунда интернетнинг кенг имкониятлари бошқа оммавий ахборот воситаларидан кўпроқ аудиторияни ўзига жалб эта олмоқда. Шу боисдан ҳам телеканалларимиз интерактив хизматларни йўлга қўйган ҳолда дастурларини эфирга узатишига тўғри келади. Шу билан юқорида айтиб ўтилганидек, аудиториянинг қизиқишлари, фикр ва муносабатлари аниқлаб олинади. Бу ўз навбатида оммавий ахборот воситалари учун энг муҳими ҳисобланади.

Иккинчидан, аҳолининг сиёсий фаоллиги оширилади. Бўлаётган жараёнларга ўз муносабатларини билдиришларида айнан интерактив хизматларнинг ўрни муҳим ҳисобланади. Интерактив хизматларни жорий этиш орқали кўп сарф ҳаражатларни олди олинади. Ҳозирда ҳукуматимиз ижтимоий ҳаётнинг барча жабҳаларида айнан интерактив хизматларни йўлга қўйган. Бунда аҳолининг ва давлатнинг бир-бири билан тез алоқага чиқиши, кўтарилаётган масала ечимини тезда ҳал қилиниши ортиқча вақт ва маблағнинг тежалиши кузатилади. Шунингдек, юқорида таъкидланганидек, интерактив хизматларни йўлга қўйиш натижасида оддий аҳоли жамиятда рўй бераётган воқеа-ҳодисалардан тезкор бохабар бўлиши билан биргаликда, унга ўз шахсий муносабатини ҳам билдира олади. Интерактив мулоқот айниқса сайловолди жараёнларда ва сайлов кунида сайловнинг қандай тарзда кечаётганидан, шунингдек, натижалардан кўпчиликни хабардор бўлишини таъминлашда кенг фойдаланилмоқда.

Учинчидан, ҳар қандай ахборотни хоҳлаган вақтда олиш мумкин. Масалан, футбол учрашувини тўғридан-тўғри эфирда кузатиб турган мухлислар шу ўйин атрофидаги истаган маълумотларини шу вақтнинг ўзида олишлари мумкин. Турнир жадваллари, ҳакам ҳақида тўлиқ маълумот,

молиявий аҳвол, мураббийлар фаолияти ва шу кабиларни билишади. Ҳозирда интернет орқали ҳар бир инсон ҳар қандай яъни, ўзи хоҳлаган ахборотни исталган вақтда олиш имкониятига эга ҳисобланади. Эндиликда телевидениеда ҳам ана шу хизматларни йўлга қўйиш мумкин. Бунинг учун интерактив хизматларни амалга ошириш лозим. Ҳозирда ривожланган мамлакатларда айнан телевидение соҳасида интерактив хизматлар кўпроқ жорий этилган. Жонли эфирда томошабин ўзи хоҳлаган маълумотга эга бўла олади ва бир вақтнинг ўзида бир нечта маълумотларни бирлаштира олади. Энг асосийси ўзи истаган нарсани кўриш имкониятига эгадир. Масалан, бизда ҳам “Спорт” телеканалида интерактивлик хизматларини йўлга қўйилиши ҳам телеканалга, ҳам мухлислар учун фойда бўлади. Интерактив хизматларни таклиф этиб, телеканал даромад қилса, спорт ишқибозлари эса ўзларининг севимли дастурларини ўзлари хоҳлагандек томоша қилишади. Масалан, Англияда ишқибозлар телевизорда жонли эфирда футбол кўраётган бўлишса, хоҳлаган севимли ўйинчиларининг исмини ёзиб, буйруқ тугмачасини босишади ва бутун учрашув давомида ўша футболчининг ҳаракатларини томоша қилишади. Бизда ҳам ана шундай хизматлар таклиф этилса, ҳар қанлай томошабин учун катта бир янгилик бўлади.

Тўртинчидан, ахборот бозорида устунликка эга бўлиш учун интерактив хизматлар жуда ҳам қўл келади. Интерактив хизматларни тақдим этган телекомпаниялар бунинг орқасидан каттагина даромад қилишлари мумкин. Умуман олганда ахборотга товар деб қарайдиган бўлсак, унга ким эгалик қилса ўша ҳукмрон саналади. Шундай экан, ахборот бозорида мавқега ва маблағга эга бўлиш учун аудиторияга маъқул келадиган маҳсулот тайёрлаш талаб этилади. Кўпчилик учун маъқул ахборотни айнан интерактив телевидение орқали бериш мумкин.

Бешинчидан, телевидениеда интерактив хизматларни йўлга қўйиш натижасида аудитория билан мулоқот масалалари ҳам осонлашади. Илгари бирор кўрсатув тугаганидан сўнг, бошловчи кўрсатувимизга оид фикр ва мулоҳазаларингиз бўлса бизга хат ёзинг деб мурожаат қиларди. Ҳозирда биз

таклиф этаётган интерактив телевидение хизматлари орқали томошабин ўзи истаган дастурларда ўша вақтнинг ўзида фикр-муносабатини билдира олиш имконияти пайдо бўлади. Жонли эфирда кетаётган кўрсатувга уйида ўтирган оддий томошабин ўша вақтнинг ўзида жараёнга аралашиб ўз муносабатини ва қарашларини ифода эта олади. Масалан, “Ўзбекистон” телеканалида эфирга узатиладиган “Муносабат плюс” дастурини мисол тариқасида таҳлил қилиб кўрсак. Аввало кўрсатувда интерактив хизматларни амалга ошириш учун биринчи навбатда кўрсатувни жонли эфирда бўлишини таъминлаш лозим. Кўрсатув мобайнида муаллиф томонидан бирор фильм намойиш этилади. Фильм тугаганидан сўнг, уни студияга таклиф этилган мутахассислар ва мухлислар билан муҳокама қилинади. Кўрсатувни миллионлаб кишилар томоша қилишини инобатга оладиган бўлсак, студиядаги таҳлил айнан кўпчиликка манзур бўлиши шарт. Аксарият ҳолларда бир томонлама фикр юритиш ёки масаланинг туб моҳиятини ўша студиядаги 20 та инсон билан таҳлил қилиш натижасида кўпчилик мухлислар учун ечими қизиқарли саволлар очик қолиб кетади.

Демак, теледастурларда интерактив хизматларни йўлга қўйиш натижасида юқорида санаб ўтилган мақсадларни амалга ошириш мумкин. Энди ўша телевидениеда интерактив жараённи амалга ошириш учун нималарни қилиш керак деган саволларга жавоб топамиз.

Телекўрсатувларда интерактив жараённи амалга ошириш учун ўша дастурни жонли эфирда намойиш этишдан ташқари кўрсатув жанри ҳам аудитория иштироки учун маъқул бўлиши лозим. Интерактив телекўрсатувларда томошабинларнинг аралашуви ўзига хос индивидуаллаштиришга имкон яратади. Бу эса, индивидуал тарзда дастурни олиб бориш ёки аудиториядаги иштирокчининг муҳокамага индивидуал ёндашиши янгича кўринишдаги телемахсулот пайдо бўлишига замин яратади. Шундай экан, интерактив телевидение хизматлари телетомошабинларга улар истаган янги ва сара кўрсатувларни эфирга узатилишида ёрдам беради.

Мижозларга интерактив телевидение маҳсулотлари сунъий йўлдош, эфир антеннаси ёки кабельга ёқилган рақамли декодер билан етказиб берилади. Ва бу маълум бир чегараларни қўяди, чунки декодерга эга бўлиш учун сарф-харажатлар, ё истеъмолчиларга, ёки интерактив телевидение хизматларини таклиф этадиган компанияга юклатилади. Яна шунингдек, трансляция қилинадиган томонда маълумотларни юбориш учун рақамли форматни таъминлайдиган ускуналар керак бўлади.⁴

Таъкидлаш муҳимки, интерактив телевидение учун рақамли форматдаги трансляциянинг ўзи кифоя қилмайди. Маълумотларнинг рақамли юборилиши (етказилиши) деганда тасвирнинг сифатини янада яхшилаш, сиқишнинг турли хил механизмларининг қўлланилиши эвазига юборилаётган маълумотларнинг ҳажмини катталаштириш ҳам кўзда тутилади. Рақамли телеузатишлар аналогга қараганда қимматроқ, аммо бу аҳамиятга молик нарсас эмас, чунки, рақамли теледастурлар аналог телеэшиттиришларга қараганда, дастурни ўз вақтида кўра олмайдиган фойдаланувчиларга қулай афзаллик ва устунликни беради.

Рақамли интерактив телевидение – бу оператор ва абонент (обуначи) ўртасида мутлақ янги муносабатларнинг қурилишига имкон берадиган, кириш назорати тизимига асосланган пуллик телевидение хизматларининг бир тури. Абонент бундай хизмат турини танлар экан, у кўплаб каналлар орқали олинadиган ахборот оқимини қабул қилувчи пассив томошабин бўлишдан тўхтади. Шу лаҳзадан бошлаб, у қачон, нимани ва қайси пулга кўришни ўзи ҳал қилади. Интерактив телевидениенинг фаолият кўрсатишида абонент билан тескари алоқани таъминловчи инфраструктура муҳим ўрин эгаллайди. Замонавий телевизион технологиялар ва интернетнинг имкониятларини ўзида мужассам этган интерактив телевидение ўзининг фойдаланувчиларига жуда кенг имкониятлар яратиб беради:

⁴ Локшин Б. А. Цифровое вещание: от студии к телезрителю. // М.: Syrius Systems, 2001. –С.119

1. Катта кўламдаги видеотекадан (янгилаш тезлиги ва видеотека ҳажми чегараланмаган ва бу абонент хоҳишига кўра аниқланади) кўриш учун кўрсатув ёхуд фильм танлаш;
2. Марказий, кабель ёки йўлдош ТВ дастурларини жадвал бўйича эмас, балки абонент учун қулай вақтда кўриш (бу ерда яна оддий рекламанинг парчаси ҳам назарга олинади);
3. Индивидуал ва тармоқ ўйинларида иштирок этиш;
4. Телеэкран ёрдамида абонентнинг телефондаги ҳамсуҳбатлари билан мулоқот қилиш (телевизион-телефон конференцияларини ҳам амалга ошириш мумкин);
5. Қабул қилинадиган янгиликларни олдиндан аниқлаб олиш (уларнинг блокларига обуна бўлиб);
6. Бевосита экранда юқори тезликдаги интернет тармоғига кириш ҳуқуқига эга бўлиш.

Ва бу телевизион интерактивликнинг тўлиқ “ғаройиботлар”и эмас.

Телевизор экранининг ойналарида интерактив хусусиятлар имкониятларининг турли-туман вариантлари намоёниш этилади. Масалан: меню, ундан томошабинга зарур хизматларни танлаб олиши ёки кўрсатув мавзусига оид бошқа маълумотлар билан тўлдирадиган ахборотларни олиши мумкин.

Биринчи ва муҳим сервис (аҳолига хизмат кўрсатиш)дан бири деб каналларни ўзгартириш ва трансляция (олиб кўриладиган) қилинадиган кўрсатувларни кўриш, кадрдаги ёзув (титр)ларни ёқиш ва ўчириш, огоҳлантириш (эслатиш)ни ўрнатиш ва ҳоказоларнинг имконини берувчи электрон телегидни ҳисоблаймиз.

Агар программалар тарифланишини қўшган ҳолда барча зарур ахборот, доимий трансляция қилинса, телегид буни тескари алоқали каналсиз ҳам уддалай олиши мумкин. Телегид – қандай кўрсатувлар ва ҳар бир каналда қачон трансляция қилинишини кўриш, программа ва фильм таърифлари

билан танишиш имкониятини берадиган барча каналлар бўйича трансляцияларнинг электрон жадвали.

Телегидни қулай ўқиш учун катта экранга очиш, ёки экраннинг пастки қисмида кичрайтирилган ўлчамда кўриб чиқиш мумкин. Пастки қисмига ўтилганда унинг катта қисми томоша қилинаётган канални кўрсатади. Танланган сериал ёки футбол учрашувини ўтказиб юбормаслик учун танланган кўрсатув бошланишидан бир неча дақиқа олдин экранда пайдо бўладиган эслатмани ўрнатиш ҳам мумкин, ҳаттоки, телевизор бошқа каналга ўтказилган ҳолатда бўлса ҳам. Бундан ташқари футболни ҳам, сериални ҳам бир вақтнинг ўзида томоша қилиш имконини ҳам беради, яъни, бир қисмида сериал бўлса, бир қисмида футбол. Бари оддий. Телегидга ҳатто “ота-она назорати” деб номланган вазифа ҳам ўрнатилган бўлиб, у болалар учун рухсат этилган дастурлар рўйхатини тузиш имкониятини яратиб беради. Бошқа каналларга ўтиш ота-оналар томонидан ўрнатилган пароль билан ёпилган. Томошабинлар телегидга жуда тез мослашишади ва телевидениени унингсиз тасаввур эта олишмайди.

Бошқа ахборот сервисларига интернет бўйича навигация, электрон почта билан ишлаш, смс-хатлар юбориш, мунажжимлар башорати, валюта нархлари, об-ҳаво маълумотлари, янгиликлар учун иловалар ҳам киради. Нега уйида компютери бор фойдаланувчилар интернет бўйича кечки сайр учун интерактив телевидениени танлашади? Сабаби, қулай ўриндик ва катта телеэкран бўлгани учун.⁵

Мобиль телефон, параболик антенна ёки оддий компютерларнинг ўтган беш-олти йил ичида қанчалик оммавийлашганига эътибор қаратишимизнинг ўзи етарли деб ўйлайман. Шунингдек, оддий мобиль телефонларнинг функцияси билан интернетга уланиш, радио тинглаш, фотосурат олиш каби вазифаларнинг ўрнатилиши авваллари фантастик кинолардаги қаҳрамонларга хос хусусият бўлган. Бугунги кунда уйда

⁵ Бородин Ю. А. Что же такое «Интерактивное телевидение»? // Broadcasting. 2000. № 3. -С. 15-19.

компьютер олдида ўтириб, уй-жой харид қилиш мумкин, супермаркет ва магазинлардан кундалик эҳтиёжларни қондириш ёки интернетга уланиб сеvimли кўрсатувда иштирок этиш учун хат йўллаш ҳеч ким учун ғайритабiiй ҳолат эмас. Шундан келиб чиқиб айтадиган бўлсак, интерактив дастурларни баъзи бир мутахассислар тингловчиларга мослашадиган эфир жараёни деб ҳам таърифлашади. Бу борада Россиялик мутахассис Роман Спорышев ўзининг “Интерактивное телевидение в мире и в России” номли рисоласида Ғарбдаги интерактив телевидениени мухлисларга мослашадиган телевидение деб атаган.

Интерактив телевидениенинг оммавийлашиши (машхур бўлиши)да энг катта муаммо унинг янгилигида яъни, ҳали интерактив телевидениенинг имкониятлари ҳақида одамлар тўлиқ маълумотга эга эмас. Бизда телевидение фойдаланувчилари интерактив телесервис (телехизматлар) қулайликлари билан ҳалигача ҳеч қандай янгиликларни билишмайди ва шунинг учун ҳам декодер учун пул тикишни исташмайди. Телекомпаниялар ҳам декодерлар билан таъминлашга оид харажатларни ўз зиммаларига олишга молиявий жиҳатдан тайёр эмаслар. Бунда ёпиқ доира ҳосил бўлади ва ушбу вазиятнинг ечимини топадиган бўлсак, яна ўша гап интерактив телевидение ҳақидаги ғояларни ва унинг имкониятларини кенг оммалаштириш керак бўлади. Интерактив телевидение тараққий топган Европа давлатларининг интерактив дастурларини ўрганиб, аудиторияга унинг мазмун-моҳиятини тушунтириш орқали масалага ечим топиш мумкин. Шунингдек, интерактив телевидение хизматларининг умумий хусусиятлари ва талабларига оид илмий асосланган адабиётларни ёзиш ҳам мазкур йўналишнинг тарғиботида муҳим роль ўйнайди.

1.2. ИНТЕРАКТИВ УСУЛЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ ЮТУҚ ВА МУАММОЛАРИ

Биз бугунги кунда жаҳоннинг турли нуқталарида рўй бераётган ҳар қандай воқеа-ҳодисалар ҳақида оммавий ахборот воситалари орқали

тўғридан-тўғри ахборот олиш имкониятига эга бўлмоқдамиз. Шундай экан, бу борада оммавий ахборот воситалари ижодкорларининг ҳам катта масъулият ва шараф билан ҳисса қўшаётганликларини таъкидлаб ўтишимиз мумкин. Юртбошимиз И.Каримов таъкидлаганларидек, “...Ахборот эркинлигини таъминламасдан, оммавий ахборот воситаларини одамлар ўз фикри ва ғояларини, содир бўлаётган воқеаларга муносабатини эркин ифода этадиган минбарга айлантирмасдан туриб, демократияни чуқурлаштириш ва аҳолининг сиёсий фаоллигини ошириш, фуқароларнинг мамлакат сиёсий ва ижтимоий ҳаётидаги амалий иштироки тўғрисида сўз юритиб бўлмайди, деган тушунча жамоатчилигимиз ўртасида тобора кучайиб ва мустаҳкамланиб бормоқда”.⁶ Шундай экан, телевидениенинг ҳуқуқий-демократик давлат ва фуқаролик жамиятини қуришда тутган ўрни ва роли юқори бўлиб, мамлакатнинг ўтмиши, бугунги куни ва келажаги ҳақида ҳаққоний ва юқори савиядаги кўрсатувлар тайёрлаш бугуннинг долзарб ва муҳим вазифаларидан бири ҳисобланади. Шу боис ҳам, оммавий ахборот воситалари тизими ичида энг тезкор, энг халқчил ва энг таъсирчан бўлган электрон алоқа воситаси бу телевидение ҳисобланади. Шу сабабли, унинг олдида кўплаб долзарб ва залворли вазифалар кутиб турибди.

Аҳолини турли воқеа-ҳодисалардан воқиф қилиш, одамларнинг маданиятини ошириш, маънавиятини бойитиш, дунёқарашини тўғри шакллантиришда телевидениенинг ўрни ва аҳамияти катта. Шунингдек, телевидениенинг таъсир доирасида ахборот тарқатиш, маданий-маънавий тафаккурнинг бойиши, ватанпарварлик, ақл-заковатнинг ортиши каби вазифаларнинг аҳамияти ошиб бормоқда.

“Яна бир муҳим вазифа – дунёдаги замонавий ахборот технологиялари билан бирга, юксак профессионал маҳоратни эгаллаш, етук мутахассислар, таҳлилчи ва шарҳловчиларни, мухтасар айтганда, ўз касбининг ҳақиқий устаси бўлган журналистларни тайёрлашдан иборат, десак, ҳар томонлама

⁶ Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. Т., Ўзбекистон 2005 йил.- Б. 52-53

тўғри бўлади”⁷ – деб юртбошимиз бежизга таъкидламаганлар. Ҳозирда мамлакатимизда хусусий телеканаллар билан биргаликда давлат тасарруфидаги телеканаллар ҳам фаолият юритмоқда. Ҳукуматимиз томонидан катта эътибор қаратилаётган бир пайтда, соҳа вакиллари ҳам ўзларига билдирилган юксак ишончни оқлашлари лозим. Айнан телевидение соҳасида иш юритаётган журналистлар фуқароларнинг мамлакат сиёсий ва ижтимоий ҳаётидаги амалий иштирокини таъминлашга доир, уларнинг сиёсий онгини юксалтиришга оид, шунингдек, давлат ва халқ манфаатларини бир хилда тенг кўрадиган янги телелойиҳалар устида иш олиб бориб, уни амалиётга тадбиқ қилишлари лозим. Шундай экан, бу борада уларга айнан интерактив хизматлар ёрдам беради. Теледастурлар интерактив усуллардан фойдаланилган ҳолда олиб борилса, оддий томошабин ҳам масофадан туриб, бевосита кўрсатувларда иштирок этиши, кўрсатув жараёнига таъсир кўрсата олиши мумкин. Натижада янгича кўринишдаги дастурлар вужудга келади. Бунинг ўзига хос ютуқ ва муаммоли томонлари ҳам бўлади. Яъни, телевидениеда интерактив усуллардан фойдаланишнинг ўзига хос истиқболлари ва муаммоли жиҳатлари ҳам бор.

Телевидениеда интерактив усуллардан фойдаланишнинг ютуқ томонлари қуйидагича:

Биринчидан, ёшларнинг жамиятдаги ўрнини белгилашда ва уларнинг турли ёт ғояларга нисбатан миллий менталитетдан келиб чиққан ҳолда шахсий муносабатларини шакллантиришда телекўрсатувлар ва телешоуларнинг ўрни катта ҳисобланади. Бу жараёнларни амалга оширишда интерактив хизматларнинг ўрни катта аҳамиятга эгадир. Ҳозирда миллий телеканалларимизда кўплаб кўрсатувлар айнан ёшларнинг дунёқарашини шакллантиришда, уларнинг ташқи ёмон оқимларга қирмасликка йўналтирувчи мавзуларга оид кўрсатувлар эфирга узатилмоқда. Ана шу

⁷ Каримов И. Биз келажагимизни ўз қўлимиз билан қураимиз. – Т.: Ўзбекистон, 1998 йил. Б.391

кўрсатувларни жонли эфирда намоиш этиб, ёшларнинг фикрлари, ўй-хаёллари билан ўртоқлашиш ижобий натижа бериши мумкин.

Иккинчидан, турли қатламдаги аҳолининг ижтимоий дунёқараши ва онгини ошириш, маданий савиясини юксалтиришда телевидение дастуларининг алоҳида ўрни бор. Масалан, телесериаллар, кўшиқлар ва ақлни чархловчи турли заковат ўйинлари ҳам оддий томошабинни маънавиятга, маърифатга ва маданиятга етаклаши мумкин.

Учинчидан, ижтимоий сўровномалар ўтказишда ва турли жараёнларда аҳолининг иштирокини таъминлашда интерактив хизматлардан фойдаланилади. Оддий аудитория учун иш бажара туриб, параллель равишда интерактив дастурларда иштирок этиши жуда қизиқ ҳисобланади. Энг асосийси, томошабин ўзи истаган, хоҳлаган вақтида муҳокамага аралашishi мумкин.

Тўртинчидан, ҳар қандай тоифадаги шахс телеэкран орқали кўрган янгиликларига ўша вақтнинг ўзида муносабат билдира олади, таҳлил қилади. Ёқтирган дастури ёки киносини ўзи хоҳлаган вақтда кўриши мумкин. Кўрганда ҳам жонли эфирда бўлишидан қатъий назар тушунмаган жойларини тўхтатиб қайта кўриши ҳам интерактив телевидение имкониятларида мавжуд.

Бешинчидан, жамиятдаги мавжуд муаммоларни бартараф этишда ва шунингдек, аҳолининг камчиликларини ўзига ойна сифатида кўрсатишда ҳам айнан интерактив телевидениенинг маълум афзалликлари бор. Хусусан, “Тошкент” телерадиоканалида эфирга узатиладиган “Очиқ мулоқот” кўрсатуви айни ана шундай масалаларни ёритиб беришмоқда. Кўрсатувнинг асосий ютуғи шундаки, ушбу дастур айнан интерактив усулда намоиш этилмоқда. Ана шундай лойиҳаларни интерактив хизматлар орқали эфирга узатиш билан мавжуд муаммоларга тезроқ ечим топиш мумкин. Сабаби, интерактив жараёнда оддий аудиториянинг иштироки кўпроқ таъминланади.

Олтинчидан, бугунги глобаллашув даврида ёшларни назорат қилишда ота-оналарга интерактив телевидениенинг катта ёрдами тегиши мумкин. Ота-

оналар болаларига маълум чекловларни қўйишлари ҳам интерактив хизматларга таянилади. Ёшлар қайси дастурларни кўриши лозим-у қайси дастурларни кўриши мумкин эмас, буни қулфлаб қўйиш йўли билан амалга оширилади. Ёки, болалар уйда ота-оналари йўқ пайтда тақиқланган нарсани кўрган бўлишса, буни ҳам катталар архив хотира орқали билиб олишлари мумкин. Ва фарзандларига бошқа тегишли чора-тадбирларни қўллашади.

Еттинчидан, журналистиканинг бир томонлама ахборот етказиши ўрнига икки томонлама мулоқотга асосланган яъни, журналист билан аудиториянинг диалогига айланган маҳсулот пайдо бўлади. Бунда улар тенг ҳуқуқли ахборот ҳамкорларга айланишади. Илгари томошабин ахборотни телевидение орқали фақат кузатиб борган бўлса, эндиликда ўша ахборотга ўз муносабатини билдира олиш имкониятига эга. Ва бунга айнан интерактив телевидениенинг хизматлари орқали ўша вақтнинг ўзида эришишлари лозим. Бу эса, айнан ҳозирги аудитория истаган жараён ҳисобланади.

Кўриниб турибдики, телевидение дастурларида интерактив хизматларни жорий этиш натижасида аудитория билан бўладиган мулоқот муаммоларига барҳам берилмоқда. Демак, телевидениеда интерактив хизматларни жорий этишнинг ана шундай ва бошқа бир қатор афзалликлари мавжуд экан. Лекин шундай бўлсада, ҳар қандай нарсанинг яхши томонлари бўлгани билан унинг ёмон тарафлари ҳам бўлади. Масалан, интернет биз учун катта имкониятлар тақдим этиши билан биргаликда ўзининг салбий кўринишларини ҳам кўрсатмоқда. Худди шундай, интерактив телевидениенинг ҳам салбий жиҳатлари мавжуд. Улардан айримларини келтириб ўтамыз:

Биринчидан, интерактив телевидение оддий томошабинни фаол томошабинга айлантириб қўймоқда. Энди томошабин берилганига қаноат қилиб ўтирмайди, аксинча талаб қилади. Ўзи истаган ахборотни ўзи хоҳлаган вақтда кўришни маъқул билади. Бунинг натижасида ахборотни тақдим этаётган компания аудиториянинг ҳар қандай хоҳишини амалга оширишга тайёр бўлиши шарт. Бу борада муаммоларга дуч келиниши аниқ. Шу боисдан, ҳозирда интерактив хизматларни тақдим этаётган телекомпаниялар

фақатгина соддалаштирилган интерактив лойиҳаларнигина амалга оширишмоқда.

Иккинчидан, интерактив телевидениенинг хизматлари орқали маълумотларни тақдим этаётган компаниялар жамиятда ижтимоий стрессни ҳам пайдо қилишлари мумкин. Чунки, ахборот бераётган компания истеъмолчининг талабига қараб, ахборот берганидан сўнг, ҳар бир шахсни ўз орқасидан эргаштира олиш имкониятига ҳам эга бўлади. Натижада улар томошабин устидан маълум ҳукумронликка ҳам эриша олади. Бу эса, салбий оқибатларга олиб келиши мумкин.

Учинчидан, интерактив телевидение хизматларини таклиф этаётган компания ахборот бозороида рақобатбардош бўлиши учун аудитория хоҳлаган ҳар қандай ахборотни беришга мажбур бўлади. Натижада, кишилар махфий маълумотлар ҳақида ҳам билишни истаб қолишади. Давлат ичидаги ёки давлатлараро сирларни ҳам фош бўлишини иштади. Энг ёмон томони бизнинг ёшларимиз миллий менталитетимизга тўғри келмайдиган маданиятга қизиқиб қолишлари мумкин. Бундан катта муаммо бўлмаса керак.

Тўртинчидан, жонли эфирда журналистдан ҳам, тўғридан-тўғри студияга уланадиган аудиториядан ҳам, студияга таклиф этилган мутахассислардан ҳам аввало, муҳокама қилинаётган мавзудан четлашмаслик, этика қоидаларига риоя этишлик, шева ва жаргон сўзларидан фойдаланмаслик ҳам талаб этилади. Бундай жараёнда энг муҳими журналист жуда профессионал бўлиши лозим. Вазиятдан моҳирона чиқиб кета олиши керак. Шунингдек, жонли эфирда журналист ва аудитория ҳар қандай гап-сўзларни айтмасликлари ва давлат манфаатларига зид ишларни қилишлари ёки телефон орқали тўғридан-тўғри эфирда уланган мухлис вазиятдан фойдаланиб, эркин фикрлаш деб ўзи хоҳлаган гапини гапирмаслиги учун қатъий қонунларни ишлаб чиқиш талаб этилади. Катта миқдордаги жарималар ва қамоқ жазолари белгилаб қўйилса, эфирга уланган ишқибозлар ҳам уларга қўйилган талаблардан четлашмаган ҳолда фикр юритади.

Интерактив жараённинг имкониятлари ва техник таъминотига тўхталадиган бўлсак, мижозларга интерактив телевидение маҳсулотлари сунъий йўлдош, эфир антеннаси ёки кабельга ёқилган рақамли декодер билан етказиб берилади. Ва бу маълум бир чегараларни қўяди, чунки декодерга эга бўлиш учун сарф-харажатлар, ё истеъмолчиларга, ёки интерактив телевидение хизматларини таклиф этадиган компанияга юклатилади. Яна шунингдек, трансляция қилинадиган томонда маълумотларни юбориш учун рақамли форматни таъминлайдиган ускуналар керак бўлади.

Интерактив телевидение ҳар бир декодернинг сунъий йўлдош орқали трансляция пайтида оддий телефон тармоғи орқали амалга ошириладиган тесқари алоқали каналга уланишини ҳам талаб этади, декодер ичига модем ўрнатилган, унга телефон кабелли уланади. Кабель телевидениеси учун декодерлар кабель модемлари билан ускуналанган. Бундан ташқари интерактив телевидение интернет протоколлари (IPTV)нинг платформасида ҳам бўлиши мумкин, бунда телепрограммалар трансляцияси (олиб эшиттириш, кўрсатиш) компьютер тармоқлари инфраструктураси орқали амалга оширилади, приёмник сифатида эса компьютер қўлланилади.⁸

Шу нарса аниқки, интерактив телевидение учун ўзгача (махсус, бошқалардан фарқли) программ таъминот талаб қилинади: декодерда бажариладиган интерактив иловалар. Интерактив илова интернетга уланган компьютерга имкон берилган барча нарсаларни қила олади, ҳаттоки, унданда кўпроғини ҳам, чунки катта экран қаршисида қўлларида пульт билан исталган жойда (ўриндиқда) қулай жойлашиб олган томошабин кнопкаларни босиш ва экрандаги расмларни кўришга тайёр бўлади.

Бундан кўриниб турибдики, интерактив олиб боришни амалга ошириш учун қаратилган қўшимча харажатлар арзийдиган далил (оқлаш, баҳона, сабаб)ни талаб этади. Бунинг асосий натижаси шуки, оддий аналог телевидениедан фарқли ўлароқ интерактив телевидение томонидан таклиф

⁸ Зима З.А. Системы кабельного телевидения. М., 2004. –С.599

этиладиган янги сервис (хизмат)лар комплекси (жамланма)дан иборат бўлади.

Шундай қилиб, интерактив телевидениенинг афзалликлари орасига биринчи навбатда тасвирни HD форматда кўриш, тасвирни тўхтатиб туриш, жонли эфирда лавҳани орқага қайтариш ва ёзиб олиш мумкин. Бу каби амалларнинг бажарилиши томошабинга кўплаб имкониятларни тақдим этади.⁹ Ҳозирда бизда телевидениеда интерактив хизматлар тўлиқ таъминланмаган. Шундай бўлсада, бу борада дастлабки ислохотлар амалга оширилмоқда. Ҳукуматимиз томонидан телевидениеда янги каналларни очиш, уларни замонавий техника билан таъминлаш борасида босқичма-босқич амалий ишлар амалга оширилмоқда. Шу билан биргаликда мавжуд телеканалларда қисман бўлсада интерактивлик талабларига мос келадиган дастурлар эфирга узатилмоқда. Яна бир муҳим жиҳат шундан ибратки, интерактив жараёнларга қатнашиш учун аудитория ҳам тайёр бўлиши керак. Томошабин жонли эфирга уланиш шарт-шароитларини яхши билиб олишлари керак бўлади. Хуллас, ушбу муаммоларни ҳал этиб, яқин келажакда телевидениеда интерактив хизматларни жорий этилишига ишонамиз. Ва бу интерактив дастурларда соҳа мутахассислари билан биргаликда оддий мухлислар ҳам телеэфир маданиятига қатъий риоя этишади деган умиддамиз.

1.3. ИНТЕРАКТИВ ЖАРАЁНДА АУДИТОРИЯНИНГ ЎРНИ

Бугунги кунда барча соҳаларда интерактив хизматларнинг имкониятларидан кенг фойдаланилмоқда. Айниқса, аҳоли билан турли ижтимоий ташкилотлар ўртасидаги муносабатларда интерактив хизматларнинг ўрни катта. Яъни бундан ҳар икки тараф ҳам манфаатдор десак муболаға бўлмайди. Интерактив хизматларнинг жорий этилиши ва одамларнинг ортиқча вақт ва маблағларини тежашлари учун ҳукуматимиз бу

⁹ <http://samnastroyu.ru/iptv/interaktiv-tv-rostelecom.php>

борада қатор истикболли ислохотларни амалга ошириб келмоқда. Шу ўринда ўша интерактив жараёни амалга ошириб, уни катта аудиторияга тарқатишда ҳам оммавий ахборот воситаларининг ўрни беқиёс ҳисобланади. Ҳозирда бу борада телевидение бошқа оммавий ахборот воситаларига қараганда кўпчилиқни эътиборини тортмоқда. Бундай жараёнда оддий аудиториянинг миллий менталитети, одоб-ахлоқ маданияти, маънавий салоҳияти шаклланиб боради. Демак, интерактив жараёнларда аудиториянинг иштирок этиши ва аралашуви натижасида оммавий маданият ва сиёсий онгнинг маълум бир даражада ўзгаришига гувоҳ бўламиз.

Телевидение ҳар қандай истеъмолчига физиологик ва психологик таъсир кўрсата олади. Турли дастурларнинг тақдим этилиши аҳолининг кўз ва кулоқларидаги сергакликни оширади. Айнан томошабиннинг сергаклигини оширишда ва жамиятда бўлаётган воқеа-ҳодисаларга ҳам эътиборларини қаратишда интерактив теледастурларнинг роли катта бўлмоқда. Ҳозирги вақтга келиб одамлар телевизор кўриш учун аввалгидек кўп вақт сарфлаб ўтиришмайди. Ўзи истаган ахборотни хоҳлаган вақтда кўришади. Олдингидек, ахборотни билиш учун эмас, балки унда иштирок этиб, ўз муносабатини билдиришни исташмоқда. Бу эса янгича жараёнларни тақдим этмоқда.

Интерактив жараёнларда аудиториянинг ўрни бўлиши керак бўлса, у қандай кўринишда бўлади? Унинг хусусиятлари қандай? Бу саволларга ушбу бўлимимизда жавоб топишга ҳаракат қилиб кўрамиз.

Шу пайтгача оммавий ахборот воситалари аудиторияга таъсир ўтказишга ҳаракат қилиб, одамларни ўз ортидан эргаштирарди. Ҳозирга вақтга келиб, оммавий ахборот воситалари оддий аудиториянинг фикрини, муносабатини акс эттиришга уринмоқда. Бундай жараёнда аудитория билан оммавий ахборот воситаси ходимлари орасидаги масофа қисқармоқда. Бундан айнан интерактив телевидениенинг имкониятлари таъминламоқда. Олдин теледастурга муносабат билдириш учун камида бир ҳафта вақт сарфланарди. Телестудияга юборилган хат вақт ўтиши билан ўз қийматини йўқотиши ҳам

мумкин эди. Ва бундан аудиториянинг қизиқиши пасаярди. Ҳозирда интерактив хизматларнинг имкониятлари орқали томошабинлар ҳар қандай масофадан туриб, кўрсатувга жонли тарзда қатнашиши ва керак бўлса мавзуга ўз вақтида аралашishi мумкин. Шунингдек, ҳозирги техник имкониятлар билан оддий аудитория ҳеч қандай журналистларнинг аралашувисиз ҳам бошқалар билан ўзаро фикр-муносабатда бўла олишади, акхборот алмашишади, энг муҳими бундай вақтда улар эркин фикрлай олишади. Бу эса глобаллашув даврининг талаби ҳисобланади.

Интерактив жараёнларда айнан аудиториянинг аралашуви натижаси жамиятдаги мавжуд муаммоларнинг тезда ва самарали бартараф этилишида муҳим омил бўлиб хизмат қилади. Масалан, “Тошкент” телерадиоканалида намоиш этилаётган “Очиқ мулоқот” дастурида студияга маълум бир ҳудуднинг мутасадди раҳбарлари таклиф этилиб, муаммолар юзасидан саволларга жавоб олинади. Кўрсатувни тайёрлашдан олдин журналистлар ўша ҳудудни синчиклаб ўрганишади. Муаммоли жойларни тасвирга олиб мутасадди ходимларга кўрсатиб, муаммо ечимини сўрашади. Шунингдек, ўша ҳудудда истиқомат қилувчи шахслар ҳам ўзларини қизиқтирган саволларига жавоб олишади.¹⁰ Бу жараёнга ҳар қандай аудиториянинг аралашуви кўтарилаётган масалалар юзасидан ҳеч бир кичик деталь ҳам четда қолмаслигини таъминлашишади. Демак, аудиториянинг масалага аралашуви ишни янада шаффофлаштиради. Муаммоларнинг тезда бартараф этилишида кўмаклашишади. Шунингдек, дастур муаллифлари масалага икки томонлама эътибор қаратиб, аҳолининг ҳам камчиликларини ўзларига кўрсатишади. Айни мана шу кўрсатувда интерактив телевидениенинг хизматларидан унумли фойдаланилмоқда. Шу боисдан мазкур дастурнинг рейтинги ҳам юқорида бормоқда.

Бошқа бир қатор дастурларда студияга таклиф этилган мутахассис билан журналистнинг мулоқоти амалга оширилади. Бунда кўтарилган мавзунинг

¹⁰ “Тошкент” телеканали “Очиқ мулоқот” кўрсатуви

кайсидир қизик жихатлари эътибордан четда қолиши мумкин. Айни шу вақтда аудитория ҳам аралашса, кўпчилик учун муҳим жихатларга боғлиқ савол-жавоблар ташкил этилиши таъминланади. Яна бир қарра ижтимоий масалалар кўтарилаётган жараёнларда аудиториянинг аралашуви қанчалик катта аҳамиятга эга эканлигига амин бўлмоқдамиз.

“Интерактив жараёнда эфирда бўлаётган воқеалар кетма-кетлиги мухлислар хоҳишига кўра давом этади. Радиодаги интерактив дастурларга аудиторияни жалб қилиш орқали ижтимоий муаммоларнинг ечими кидирилади. Ижтимоий масалалар аудиторияга ҳавола қилинганда, тингловчилар:

- муаммони тўғри ҳал қилишда ёрдам беришади;
- бир-бирини такрорламайдиган фикр билдиришади;
- қарама-қарши фикрлар айтиш билан кўпчиликни ушбу муаммога эътиборини қаратиб қўйишади;
- эфир тугаганидан кейин ҳам, унинг таассуротларини ўзаро сўзлашиш орқали муаммонинг ижтимоий аҳамиятини оширишади;
- тингловчилар соҳа мутахассисларига нисбатан муаммога ҳолис ва бетараф бўлиб муносабат билдиришади. Улар билан ҳеч нарса йўқотмаганликлари учун тингловчининг фикрлари тўғри ёки субъектив бўлса ҳам самимий бўлади”.¹¹

Дарҳақиқат, интерактив жараёнда аудиториянинг аралашуви натижасида ана шундай ўзига хос хусусиятлар юзага келади. Бунинг яна бир ютуқ томони бор. Шу йўл эфирга уланган томошабинлар ҳақида ҳам бир қанча маълумотларни яъни, уларнинг қизиқишлари, касбий фаолияти ва нима мақсадда дастурда иштирок этаётгани кабиларни билиб олиш мумкин. Бу ҳам аудиториянинг ўрганишининг бир йўли ҳисобланади.

Энди бу жараёнга бошқа томонлама эътибор қаратамиз: интерактив жараёнда аудиториянинг аралашувини таъминлайдиган бўлсак, оддий

¹¹ Ортиқова Ю. “Интерактив журналистика”.-Т.: Мо’mtoz со’z, 2008. – Б.78

фукаро ўзини ҳар қандай ҳолатда намоиш этиши ҳам мумкин. Ўзи хоҳлаганча гапириши, турлича эмоция кўрсатиши ва энг ёмон томони мавзудан четлашган ҳолатда фикр билдириб, кўтарилаётган масалани умуман бошқа томонга йўналтириб юбориши ҳам ҳеч гап эмас. Шундай экан, бу жиҳатларига ҳам эътибор қаратиш лозим. Интерактив жараёнга бевосита қўшиладиган оддий аудитория аввало миллий менталитетдан келиб чиқиб, ўз дунёқараши ва кайфиятини кўрсатиши лозим. Чунки у кўпчиликни олдида ўзини намоиш этаётганини билиб, маданият чегарасидан чиқиб кетмаслиги шарт.

Аслида интерактив жараёни юзага келиши учун жонли эфирда аудиториянинг ҳам иштироки муҳим саналади. Бунинг самараси шундан иборатки, интерактивлик аудиторияни ушлаб қолиш ва дастурнинг узок фаолияти учун энг муҳим омил ҳисобланади. Шу билан бирга жонли эфирнинг энг муҳим ютуқлари шундан иборатки, жонли эфирда ахборотнинг тезкорлиги, ҳаққонийлиги ва таъсирчанлиги ортади. Ёйинки, аудитория учун турли имкониятлар пайдо бўлади. Интерактив жараёнда жонли эфирда оддий одамлар хоҳ уйда бўлишсин, хоҳ кўча-куйда бўлишидан қатъи-назар эфирга дастурдаги мавзу юзасидан ўз фикр-мулоҳазаларини, таклифларини ва муносабатларини изҳор эта олишади. Лекин, бундай имкониятдан ўз хоҳишига кўра фойдаланиш масалага салбий таъсир кўрсатади. Интерактив жараёнга аралашган мухлис аввало ўзига қуйидаги мазмундаги саволларни бериб кўриши лозим:

- Бугун экрандан айтган гапларимдан кейин эртага кўпчилик олдида уялиб қолмайманми?
- Кўрсатувдан сўнг мен бошқаларнинг кўзларига соф виждон билан бемалол тик қарай оламанми?
- Ахборот беришда, уни ёритишда ва тарқатишда ўз шахсий манфаатларим, мақсадларимни, фойдамни кўзлаб ёндошмадимми?
- Эҳтиросга берилиб, бошқаларни кайфиятини бузиб қўймайманми?
- Нохолис ёндошиб ўзгалар манфаатига зарар келтирмайманми?

Ушбу жиҳатлар айнан миллий менталитетимиз доирасида бўлмоғи лозим. Ана шунда кўпчилик аудиториянинг оммавий маданиятига кескин таъсир килинмайди.

Интерактив жараёнда студияга таклиф этилган мутахассислар ҳам муҳокама атрофидаги вазиятдан чиқиб кетмаслиги талаб этилади. Буни бевосита журналист билан биргаликда аудитория ҳам бошқариб туриши мумкин. Айрим пайтлар студияга чақирилган мутахассислар экранга чиқиш талабларига жавоб бермайди. Уларнинг нутқларида ғализликлар, ҳар хил шева ва жаргон сўзларидан фойдаланишлар учраб туради. Айримларининг нутқида муаммолари бўлса ҳам таклиф этилади. Бу эса экран қаршисидаги томошабинларга маъқул келмайди. Кўпинча “Спорт” телеканалидаги дастурларда студияга таклиф этилган мутахассислар юқорида келтирилган талабларга мос келмайди. Масалан, футбол бўйича миллий терма жамоамизнинг собиқ аъзоси Темур Копадзенинг отаси мураббий Тохир Копадзе бир неча бор спорт дастурларида жонли эфирда “балларга жижжа омад етишмади” дея такрорлаши кўпчилик мухлисларнинг ғашига тегади.¹² Буни ишқибозлар турли ижтимоий тармоқларда қолдирган фикрлари ҳам тасдиқлайди.

Жонли эфирда журналистдан ҳам, тўғридан-тўғри студияга уланадиган аудиториядан ҳам, студияга таклиф этилган иштирокчилар ва мутахассислардан ҳам аввало муҳокама қилинаётган мавзудан четлашмаслик, этикага риоя этишлик, шева ва жаргон сўзларидан фойдаланмаслик талаб этилади. Бундай жараёнда энг муҳими журналист жуда профессионал бўлиши лозим. У вазиятни назорат қила олиши шарт.

Ўзбекистон Республикаси Оммавий ахборот воситалари тўғрисидаги қонуннинг 23-моддасида: телевидение, радиоэшиттириш таҳририятлари телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришлар материалларини (плёнкаларни) улар эфирга берилганидан сўнг бир ой давомида сақлаб туришлари, олдиндан ёзиб

¹² “Спорт” телеканали дастурлари 2011 йил.

олмай тўғридан-тўғри эфирга бериладиган кўрсатувлар ва эшиттиришларни рўйхатга олиш дафтарини юритишлари, уларнинг мавзуи, намоиш этилган (эфирга берилган) куни, бошлаган ва тугаган вақти, уларни олиб борган кишининг исм-шарифларини қайд этиб боришлари шарт.¹³

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

Интерактив телевидение дастурларида аудиториянинг иштирокини таъминлаш учун кўпроқ ток-шоу жанридаги кўрсатувларни жонли эфирга узатиш лозим. Бундай дастурлар шахс фикри ва аудитория муносабати асосида баҳс-мунозаралар билан уйғун ҳолда тайёрланиши лозим. Ана шунда бундай кўрсатувлар томошабиннинг фикрлашига туртки беради, мушоҳадаю мулоҳазага чорлайди. Натижада кўзланган мақсадга эришилади ва жонли эфирдаги телемулоқотда иштирок этган томошабинлар ҳам телеэфир маданиятини шакллантиришади.

I боб бўйича хулоса

Биринчи боб телевидениедаги интерактив жараённинг умумий хусусиятларига бағишланган бўлиб, унда интерактивликнинг хусусиятлари ва талаблари, интерактив усуллардан фойдаланишнинг ютуқ ва муаммолари, интерактив жараёнда аудиториянинг ўрни каби жиҳатларга алоҳида тўхталиб ўтилган. Ушбу боб юзасидан умумий хулоса қиладиган бўлсак, аввало қуйидагиларга эътибор қаратиш лозим.

Биринчидан, телевидениедаги интерактив хизматлар орқали жамоатчилик билан яхши алоқалар йўлга қўйилади. Жамоатчиликни назорат қилиш, уларнинг қизиқишлари, фикр ва муносабатлари ўрганилади.

Иккинчидан, ёшларнинг жамиятдаги ўрнини белгилашда ва уларнинг турли ёт ғояларга нисбатан миллий менталитетдан келиб чиққан ҳолда

¹³ Ўзбекистон Республикаси Оммавий ахборот воситалари тўғрисидаги қонуннинг 23-моддаси

шахсий муносабатларини шакллантиришда телекўрсатувлар ва телешоуларнинг ўрни катта ҳисобланади. Бу жараёнларни амалга оширишда интерактив хизматларни ўрни катта аҳамиятга эгадир.

Аслида интерактив жараёни юзага келиши учун жонли эфирда аудиториянинг ҳам иштироки муҳим саналади. Бунинг самараси шундан иборатки, телекўрсатувларда интерактив усуллардан фойдаланиш натижасида томошабин аудиториясини сақлаб қолиш ва дастурнинг узок фаолияти учун энг муҳим омил ҳисобланади.

Ҳозирда бизда телевидениеда интерактив хизматлар тўлиқ таъминланмаган. Ушбу муаммонинг ўзига яраша турли сабаблари бор албатта. Масалан, молиявий жиҳатдан бўлиши мумкин. Ёки ҳали тўлиқ интерактивликни сифатли даражада таъминловчи технологияларни ҳам олиб келинмаганлигини айтишимиз мумкин. Шу сабабли интерактив жараёни таъминлаш учун ахборот узатувчи ва қабул қилувчи томон ҳам керакли техникалар билан жиҳозланиши талаб этилади.

II БОБ. ТЕЛЕВИЗИОН КЎРСАТУВЛАРДА ИНТЕРАКТИВЛИК

2.1. ИНТЕРАКТИВ ТЕЛЕВИДЕНИЕ КЎРСАТУВЛАРИНИНГ БОШҚА ОАВ ДАН ФАРҚИ

Оммавий ахборот воситаларининг бош мақсади – шахс, жамият ва давлатнинг ахборот эҳтиёжларини қондириш. Ахборотни ишонарли, тезкорлик билан етказишда ва катта аудиториянинг ҳиссий кечинмаларини топа олишда айнан телевидениенинг имкониятлари катта ҳисобланади. Телевидение кўпчилик аҳолини ўз таъсир доирасига кирита оладиган ва уларнинг ўз ортидан эргаштирадиган оммавий ахборот воситаси ҳисобланади. Телевидение яратилган ахборотни узатиш воситаси бўлиб, унинг ўзига хосликлари бор. Биринчидан, сунъий йўлдош орқали телевидение дунёнинг исталаган нуқтасидан бошқа бир чекка ҳудудларигача кириб бора олади. Иккинчидан, телеэкрандаги тасвир ва овоз уйғунлиги бошқа оммавий ахборот воситаларига қараганда одамларга кўпроқ ҳиссиёт уйғотади. Яъни, кўпроқ таъсирга эга. Учинчидан, биргина телевидениеда бошқа оммавий ахборот воситалари ҳам ўз аксини топиши мумкин.

Бугунги кунда телевизорни маълум бир чорраҳа деб атаса бўлади. Турлича ахборотлар оқими билан одамларни турли томонларга йўналтира олади. Шунингдек, телевидениени улкан бир катта саноат деб ҳисобласак ҳам бўлади. Бу ерда журналистлар томонидан турли кўринишдаги дастурлар ишлаб чиқилади. Телевидениедаги ана шу дастурлар орқали томошабиннинг маданияти, маънавияти, саводхонлиги оширилади. Айнан телеэкран орқали замонавий тарзда таълим олиш имконияти ҳам мавжуд. Ҳозирги шиддатли жамиятда ёшлар ҳам, уларнинг дунёқараши ҳам кескин тарзда ўзгариб бормоқда. Энди улар аввалгидек китоб ўқиш эмас, балки телевизор томоша қилиб, ўзларига керакли бўлган барча эҳтиёжларини қондиришлари мумкин. Масалан, интреактив телевидениенинг замонавий имкониятларидан унумли фойдаланган ҳолда ўтирган жойларида туриб, ТВ ўйинлар ва турли ижтимоий сўровномаларда иштирок этиш, овоз бериш имкониятига эга. Шунингдек, телемонитор орқали бир қатор муҳим амалларни амалга ошириш ҳам мумкин. Жумладан:

- Ахборотни бир жойдан бошқа бир жойга ёки бошқа бир шахсга тарқатиш;
- Телекс хизматлари, телематнлар ва видеотексни таъминлаш;
- E-mail ва ҳужжатларни узатиш;
- Видеоконференция алоқа ва телеконференцияларда иштирок этишни айнан интерактив телевидениенинг имкониятлари орқали амалга оширилади.¹⁴

Шунингдек, уйда ўтириб банк операцияларини, турли аукционларда қатнашиш, масофавий таълим олиш, кутубхоналар билан алоқа қилиш ва уларга маълумот жўнатиш шу жумладан, қўшимча ахборот ресурслари, хориж адабиётларидан фойдаланиш кабиларни интерактив телевидение тақдим этади. Интерактив телевидениедан фойдаланувчилар электрон дўконларда харид қилишлари, электрон почта орқали мулоқот форумларида иштирок этишлари ҳам мумкин. Шу билан бирга смс хабарлар, электрон шахсий маълумотларни сақлаш, оилавий альбом ва бошқа шунга ўхшаш дастурлар яратиш, фойдаланувчи ўзи учун мос тақвим туза олади.

Бугунги кунда интерактив хизматларнинг айрим ҳайратомуз кўринишларини Буюк Британиянинг спорт дастурларини намоиш этаётган Be Sky Be фирмаси тақдим этмоқда. Улар мусобақаларни турли ракурсдан тасвирга тушириб, фойдаланувчилар учун қулай имкониятларни ҳада этишмоқда. Масалан, футбол ўйини жонли эфирда кетаётган бўлишига қарамай ҳар бир ишқибоз ўзи истаган нуқтани танлаб кўриши мумкин. Кимдир фақат дарвозабонни, кимдир мураббийни ва яна биров тўп ҳаракатини, ёқтирган спортчисини тўлиқ кўриш имкониятига эга. Шу сабабдан ҳам телеканал фойдаланувчилари сони 6 миллиондан ошиб кетган.

Рақамли интерактив телевидение – оператор билан абонент ўртасида мутлақо янги муносабатларни ўрнатиш имконини берадиган, шунингдек, эркин фойдаланиш, назорат қилиш тизимига асосланган пуллик телевидение

¹⁴ Hari Om Srivatsara. Interactive TV Tecnology. Boston, London, 2002. 90

ҳисобланади. Интерактив телевидение интернет билан биргаликда, фойдаланувчилар учун қуйидаги имкониятларни тақдим этади:

1. Катта видео кутубхонасидан истаган фильмни танлаб кўра бўлади. Фойдаланувчи хоҳласа видео кутубхона архивини кенгайтириши ва ўзи истаган фильмларни жойлаштириш ҳам мумкин;
2. Кўриш жадвалига эмас ўз хоҳишга кўра ва қулай вақтда исталган маълумотни олиш. Бунда фақат серверга жойланган катта базадаги маълумотлар назарда тутилган;
3. Тармоқ ва индивидуал ўйинларда иштирок этиш;
4. Янгиликларни олдиндан аниқлаш мумкин;
5. Телеэкран орқали интернетга юқори тезликда кириш.

Шу билан бирга телевизор экранида интерактив кенгайтиришнинг турли усуллари тақдим этилади. Жумладан, томошабин ўзига керакли бўлган бир нечта воқеиликни бир вақтнинг ўзида мониторда кўриши мумкин бўлади. Буларнинг барчаси томошабин учун энг муҳими ҳисобланиб, мазкур хизматларни тақдим этаётган телекомпания учун ҳам катта даромад келтиради. Шундай экан, интерактив телевидение ана шу каби қулайликлари билан бошқа оммавий ахборот воситаларидан ажралиб туради.

Ҳозирда бошқа оммавий ахборот воситаларига қараганда кўпроқ аудиторияни ўз ортидан эргаштираётган телевидениенинг ҳам бир қатор вазифалари мавжуд. Уларни қуйида келтириб ўтамыз.

1. **Ахборот вазифаси.** Бу вазифасига кўра телевидение бошқа оммавий ахборот воситаларига қараганда ахборотни тасвир ва овоз уйғунлигида тезроқ, яхшироқ, ишончлироқ, ҳиссиётлироқ тарзда тақдим этади. Шу боисдан ҳам кўпчиликка ахборотни айнан телевидение орқали тақдим этиш ишончли ва самарали тарзда амалга оширилади. Телевидениенинг бу устунлиги олдиндан маълум бўлиб, ҳозиргача ана шу хусусиятлари боис катта аудиторияни ўз ортидан эргаштира олмакда. Эндиликда интерактив телевидение тақдим этаётган имкониятлар натижасида томошабин пассив иштирокчиликдан фаол қатнашчига айланмокда. Яъни, томошабин

ахборотни қабул қилибгина қолмай балки, унга ўз муносабатларини ҳам намоён қилишга муваффақ бўлмоқда. Энг асосийси, бериладиган янгиликларни саралаб ўзларига кераклисини ажратиб олиш имконияти ҳам пайдо бўлмоқда. Натижада ортиқча вақт беҳуда сарфланмаяпти ва зерикашнинг олди олинмоқда.

2. Маданий ва маърифий вазифаси. Ҳар қандай теледастурнинг замирида кишини маънавиятга, маърифатга ва маданиятга ундовчи ғоялар мужассам бўлади. Дастурлар намоёишидан асосий мақсад одамларни янгиликлардан хабардор қилиш билан бирга уларнинг саводхонлигини оширишда, нутқ маданиятини шакллантириш кўзда тутилган. Ҳатто, ахборот оқимларининг тезлигига қараб, аудиториянинг қиёфасини ҳам, уларнинг алоқа усулларини ҳам ўзгартириш мумкин. Томошабинларни илм-фан ва маданият ютуқларидан баҳраманд қилувчи махсус каналлар бўлиши мумкин. Лекин муҳим тадбирларни ўз вақтида кўришнинг имконияти бўлмай қоладиган ҳолатлар ҳам мавжуд. Бундай ҳолларда интерактив телехизматлар ёрдамга келади. Жонли эфирда ўтказиб юборилган ўша дастурни томошабин ўзи истаган вақтда кўриши мумкин.

3. Комплекс вазифаси. Оммавий ахборот воситалари ва жумладан, телевидение жамиятнинг нормал фаолият тарзига ўз таъсирини ўтказмай қўймайди. Доминант эшиттириш орқали умумий муаммоларни ҳал қилиш йўллари муҳокама қилиш, тингловчиларга жамият учун ҳалокатли ва хавфли йўналишларга қарши курашишга чақириш. Ёйинки, телеэкран орқали спорт, санъат ва шунингдек ижтимоий керакли йўналишларни тарғиб қилувчи дастурларни узатиш натижасида шу соҳа вакиллари сонини ошириш амалга оширилади. Демак, йўналишдаги вазифаларга ҳам интерактив телевидение хизматларининг ҳам ўрни бор. Масалан, спортчиларнинг ғалабаларию, ютуқлари ҳақида ахборотни кўрган кишида шу спорт турига нисбатан қизиқиш пайдо бўлсаю у ҳақида батафсил маълумотга эга бўлмаса, тақдим этилган воқеа чала ахборот бўлиб қолади холос. Унинг бошқа самараси кўринмайди. Ана шундай вазиятда интерактив

телевидениенинг хизматларидан унумли фойдаланилган ҳолатда тақдим этилган спорт тури ҳақида барча маълумотларни ўша вақтнинг ўзида олиш мумкин бўлади. Бунда қизиқарли спорт мусобақасини кузатиб турган томошабин ўша спорт тури ҳақида фикри ўзгармасидан телекомпанияга мурожаат қилиб, маълумотга эга бўлади. Бу эса ўз навбатида келажакда шу спорт турининг чемпионлари сони кўпайишини таъминлаши мумкин.

4. Ташкилий функцияси. Телевидение жамоат ҳаракатининг бошланғич ташаббускор ташкилотчиларидан бири ҳисобланади. Одамларга, турли ташкилот ва органларга даъват қилиш функциясига эга. Масалан, телевизорда тақдим этилган дастур ташаббуси билан янги транспорт йўллари жорий этилиши мумкин. Ёки шунга ўхшаш ижтимоий муаммолар кўтарилиши мумкин. Бу ҳолатда ҳам тақдим этилган муайян муаммони тезроқ бартараф этишда икки томонлама алоқани таъминлашда айнан интерактив телевидениенинг ўрни катта. Бунда теледастур орқали аҳолига муаммо ҳақида мурожаат этилади. Аҳоли ҳам тезда ўз таклифи ва муносабатини билдиради. Шунга кўра, яъни кўпчиликнинг хоҳиш-истакларига қараб, масала ҳал этилади.

5. Таълим функцияси. Ушбу йўналишда ҳар бир телетомшабиннинг дунёқарашини ва илмий салоҳиятини чуқурроқ ошириш мақади қўйилади. Бунинг учун ўқув тренингга мўлжалланган каналлар очилади. Улар мактаб, коллеж ва олий ўқув юртлари билан масофавий узвий алоқада бўлишади. Мазкур жараёнда ҳам интерактив телевидениенинг хизматлари ҳар бир ўқувчининг қизиқишларига алоҳида эътибор қаратишга мўлжалланган бўлади.

6. Дам олиш функцияси. Дам олишдан мақсад – инсон меҳнат фаолияти давомида сарфлаган энергия кучини қайта тиклаш. Бу борада энг соғломлантирувчи ва маданий ҳордиқ чиқаришда ёрдам берувчи восита бу телевидение кўрсатувлари, ўйинлар, видеоклип, комедия фильмлар, турли танловлар, концертлар ва ҳоказолар ҳисобланади. Бу ўринда ҳам интерактив

телехизматларнинг кенг имкониятлари натижасида ҳар қандай шахс ўзи учун маъқул дастурни танлаш ҳуқуқига эга бўлади.

Шундай қилиб, телевидениенинг овоз ва тасвир уйғунлигидаги мазкур вазифалари реал ҳаётимизнинг муҳим ажралмас қисмини таъминлайди.

Ушбу тадқиқотнинг долзарблиги шундаки, воқеликни акс эттиришда, жамият ҳаётининг барча кўринишларини ўрганиш, ривожлантириш ва муаммоларни кўрсатишда, аудитория билан дўстона мулоқот ўрнатишда телевидение муҳим восита эканлигини исботлаб беришдир. Ахборотни кенг жамоатчиликка етказишда соҳа ходимларининг юксак салоҳият ва касбий маҳорат кўрсатишида айнан телевидениенинг ўрнини алоҳида эътироф этиш жоиз. Матбуот мазкур соҳанинг дастлабки пайдо бўлган тури бўлсада, ҳозирда кўпчилик аудиториянинг эътибори айнан телевидениега қаратилган. Боиси, одамлар ўқиган ёки эшитган нарсасидан кўра кўпроқ кўрган воқеасига ишонади. Демакки, газета, журнал мақоласини ўқиш ва радиоэшиттиришни тинглашдан кўра кўпроқ телевидениедаги ҳар иккисининг уйғунлигидаги жараёни кўз билан кўришнинг ўрни бошқача бўлади.

“Матбуот ва радиоэшиттиришлардан фарқли ҳолда телевизион журналистика эфирга узатилган хабар ҳамда янгиликлар билан бир қаторда уларга тегишли тафсилотларни, кишиларни, ашёвий далилларни кўрсатиш имкониятига ҳам эга. Демак, тележурналистика кишилару воқеа-ҳодисалар моҳиятини, тафсилотларни ниҳоятда муфассал, кенг қўламда, атрофлича ва жонли, ҳиссий-образли тарзда намоёниш қила олиши билан ажралиб туради”.¹⁵

Ҳозирда телевидение бошқа оммавий ахборот воситаларига қараганда кўпроқ аудиторияни ўз ортидан эргаштира олаётганлиги барчамизга аён ҳақиқат ҳисобланади. Телевидение ахборотни ишончли ҳамда таъсирчан тарзда тақдим этади. Катта аудитория билан тезкор ахборот дастурлари

¹⁵ Содик С. Радиожурналистика асослари. Аудиовизуал журналистика. –Т: Mumtoz so'z, 2010.

орқали бевосита тўғридан-тўғри боғланади. Бир воқеани турлича талқинда ва ҳар хил услубда жамоатчиликка етказиш мумкин. Лекин, ҳозирда ахборотдан хабардор қилибгина қолмай, балки ўша хабар орқали халқнинг онгига таъсир ўтказиш, жамоатчилик фикрини шакллантириш муҳим ҳисобланмоқда. Боиси, бугунги аудитория рўй бераётган воқеа-ҳодисаларга бефарқ эмас. Берилган ахборот кишида фикр ва мулоҳазалар уйғотиши лозим. Аҳолига эркин фикрлаш имкониятини бериш ҳар томонлама ижобий ҳолат бўлиб, айнан демократик давлат ва кучли фуқаролик жамиятини барпо этишда муҳим роль ўйнайди. Бу жараёнда интерактив телевидениенинг алоҳида ҳиссаси мавжуд бўлади.

“...томошабин билан диалог бир неча босқичда амалга оширилади. Бунда дастлабки қадам жалб қилиш, эътиборни қаратишдан иборат бўлиб, томошабин экран орқали айтилаётган сўз айнан унга қаратилганини, ўзига алоқадор эканлигини ҳис қилади. Кейинги босқичда ҳаёлан томошабинни кадрдаги мулоқотга жалб қилиш амалга оширилади. Навбатдаги босқичда тўғри диалогга кириш имкони берилади. Қайта алоқа ташкил этилади...”.¹⁶ Бу ерда ҳам айнан интерактив телевидение хизматлари борасида сўз бормоқда. Масалан, “Наво” телеканалида эфирга узатилаётган “Такдим” телелойиҳасини бунга мисол қилиб келтирсак бўлади. Дастлаб, лойиҳа орқали қўшиқлар кетма-кетлиги эълон қилинади. Кейин мухлислар ўзларига маъқул келган қўшиққа овоз бериб каналга смс хабарини жўнатишади. Юборилган овозлар сонига қараб рейтинг тузилади ва энг кўп овоз олган қўшиқлар ўнталиги яна томошабинларга такдим этилади. Лекин бу жараёнда интерактив телевидениенинг қисман кўринишларидан фойдаланилмоқда.

Ҳозирда телеэкран орқали намоиш этилаётган турли кўрсатув ва телесериаллар кичик ёшдаги болалар психологиясига салбий таъсир ўтказиш ҳоллари ҳам учрамоқда. Болалар кинолардаги айрим қиличбозлик жараёнларини ўзларига ўзлаштириб, қотилликка ҳам қўл уришмоқда.

¹⁶ Нечай О.Ф. Ракурсы: о телевизионных коммуникациях и эстетике. –М., 1990. 42-стр.

Ёйингки, севги-муҳаббат масаласида бир қизнинг бир нечта эркак билан турмуш қуриши қўштирноқ ичида дарс бўлмоқда. Айрим ҳолларда катталарни ҳам ўз домига тортиб кетмоқда. Бунга уларнинг туғилаётган фарзандларига чет эл сериаллари қаҳрамонларининг маъно-мазмунсиз исмларини қўйишаётганини мисол қилсак бўлади. Бу қаби ҳолатлар натижасида жамиятда салбий қарашлар шаклланиб қолиши табиий ҳолат ҳисобланади. Бу эса, телевидениенинг ёмон қиёфасини кўрсатиб беради. Бунда ҳам интерактив телевидениенинг блоклаш усулидан фойдаланилган ҳолда масалага ечим топилади.

Бугунги глобаллашув давримизда жаҳон ҳамжамиятида турли безовталик ҳолатлари тобора ортиб бормоқда. Барча қитъаларда тугаб бораётган табиий ресурсларга эгалик қилиш эҳтиёжи ошиб кетмоқда. Натижада турли келишмовчилик ва қуролли тўқнашувлар ва турли қирғинбарод жанглари содир этилмоқда. Оқибатда кўплаб бегуноҳ инсонларнинг қони тўкилмоқда. Бошқа ҳудудларда болалар ва аёллар ўлими, алкоголь ва гиёҳванд натижасида ўлимларнинг ортиши инсоният олдидаги жиддий муаммога айланиб бормоқда. Ана шундай жараёнларга теран руҳ билан қараш, ёшларнинг ижобий дунёқарашини шакллантириш масаласи вужудга келмоқда. Бундай глобал муаммони бартараф этишда яъни, ёшларнинг маънавий дунёқарашини мустаҳкамлашда, ахборий бўшлиқни керакли билимлар билан тўлдиришда айнан оммавий ахборот воситаларининг хусусан, телевидениенинг ўрни ва роли муҳим ҳисобланмоқда. Шу сабабли миллий телерадиокомпаниямиз таркибида фаолият юритаётган асосий каналларда бу борада катта ишлар амалга оширилмоқда. Барча телеканалларда ёшлар учун муҳим дастурлар берилмоқда. Кўплаб ток-шоулар ёшларнинг ёмон йўлларга кириб қолмасликка даъват этаётгани биз учун қувонарли ҳолдир. Аксарият кўрсатувларда огоҳликка чақирув, юқорида келтирилган муаммоларга нисбатан ўзгача қараш, ва аксинча ўша муаммоларнинг ечимини топишда айнан ёшларнинг ўзлари жалб этилмоқда. Шунингдек, ижтимоий ҳаётимизда

рўй бераётган муаммоларга бағишланган кўрсатувлар ҳам эфирга узатилиб, аҳолининг ижтимоий дунёқарабини ижобий томонга йўналтиришга ҳаракат қилинмоқда. Лекин ушбу лойиҳаларнинг самараси бироз пастроқ натижа бермоқда. Бунинг самарасини оширишда даставвал кўрсатувларни жонли эфирда узатиб, интерактив телевидение хизматларидан ҳам фойдаланиш лозим. Чунки, катта муаммолар муҳокама қилинаётган ток-шоулар фақат студиядаги нари борса қирқ-эллик киши билан амалга оширилмоқда. Кичик аудиториянинг фикри ва ҳулосаси билан кўпчиликнинг тақдири ҳал этилмоқда. Лойиҳани интерактив усулларда олиб борадиган бўлсак, унда жонли эфирда кўрсатувни бевосита кузатиб бораётган ҳар бир киши унда иштирок этиб, ўз муносабатини билдира олиш имконияти мавжуд. Бунда турли ҳудудлардан эфирга уланган одамларнинг фикрларидан энг ижобий ва асосийлари инобатга олиниб, реал ҳаётга тадбиқ этилади.

Бугунги кунда миллий телерадиоканалларда фаолият юритаётган ижодкорлар кўпчилик аудиториянинг талаб ва эҳтиёжларидан келиб чиқиб, дастурларини намоиш этишмоқда. Телевидение ижтимоий вазифасини бажаришида, жамият ҳаётини акс эттиришида сўз билан тасвир уйғунлигига эришади, публицистика билан бир қаторда оғзаки нутқ, тасвирий санъат, мусиқа, кино ва фотожурналистикадан кенг фойдаланилмоқда. Шу туфайли телевидениенинг жозибаси оммавий ахборот воситаларининг бошқа турларига қарагандан кўпчиликни ташкил этмоқда. Телевидениенинг тасвир, таҳлил ва таъсир функциялари билан бир қаторда одамларга эстетик завқ улашиб, кайфиятини кўтариш, дам олдириш, маънавий-маърифий озуқа бериш жиҳатлари кўпчилик аудиторияни ўз ортидан эргаштира олмоқда. Ҳозирда ана шундай дастурларни катта аудиторияга етказиб бераётган телеканаллар сони йилдан-йилга ортиб бормоқда. Ўйтаборлиси, янгидан ташкил этилаётган телеканалларнинг аксарияти юқори сифатни таъминлайдиган рақамли форматда очилмоқда. Шунингдек, янги замонавий медиамарказ, замонавий энг сўнгги вариантдаги телеускуналарнинг олиб келиниши соҳа равнақининг бунданда ривожланишига хизмат қилади.

Кўриниб турибдики, интерактив телевидениенинг кенг имкониятлари бошқа оммавий ахборот воситаларига қараганда кўпроқ аудиторияни ўзига жалб эта олмоқда. Шу боисдан аввалгидек, китобхонлар, газета муштарийлари ва радио тингловчилари сони кескин камайиб кетмоқда. Кўпчилик интернетнинг таъсир доирасига тушиб, бошқа оммавий ахборот воситаларини умуман кузатишмаяпти. Айни шундай паллада телевидениеда интерактив хизматларни жорий этиш орқали аудитория ўз ортидан эргаштириш мумкин.

2.2. ИНТЕРАКТИВ МУЛОҚОТДА ТЕЛЕЖУРНАЛИСТНИНГ МАҲОРАТИ

Телевидение ватан кўрки, миллатнинг юзидир. Шундай экан, жонли эфирда тўғридан-тўғри узатиладиган кўрсатувларда журналистлар, бошловчилар, хусусан, шарҳловчилар ўта маҳоратли, сифатли ва чиройли олиб боришлари, шарҳлашлари талаб этилади. Ахир, бу журналистнинг нони, касби ҳисобланади. Худди, шифокорларнинг даволаши, ўқитувчиларнинг ўқитиши сингари.¹⁷ Дарҳақиқат, ҳар қандай киши қайси соҳада фаолият олиб боришидан қатъий назар аввало ўз касбига нисбатан садоқатли бўлиб, ўз ишининг моҳир устаси бўлмоғи лозим. Шундай экан, бу борада тележурналистлар ҳам давлат ва жамият ўртасидаги алоқаларни амалга оширишда бор қобилият ва истеъдодларини намоён қилишлари керак. Ва айниқса, интерактив телевидение дастурларида фаолият юритаётган тележурналистлар бошқаларга қараганда ўн ҳисса масъулиятли бўлишлари талаб этилади. Чунки, жонли эфирдаги интерактив жараёнда студиядаги меҳмонлар билан биргаликда тўғридан-тўғри эфирга уланадиган телеэкран қаршисидаги тингловчиларни бир мавзу атрофида бирлаштириб, турли вазиятларда моҳирона қарор қабул қилишда тележурналистдан юксак билим ва савия талаб этилади. Шундай экан, телевидениеда фаолият кўрсатаётган журналистлар ҳар бир йўналиш бўйича малакали билимга эга бўлишлари

¹⁷ www.uff.uz. “Яна шарҳловчилар мавзусига қайтиб” Б.Мамедов

шарт. Айнан, уларнинг экран қаршисидаги ҳатти-ҳаракати уни томоша қилаётган томошабинларга ишонч ёки ишончсизликни келтириб чиқаради. Интерактив жараёнда жонли мулоқотни амалга ошираётган журналист бу борада ўта профессионал бўлиши, кўпчилик аудиториянинг олдида ўзини назорат қила олиши шарт.

Телевидение соҳасида фаолият юритаётган журналистлар одамларга ахборотни етказишда ҳар томонлама ахлоқий тамойилларга амал қилишлари, журналистик позициялари жамиятнинг ахлоқий ва маънавий меъёрларига зид бўлмаслиги лозим. Шунингдек, тележурналист турли катламдаги аҳолининг ижтимоий маданиятини кўра билиши керак. Ҳар қандай телетомошабини ҳалол ҳурмат қилиб, уларга сидқидилдан хизмат кўрсатадиган етук маънавий шахс айнан журналист бўлмоғи даркор. Шу сабабдан телевидениеда ишлайдиган журналист жонли эфирга чиқишдан олдин қуйидаги мезонларга эътибор қаратиши шарт:

1. **Ташқи хусусиятлари.** Ташқи кўринишга алоҳида эътибор бериши талаб этилади. Қандай жанрдаги ва қандай мавзудаги кўрсатувни олиб бораётган бўлса, ўшанга мос тарзда кийиниш имижини шакллантириши керак бўлади. Шунингдек, тасвир талабларига ҳам риоя қилмоғи шарт.
2. **Ички хусусиятлари.** Бунда қуйидаги жиҳатларни ўзида мужассам этган бўлиши лозим: ўта сезгир ва чексиз билимли, ҳис-туйғуларидан керакли вазиятда фойдаланадиган, ахлоқий меъёр ва қадриятларга амал қиладиган бўлиши керак.
3. **Коммуникатив хусусиятлари.** Бу борада овоз, дикция ва оғзаки мулоқотда нутқ маданияти алоқа боғлаш хусусиятига эга бўлиши шарт.
4. **Асосий хусусиятлари.** Бунда журналист ҳар қандай ҳолатда ўзини назорат қилиб, чегарадан чиқмаслиги асосий омил ҳисобланади. Шунингдек, кутилмаган вазиятларга ҳам худди чегарадаги аскардек тайёр туриш қобилияти бўлиши керак.

Ҳозирги демократик давлатда ҳар бир фуқаро ўзига тегишли бўлган жамиятдаги турли ахборотлардан хабардор бўлиш ҳуқуқига ва сўз эркинлигига эгадир. Ўз навбатида бу оммавий онг майдонида фикрларнинг хилма-хил бўлишини таъминлайди. Бу жараённинг этик талабларига айнан журналистлар жавобгар бўлишади. Бу жавобгарликни томошабин олдида, жамият олдида, журналистлар ҳамжамияти олдида ва ўзининг калби олдида ҳис қилмоғи лозим. Шу боисдан ҳам, тележурналист ана шундай масъулиятни англаган ҳолда эфирга чиқишдан олдин ўзига қуйидагиларни ҳис қилмоғи лозим: “менинг ҳаракатларим қуйидаги талабларга жавоб берадими? Йўқми?” – деган саволни ўзига бериши ва жамоатчилик муҳокамасига қўймоқчи бўлган масала бўйича қатъий қарорга келган бўлиши ва шундан кейингина микрофон ва камера қаршисига келиши керак. Бунинг учун у энг аввало баъзи саволларни ўзига бермоғи керак:

1. Мен ҳозир айтмоқчи бўлган сўзларимдан кейин кўпчиликнинг олдида уятга қолмайманми?
2. Менинг ҳатти-ҳаракатим ва берган ғояларим натижасида жамиятда турли жиноятлар кўпайиб кетмайдими?
3. Эфир жараёнида бирор вазиятда ўзимнинг шахсий имтиёзларимдан фойдаланиб, ўзимни қизиқтирган саволларга жавоб олмаяпманми?
4. Бирор сиёсий қарорнинг тадбиғи деб катта бир ижтимоий гуруҳнинг манфаатларини поймол қилмаяпманми?
5. Эҳтиросга берилиб тўғри вазиятни ноҳолис шарҳлаб қўймайманми?
6. Катта аудиторияни тушунмайди деб, ҳар қандай масалада ташвиқот ва тарғибот қилмаяпманми?
7. Мен танлаган шахсий позиция сабаб, журналистика тушунчасининг кадр-қимматини пасайтириб қўймайманми?
8. Ҳалоллик ва ахлоқий қадриятларга аскар ва шифокорнинг қасамидек амал қилаяпманми? каби саволларга жавоб топиб кейин микрофон қаршисига келиши керак.

Шунингдек, спорт шарҳларини шарҳлайдиган спорт шарҳловчилари ҳам қуйидаги талабларга риоя этишлари лозим:

1. Микрофон олдига келган ҳар бир шарҳловчи катта аудиториянинг кайфияти, рухияти олдидagi ўзининг масъулиятини ва жавобгарлигини сезиши керак;
2. Шарҳловчи шарҳ жараёнида мустақил бўлиши мумкин. Аммо асосий восита шуки, тил ихтиёрий ўзгартирилмайди. Жонли эфир сўзлашув нутқида олиб борилишидан қатъий назар, адабий тил нормаларига риоя қилиши зарур. Эфирдаги нутқ тўғри, соф, аниқ, мантикий изчил, таъсирчан, тушунарли бўлиши лозим;
3. Ноҳолис ёндошиб бир жамоани бошқасидан устун қўйиб, ўша жамоа мухлисларини бездириб қўймаслиги керак;
4. Шарҳловчи экран олдига туриб майдондаги вазиятларни ҳолис баҳолайман деб профессионал спортчиларни камситиб қўймасликка ҳаракат қилиши лозим;
5. Эфир имкониятлари журналистнинг барча қобилияглари намоён бўлиши учун шароит яратган. Аммо бу эркинлик журналистга маълум мажбуриятларни ҳам юклашини шарҳловчи ижодкор билиши зарур. Мутлоқ эркинлик бўлмайди, ижодкорнинг дунёқараши, касбий масъулияти ва шахсий ёндашувидан келиб чиқиб, у ўзини-ўзи назорат қилиши керак.

Бугунги кунда “Спорт” телеканали журналистлари томонидан берилаётган ҳар бир кўрсатув, телевизион шарҳ ҳеч бир томошабинни бефарқ қолдирмайди. Керак бўлса оддий томошабинлар шарҳловчиларнинг маҳоратини баҳолаб боришади. Бу айниқса интернет спорт сайтлари билан биргаликда турли ижтимоий тармоқларда кузатилади. Шунинг учун ҳам, экранда футбол шарҳлаётган журналистдан катта билим, тажриба ва маҳорат талаб қилади. Бугунги кунда фаолият олиб бораётган айрим спорт шарҳловчилари қуйидаги жиҳатларга эътибор бермасдан шарҳларда иштирок

этишади.

- Шарҳлаётган спорт турини яхши тушунмаслиги;
- Вазиятга ноҳолис ёндошуви;
- Овоз ва оҳангнинг мавзуга мос келмаслиги;
- Асосий мавзудан четлашиши;
- Нутқининг равон эмаслиги;
- Замонавий янгича услубнинг йўқлиги;
- Адабий тил нормаларига эътибор бермаслиги каби ҳолатлар тингловчининг эъсасини қотирмоқда.

Авваламбор журналист тайёрлаган кўрсатуви, ёзаётган мақоласи, радиодаги эшиттириши орқали ўзига хос имидж яратган ҳолда мухлисларнинг қалбига кириб бора олиши лозим. Бунинг учун малакали журналистдан юқоридаги жиҳатлар билан биргаликда, ўз соҳасининг моҳир устаси бўлиши, сўзамол ва юксак дид эгаси бўлиши керак. Замонавий ахборот технологияларидан, жумладан, интернетдан унумли фойдалана билиши, янгиликлар тезлиги билан бирга юришини таъминлайди. Шундай экан, бугунги кун тележурналистлари замон билан ҳамнафас фикрлай олиши, хорижий тилларни мукамал эгаллаши, жамиятимизнинг барча соҳаларининг бирдек ривожланишига ўз ҳиссаларини қўшишлари ва жаҳон ҳамжамиятида мамлакатимиз нуфузининг янада оширилиши йўлида камарбаста бўлишларини замонанинг ўзи талаб этмоқда.

“Бугунги кунда ёшларимиз нафақат ўқув даргоҳларида, балки радио, телевидение, матбуот, интернет каби воситалар орқали ҳам ранг-баранг ахборот ва маълумотларни олмоқда. Жаҳон ахборот майдони тобора кенгайиб бораётган шундай бир шароитда болаларимизнинг онгини фақат ўраб-чирмаб, уни ўқима, буни кўрма, деб бир томонлама тарбия бериш, уларнинг атрофини темир девор билан ўраб олиш, ҳеч шубҳасиз, замоннинг талабига ҳам, бизнинг эзгу мақсад-муддаоларимизга ҳам тўғри келмайди”.¹⁸ Дарҳақиқат, бугунги техника ва технологияларнинг жадал суръатлар билан

¹⁸ Каримов И.А. “Юксак маънавият – енгилмас куч” “Маънавият”. Т. 2008. –Б.114

ривожланиб бораётган ҳолатида одамларни ва айниқса, ёшларни ташқи муҳитдан узиб қўйиб бўлмайди ва бунинг иложи ҳам йўқ. Шундай экан, четдан кириб келаётган ҳар қандай ахборотни саралаб бериш, миллий менталитетимизга мос келадиганларини ўзимизга қабул қилишга ёшларни даъват этиш лозим. Айни жараёнда ҳам журналистларнинг ахборий бўшлиқни мазмунли ва керакли ахборот билан тўлдиришлари талаб этилади.

“Умуман, телерадиожурналистикада мустаҳкам ўрин эгаллашда журналистнинг шахси катта аҳамиятга эга. Радио ёки телемикрофондан миллионлаб тингловчи ва томошабинга қарата сўз айтаётган журналист шахс даражасига қўтарилмоғида гап кўп”.¹⁹ Устозимизнинг ушбу жумлалари замирида ҳам улкан фалсафий мушоҳада борлиги бугун ҳаётий ҳақиқатга айланиб улгурди.

Шуни алоҳида таъкидлаш керакки, тўғридан-тўғри эфирдаги маърифий-маданий дастурлар, интеллектуал ўйинларнинг савияси кўп жиҳатдан бошловчи ва муаллиф фаолиятига боғлиқ. Жонли мулоқотнинг “сценарийси” бошловчи-муаллифнинг қўлида бўлади. Дастурнинг мазмунли ва самарали ўтишида бошловчининг малакаси, маҳорати ва касб-ахлоқ меъёрларига қай даражада риоя қилишига кўп нарса боғлиқдир. Ўзбекона одобга риоя қилиб ҳол-аҳвол сўрашиш коммуникация жараёнининг самимий тарзда кечиши учун шароит яратади. Тўғри жавоб бермаган ёки айтаётган гапидан адашиб кетган иштирокчи бутун аудитория олдида ўзини ноқулай ҳис қилиши мумкин.

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

¹⁹ Дўстмуҳаммад Х. “Халқаро журналистикада гуманитар ҳуқуқ ва касб этикаси”. Т. 2011. 87-88 б.

Олиб борувчига қуйидагилар таъқиқланади:

- “Мен” олмошини ишлатиш;
- меъёردа бўлмаган лексикани қўллаш, профессионализм, арго ва жаргон сўзларни ишлатиш;
- афоризм, анекдотларни келтириш;
- эфир пайтида техник суҳбатлар олиб бориш;
- эфирда узр сураш”.²⁰

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

“Журналист ва муҳаррирларнинг шахсий ҳаёти – уларнинг касбий фаолиятига зид келмаслиги керак. Биринчи ўринда, журналистнинг жамият олдидаги маъсулияти туради. Ва бу унинг касбини белгиловчи асосий омилдир”.²¹

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

Агар у суҳбатни тугатишни, хулоса билан якунлашни унутиб қўйса, қаерда нуқта қўйишлигини билмаса ва ҳар гал саволида яна илгариги мавзуларга кетма-кет қайтаверса. Мухбир ўз ҳаяжонини, муносабатини яшира олмай билдириб қўйса, дарҳол томошабинни ўзидан узоқлаштиради. Журналист кўпчиликни қизиқтираётган муаммолар бўйича ўз фикрини, муносабатини билдиришида эҳтироссиз бўлиши ҳам қандайдир бир сохталиқни намоён қилиши мумкин.

²⁰ Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. - М.: Медея, 2003.-С. 413.

²¹ Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. - М.: Медея, 2003.- С. 35.

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

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

Агар суҳбатдошининг сўзларини диққат билан эшитишни, тинглашни билмаса ва унинг ўйлаш учун сақлаган сукутини навбатдаги савол учун қилинган пауза деб тушунса. Демакки, журналист юқоридаги ҳолатларда этика нормаларини ўзи бузган ҳисобланади. Натижада дастурнинг ҳам шаффофлиги йўқолади.

Агар суҳбатдошингиз, сиз – мулоқотдагиларнинг бирининг томонини олаётганингизни сезиб қолса, бир томоннинг ёнини олиб, маъқул кўриб, унга хайрхоҳлик билдириб иккинчи томонга қарши эканлигингизни билдириб қўйсангиз ва шу билан сиз қайси томонда эканлигингиз ошкора бўлиб қолса. Бу одатда бир томонни диққат билан эшитиб, иккинчи томонни жавоб бераётган пайтидаги бепарво бўлиб туришингизда, ўзингизни тутишингизда маълум бўлади. Ва бу хусусиятингиз касбий фаолиятингизга ҳам тўғри келмайди.

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

Фикрлар тўқнашуви одатда кўрсатувни томоша қилиб ўтирган телетомошабинларни ҳам муаммони тадқиқ этиш жараёнига жалб қилиш хусусиятига эга. Бошловчи бу ҳолларда студияга таклиф этилган ёки ундан ташқаридаги иштирокчилар ва баҳсда иштирок этаётган аудитория билан

мутахассислар ўртасида ўртакашлик, воситачилик вазифасини бажаради.

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

“Кейинги йилларда хилма-хил мавзуларда интерактив шаклдаги эшиттириш ва кўрсатувлар кўпайиб бормоқда, тўғридан-тўғри дастурлар тайёрланмоқда. Бундай ҳолатда (хоҳ ТВда, хоҳ радиода) журналистнинг, бошловчининг масъулияти ҳар қачонгидан ортади. Бу вазиятда у нафақат ўзи, балки дастурда иштирок этаётган тингловчи ё телетомошабин учун ва умуман ўша кўрсатув учун ҳам жавобгар ҳисобланади. Бу эса унинг ўз соҳасида касб этикаси меъёрларини нечоғли чуқур билиши ва унга амал қилиш малакасидан далолат беради”.²²

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

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

²² Дўстмуҳаммад Х. “Халқаро журналистикада гуманитар ҳуқуқ ва касб этикаси”. Т. 2011.-Б. 91

айланади”²³.

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

“Замонавий телевидение журналистлари олдида қўйиладиган бир канча талаблардан хабардор бўлмаган мутахассис ҳар томонлама сифатли ва мазмундор кўрсатув тайёрлай олмайди. Аудиториянинг қабул қилиши ҳам қийин кечади. Буни тўлиқ англаш учун аввало, телевидениеда бошқа оммавий ахборот воситалари журналистларидан фарқ қилувчи айрим жиҳатларни яхши ўрганиш ёш ижодкорлар учун жуда зарур”²⁴.

Бошловчи жисмонан соғлом, ёқимтой, ахлоқий пок, яхши ташқи кўринишга, ёқимли овозга эга, сўзларни тўғри талаффуз қиладиган, чуқур, атрофлича билими бор, ҳаётни, инсон психологиясини яхши биладиган, тўғридан-тўғри эфирда учраб турадиган турли қалтис вазиятларда ўзини йўқотмай, керакли сўз айтиб, тўғри йўл топа оладиган ва бошқа қатор ажойиб ҳислатларни ўзида мужассамлаштирган шахс бўлиши керак.

Бошловчи ҳам маълум бир мавзуларда, жанрларда ихтисослашиши мақсадга мувофиқдир. Шундай ҳоллар учрайдики, маиший мавзуларда ёки дейлик, портрет жанрида донг таратган таниқли журналист бирон бир давлат арбоби ёки сиёсатчи билан яхши суҳбат уюштиролмай том маънода мағлубиятга учрайди, бу эса телетомошабинларнинг ғашини келтириб, муҳим ахборотдан қолдириши мумкин.

Яна бир нарсани таъкидлаш жоизки, минг яхши ташқи қиёфага эга бўлиб, яхши ёза олмаса ундай журналистдан яхши бошловчи чиқмайди. Чунки, ўзи матнни ёзмагани боисдан уни қалбдан ҳис эта олмайди. Эмоция

²³ Дўстмуҳаммад Х. “Халқаро журналистикада гуманитар ҳуқуқ ва касб этикаси”. Т. 2011 –Б. 92

²⁴ Каримов А. Аудиовизуал журналистика (тележурналистика). –Т: ИШОНЧ, 2012.

кўша олмайди.

Ҳозирги кунда интерактив дастурларни олиб борадиган тележурналистлар кўрсатувни олиб боришда турли янгича усуллардан фойдаланишмоқда. Эндиликда бошловчининг бир жойда қотиб турган ҳолатда дастурни олиб бориши ҳеч қандай самара бермайди. Аксинча, телебошловчи ўзини студияда эркин тутиб, мутахассислар ва аудиторияга яқин келиши, қўл ҳаракатларидан фойдаланиши айнан кўрсатувнинг натижасига ижобий таъсир ўтказиши мумкин.

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

Журналистлар ҳар қандай мамлакатда жамиятнинг пешқадам зиёлилари сифатида ҳурмат қилинади. Ҳар қандай вазиятда халқ ўз ичидаги дардларини, турмушида юз бераётган қийинчиликларнинг ечимини топишда оммавий ахборот воситалари ходимларига суянади. Журналистлар ҳам ўзларига бўлган ана шундай ҳурмат ва эҳтиромни доимий сақлаб қолиш, ўз мухлислари ишончини қозониб ишлашлари улар учун касбий зарурат

эканлиги шубҳасиз англаб етмоғи керак. Айнан шундай самарадорликка эришиш учун журналист ҳар қандай вазиятда касбий-ахлоқ принципларига амал қилиши керак ёки айрим ахлоқ кодексларида таъкидланганидек, кундалик меҳнати жараёнида ўзини оддий шахс эмас, айнан журналист эканини ёдидан чиқармай ишлаши, оммавий ахборот воситалари ходими биринчи навбатда ўз касбий ахлоқий талабларини билиши зарур.

2.3. ИНТЕРАКТИВ ДАСТУРЛАРДА ТЕЛЕЭФИР МАДАНИЯТИ

Телевидение кашф этилганидан сўнг, бу техника мўъжизаси шунчаки инсонларга бўш вақтни мароқли ўтказиш учун бир эрмак пайдо бўлгандек эди. Аммо, “ойнаи жаҳон” маданий воқеилик билан биргаликда сиёсий, иқтисодий, ижтимоий ва спорт соҳаларидаги янгиликларни жонли тасвирлар орқали дунёнинг исталган бурчагидан олис чекка қишлоқларгача тезкорлик билан етказиб бериш имкониятига ҳам эга эканлигини кўрсатиб берди. Мухтасар қилиб айтганда, телевидение ҳаётнинг реал кўзгусига айланди.

Бугунги глобаллашув даврида яъни тезкор ахборот асрида инсонлар ахборотни қабул қилиш билан бирга унга ўз фикр-муносабатларини ҳам билдиришмоқда. Ҳозирда бундай жараёни кўпроқ интернетда кузатиш мумкин. Интернетнинг турли сайтларида ва ижтимоий тармоқларида ўқилган хабарга ўша жойнинг ўзида муносабат билдириб, шарҳ ёзилади. Бу эса кўпчилик аудитория учун ва айниқса, ёшлар учун кундалик ҳаётнинг ажралмас бир қисмига айланиб улгурган. Интернетнинг бундай кенг имкониятлари натижасида бошқа оммавий ахборот воситаси турлари жумладан, телевидениенинг аудиторияга таъсири биров пасаймоқда.

“Биргина “Спорт” телеканалини томоша қиладиган мухлисларга қараганда спорт сайтларига қиладиган ишқибозларнинг сони жуда катта фарқни ташкил этади. Ҳар қандай спортчи ҳақида батафсил маълумотга эга бўлиш шунчалик осон бўлиб қолдики, ҳаттоки сонияларда бу ишни амалга оширса бўлади. Яна шунингдек, “миллионлар ўйини” мухлислари ёки бошқа спорт ишқибозлари вақт сарфлаб, ярим тунда жонли эфирда спорт мусобақаларини томоша қилиб ўтиришининг ҳожати йўқ. Сабаби, ўша

“даҳо” интернет бор. Бир дақиқага интернетга кириш орқали кўплаб мусобақаларнинг натижаларини билиб олинади. Ва кўпчилик учун энг кизиқарли бўлгани, футбол фанатларининг ўйинга берилган изох ва шарҳларини ҳам ўша вақтнинг ўзида ўқиб, унга жавоб ҳам қайтариши мумкин”.²⁵

Интернетнинг ана шундай кенг имкониятлари мавжуд вазиятда телевидение каналларининг ҳам ўз аудиториясини сақлаб қолиши учун телевидениеда интерактив хизматларни жорий этиш талаб этилади. Ана шундагина кизиқарли интерактив дастурларни томоша қиладиган телетомошабинлар сони ортиб боришига эришилади.

Интерактив телевидение тескари алоқали каналга эга трансляцион тизимдир, яъни, унда ахборотлар нафақат трансляция қилинаётган жойдан томошабин томонидан ўрнатилган телевизион қабул қилувчига, балки, аксинча, томошабиндан трансляция қиладиган компанияга ҳам юборилади. Натижада, телевидениенинг телеканаллари ўз ишқибозларининг талаб ва таклифларидан келиб чиқиб, дастурларини намоиш этади. Телетомошабинлар истаган янги-янги кўрсатувларни эфирга узатади. Ва энг асосийси, бундай интерактив кўрсатувларда кўча-куйда юрган киши телефон орқали ва уйда ўтирган оддий мухлис агар интерактив телевидение хизматларини таъминлайдиган технологиялар мавжуд бўлса, пулт орқали жонли эфирдаги ўша дастурда иштирок этиб, ўз муносабатини билдира олиш имкониятига эга бўлади.

Одамларнинг хоҳиш-истаклари, талаб ва таклифларидан келиб чиқиб, телевидениеда интерактив теледастурлар тақдим этилиши демократик фуқаролик жамиятини барпо этишда муҳим роль ўйнаши билан бирга, кўпчилик аудитория ҳам ўз эҳтиёжларини қондиради ва шунингдек, интерактив хизматларни тақдим этадиган телекомпаниялар ҳам катта даромад қилишга эришишади. Лекин, масаланинг бошқа томони ҳам мавжуд.

²⁵ Абдурасулов У. Интерактив дастурларда телеэфир маданияти //Замонавий тележурналистиканинг тараққиёт тенденциялари: маҳорат, тажриба, ихтисослашув. – Тошкент, 2015. –Б.140

Яъни, жонли эфирда намойиш этиладиган интерактив кўрсатувларда биринчи навбатда телеэфир маданиятига, унинг конун-қоидалари ва талабларига қатъий риоя этиш талаб этилади. Бу жараёнда энг аввало кўрсатувни тайёрлайдиган журналистдан ҳам, шунингдек, жонли эфирда студияга тўғридан-тўғри уланадиган аудиториядан ҳам, студияга таклиф этилган таниқли шахс ва мутахассислардан ҳам аввало, муҳокама қилинаётган мавзудан четлашмаслик, этика қоидаларига риоя этишлик, шева ва жаргон сўзларидан фойдаланмасликка эътибор қаратишлари талаб этилади. Бундай жараёнда энг муҳими журналист жуда профессионал бўлиши лозим. У ҳар қандай ҳолат ва вазиятдан моҳирона чиқиб кета олиши керак.

Аудиториянинг жонли эфирга тайёрлиги энг мураккаб масалалардан биридир. Айтиш керакки, бошловчининг эфирга тайёргарлик кўриши табиий жараён ҳисобланади. Аммо, жонли эфирда кетаётган кўрсатувга бевосита кўнғироқ қилиб уланган тингловчига ҳам баъзи талаблар қўйилиши зарур. Чунки, тингловчи ўзаро икки киши ўртасидаги мулоқотдан фарқли ўлароқ катта бир аудитория олдида сўзлаётганини хис қилиши керак. Унинг айтаётган ҳар бир сўзи ўзгаларнинг шахсий манфаатларига зид бўлмаслиги лозим. Шунингдек, интерактив жараёнга жонли эфирда уланган тингловчилар фикр билдираётганда ҳис-ҳаяжон ва чуқур эмоцияга берилиб кетиб, ўзининг сўзлашув услубида гапирмаслиги, жаргон сўзлар, сўқиниш ва ҳақоратли сўзларни умуман ишлатмаслиги ва ўзини назорат қила олиши энг муҳим омил саналади.

Жонли эфирда интерактив теледастурда тўғридан-тўғри уланган телетомошабинлар мазкур талабларга эътибор беришлари лозим:

1. Биринчи навбатда жонли эфирга уланган шахс дастур бошловчиси ва бошқа телевидение ходимларига сохта хушмуомилалик қилмаслиги лозим.
2. Жонли эфирга уланиб, аввало ўзининг шахсий манфаатларига оид муаммоларни ҳал этишга доир сўз юритишдан олдин студияда

муҳокама қилинаётган мавзуга тегишли чегарадан чиқмаслиги керак.

3. Агарда жонли эфирга тўғридан-тўғри уланаётган тингловчининг овоз тўқималари шамоллаган бўлса, бурун битганида, овоз оҳанги мавзудан чалғитадиган бўлса, бундай ҳолатда яхшиси эфирга уланмаслик тавсия этилади.
4. Интерактив жараёнга жонли эфирда уланган тингловчилар фикр билдираётганда ҳис-ҳаяжон ва чуқур эмоцияга берилиб кетиб, ўзининг сўзлашув услубида гапирмаслиги, жаргон сўзлар, сўқиниш ва ҳақоратли сўзларни умуман ишлатмаслиги ва ўзини назорат қила олиши шарт.
5. Кўрсатувга уланган тингловчи эфир жараёнида ўзини намоишкорона эркин тутиб, ўзини-ўзи мақтамаслиги ҳам талаб этилади.
6. Эфирга уланган тингловчи муҳокама қилинаётган масалага ноҳолис ёндошиб, вазиятни таранглаштирмаслиги муҳим ҳисобланади.
7. Жонли эфирга уланган тингловчи сўзлаганда ўз нутқининг равон ва дона-дона бўлишига эътибор қаратиши зарур.
8. Шунингдек, адабий тил нормаларига эътибор бермаслик каби ҳолатлар ҳам бошқа миллионлаб тингловчиларнинг энсасини қотириб, асабига тегиши мумкин.

Юқорида келтирилган мазкур ҳолатлар эфир жараёнининг самарали боришига салбий таъсир кўрсатиши ва энг асосийси, телеэфир маданиятига умуман тўғри келмасли аён бўлмоқда. Шундай экан, интерактив дастурларда жонли эфирга тўғридан-тўғри уланадиган ҳар қандай аудитория учун қонун доирасида ҳам маълум бир чекловларни амалга оширишга эҳтиёж сезилади.

Телеэфир маданиятини юксак босқичга кўтарилишида журналистлар билан биргаликда оддий аудитория ҳам ўз ҳиссасини қўшиши мумкин. Бунда ҳам яна ўша интерактив телевидениенинг имкониятларидан унумли фойдаланилади. Масалан, жонли эфирда намоиш этилаётган кўрсатувда бирор-бир мавзу муҳокама қилинмоқда. Муҳокама жараёнида бирор киши мавзудан четлашиб кетиши, фикр билдириши жуда узоқ давом этиши яъни,

мантиксиз эфир вақтини узоқ вақт банд этиши, масалага нореал қараши кабиларнинг кузатилиши рўй бериши мумкин. Ва бундай ҳолатга бошловчи ва режиссиёрлар эътибор қаратишмаса, албатта эфирни жонли тарзда кузатиб бораётган зукко телетомошабинлар жараёнга бевосита аралашиб, муҳокамани мантиқий изчиллигини таъминлашлари мумкин. Ҳозирда миллий телерадиоканалларимизда кўплаб муҳим ижтимоий муаммоларга қаратилган ток-шоулар, кўрсатувлар эфирга узатилмоқда. Ва ўша дастурларда биз айтган ҳолатлар кузатилмоқда. Масалан, “Ўзбекистон” телерадиоканалида намоёиш этилаётган Қуддус Аъзамов муаллифлиги ва бошловчилиги остида эфирга узатилаётган “Муносабат” ток-шоусига эътибор қаратадиган бўлсак, мазкур кўрсатувда кўпинча муҳокамалар жараёнида мавзудан четлашишлар кузатилади. Ёки, аксарият ҳолларда фақат бир кишининг узоқ мантиксиз фикр билдиришини кўришимиз мумкин. Бу эса эфирни томоша қилаётган миллионлаб телетомошабинларга маъкул келмайди. Ана шундай ўринда эфирни жонли тарзда кузатиб бораётган ҳар қандай зукко томошабин дарҳол муҳокамани ижобий томонга йўналтириши мумкин. Яна бир мисол тариқасида “Спорт” телерадиоканалида жонли эфирда ташкил этиладиган айрим дастурларни ҳам таҳлил қиламиз. Мамлакатимиз футбол клублари ёки футбол бўйича миллий терма жамоамизнинг бундан ўн йил олдинги учрашувлари шарҳларида журналистлар жамоаларимиз ютқазишса ҳам уларни ёнини олиб, танқиддан кўрқиб шарҳларни олиб боришар эди. Бундай ноҳолислик мухлисларни нафақат футболчилардан балки, журналистлардан ҳам шу билан бирга спорт туридан ҳам кўнгли қолишига олиб келарди. Шунинг учун шарҳловчи ўз позициясида туриб, вазиятни ҳаққоний ва реал баҳоласа ва фикр юритса, буни ишқибозлар ҳам тушуниб, муаммонинг ечимини топишга ҳаракат қилишармиди? Ёйингки, шарҳловчи тўғридан-тўғри эфирга нутқи равон, мулоҳазаси яхши бўлган мутахассисни таклиф этиши лозим. Мисол келтирадиган бўлсам, бизда миллий терма жамоамизнинг ёки клубларимизнинг халқаро мусобақалардаги муҳим беллашувлари

бошланишидан ярим-бир соат олдин жонли эфирда футбол шарҳловчилари студияга бир-иккита футбол мутахассисларини таклиф этиб, бошланадиган учрашув атрофидаги вазиятларни муҳокама қилишади. Айрим пайтлар студияга чақирилган мутахассислар экранга чиқиш талабларига умуман жавоб бермайди. Уларнинг нутқларида ғализликлар, ҳар хил шева ва жаргон сўзларидан фойдаланишлар учраб туради. Аксарият ҳолларда студияга таклиф этилган футбол мутахассислари фақат рус тилида сўзларди. У билан суҳбатлашаётган журналист хоҳласа ўзбекча, истаса русча савол-жавобни олиб борар эди. Бу жараён эса экран қаршисидаги кўпчилик томошабинларга маъқул келмаганидек, телеэфир маданиятига ҳам мутлақо тўғри келмайди.

Яна бир телелойиҳани мисол тариқасида муҳокама қиламиз. “Ёшлар” телерадиоканалида мунтазам эфирга узатилаётган Камола Одилова бошловчилигидаги “Нуқтаи назар” кўрсатувига ҳам эътибор берамиз. Ушбу телелойиҳада муаллиф жамиятдаги керакли ва энг долзарб ижтимоий муаммоларни бош мавзу сифатида танлайди. Кўтарилган мавзу муҳокамаси учун студияга ёшлар, турли меҳмонлар, таниқли шахслар ва мутахассислар таклиф этилади. Бу жараёнда танланган мавзулар жамият ва одамлар учун ўта муҳим ва долзарб. Бу кўрсатувнинг ютуғи ҳисобланади. Шу билан бирга бошловчи ва унинг маҳорати, имиджи ҳам мазкур дастурни томошабоплигини таъминлайди. Лекин асосий муаммолардан бири, ҳар қандай мавзу юзасидан муҳокама олиб борилишидан қатъий назар студияга аксарият ҳолларда бир хил ўша мутахассислар таклиф этилади. Бунда кўтарилган мавзуга мос мутахассислар чақирилгани мақсадга мувофиқ бўларди. Боиси, турли мавзуларга фақат битта ўша мутахассисларнинг фикр-муносабат билдириши масалага бир хил қараш, битта ёндошувни юзага келтиради. Турли фикрлар қарама-қаршилиги ва янги таклифларнинг бўлмаслиги томошабинни зериктириши билан бирга ишончлизиликни ҳам келтириб чиқаради. Агарда телетомошабиналар учун дастур маъқул келмаса, уни эфирга узатишдан қандай фойда бор?

Телевидение дастурлари одамларни ҳар томонлама камолотга чорлаб,

билимли, маърифатли, маънавиятли ва маданиятли бўлишида муҳим аҳамият касб этади. Айнан телевидение кўрсатувларининг хилма-хиллигига ва савиясига қараб, уни томоша қиладиган телетомошабинларнинг илмий ва маънавий салоҳиятини ҳам белгилаш мумкин. Шундай экан, бу борада оддий аналог телевидениега қараганда интерактив телевидение тақдим этаётган хизматларнинг самараси анча устун эканлигини кўрсатади. Интерактив телевидение имкониятлари орқали телетомошабинлар ўзлари хоҳлаган дастурларни ва ахборотни ўзлари истаган вақтда кўришларининг натижасида ўша ахборот уларга кўпроқ ва самаралироқ таъсир қилади. Бунда масалан аналог телевидение дастурини жонли эфирда кўраётган томошабин бирор муҳим воқеани яхши англаёлмай ўтказиб юбориши мумкин. Натижада томошабиннинг ўзига нисбатан ишончсизлиги пайдо бўлиши билан бирга телекомпаниядан ҳам кўнгли қолади. Бундай ҳолатда рақамли форматдаги интерактив телевидение бўлса, томошабин исталган сонияда кадрни тўхтатиб кўйиши ёки муҳим ахборотни такрор-такрор кўриши ва ўзи учун архивга ёзиб қолдириши имкониятига эга бўлади. Энг муҳими, тингловчи ўзи учун керакли бўлган маълумот ёки кўрсатувни сўраб, телеканалга мурожаат қилиши мумкин. Унга жавобан интерактив хизматларни тақдим этаётган телекомпания қисқа вақт ичида ёки иложи бўлса ўша вақтнинг ўзида мижозга керакли маълумотни тақдим қила олади. Бу жараёнларни тақдим этаётган интерактив телевидение ҳозирги замонавий шароитда барча аудиториянинг энг катта орзуси ҳисобланади. Чунки, ҳозирда муҳим ахборотга эга бўлиш ҳам кўп нарсани ўзгартириб юбормоқда. Лекин масаланинг яна бошқа томони ҳам бор. Интерактив телевидениенинг имкониятлари натижасида кишилар исталган ахборотга исталган вақтга эга бўлиб, ўз эҳтиёжларини қондиришлари мумкин. Бошқа томонлама бу жараён жамиятнинг маънавиятига ва одамларнинг маданиятига салбий таъсирини ҳам кўрсатиши мумкин. Яъни, интерактив телевидениенинг кенг имкониятларидан унумли фойдаланган одамлар ҳар қандай маълумотни олиб, унинг исканжасига кириб қолишлари катта ижтимоий муаммоларни юзага келтиради. Ёки,

интерактив телвидениеда жонли эфирда намойиш этилаётган дастурларда тўғридан-тўғри уланган томошабин сўз эркинлигидан фойдаланаман деб, маънавиятга, маданиятга зид турли ахлоксиз кўринишларда ўзини намойиш этиши натижасида эфирни кузатиб бораётган миллионлаб кишиларнинг ҳам маънавияти емирилишига сабаб бўлади. Шундай экан, интерактив теледастурларда аввало миллий менталитетимиздан келиб чиққан ҳолда аудиторияни ўша жараёнларга тайёрлаб, кейин босқичма-босқич ўтиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Аҳолини турли воқеа-ҳодисалардан воқиф қилиш, одамларнинг маданиятини ошириш, маънавиятини бойитиш, дунёқарашини тўғри шакллантиришда оммавий ахборот воситалари ичида айнан телевидение ва интерактив хизматларни таклиф этадиган замонавий рақамли форматдаги телеканалларнинг ўрни ва аҳамияти жуда катта ҳисобланади. Шунингдек, бу борада айнан интерактив телевидениенинг имкониятларидан унумли фойдаланган ҳолда ахборот тарқатиш, аҳолининг маданий–маънавий онгининг бойиши, ватанпарварлик, ақл-заковатнинг ортиши ва бир сўз билан айтганда аҳолининг ҳуқуқий саводхонлиги ошаётгани каби вазифалар амалга оширилади. Боиси, буни шароитнинг ўзи ҳам тақазо этмоқда. Чунки, бугун бутун жаҳон аҳолисининг турмуш тарзи ва яшаш шароитига эътибор қаратадиган бўлсак, ўтаётган бирор-бир кунни телевидениесиз, унинг имкониятларисиз тасаввур этиб бўлмайди. Ахборотга бўлган талаб борган сари ошиб бормоқда. Мамлакатимизда ва халқаро майдонларда рўй бераётган воқеа-ҳодисалар, юртимизда амалга оширилаётган ислохотлар ва жойлардаги ўзгаришлар тўғрисидаги энг сўнгги янгиликларни тасвир ва оҳанг уйғунлигида ва халқчил вариантда айнан телевидение оммавий ахборот воситаси орқали билиб олаёلمиз. Ва бу оммавий ахборот воситаси жамиятимизда кечаётган ижтимоий-сиёсий, маънавий-руҳий ўзгаришлар, демократик тамойилларни шакллантиришдек улуғвор ишларнинг фаол иштирокчиси, одамларни эркин фикрлашга ўргатадиган ва маънавий уйғоқликка даъват этадиган доимий ҳамроҳимизга айланмоқда. Ана шу

кундалик ҳамроҳимиз орқали кўпчилик аудиториянинг маънавиятию, маданияти ҳам юксалиб бормоқда.

II боб бўйича хулоса

Иккинчи бобда телевизион кўрсатувларда интерактивлик масаласига эътибор қаратиб, унда интерактив телевидениенинг бошқа ОАВдан фарқи, интерактив мулоқотда тележурналистнинг маҳорати, интерактив дастурларда телеэфир маданияти каби жиҳатларга алоҳида тўхталиб ўтганмиз. Ушбу боб юзасидан умумий хулоса қиладиган бўлсак, аввало қуйидагиларга эътибор қаратиш лозим.

Ахборот тарқатиш вазифасига кўра телевидение бошқа оммавий ахборот воситаларига қараганда ахборотни тасвир ва овоз уйғунлигида тезроқ, яхшироқ, ишончлироқ, ҳиссиётлироқ тарзда тақдим этади. Телевидениенинг бу устунлиги олдиндан маълум бўлиб, шу кунгача ана шу хусусиятлари боис катта аудиторияни ўз ортидан эргаштира олмақда. Эндиликда интерактив телевидение тақдим этаётган имкониятлар натижасида томошабин пассив иштирокчиликдан фаол қатнашчига айланмоқда. Яъни, томошабин ахборотни қабул қилибгина қолмай балки, унга ўз муносабатларини ҳам намоён қилишга муваффақ бўлишмоқда. Энг асосийси, бериладиган янгиликларни саралаб ўзларига кераклисини ажратиб олиш имконияти ҳам пайдо бўлмоқда. Натижада ортиқча вақт беҳуда сарфланмаяпти ва зерикишнинг олди олинмоқда.

Телевидение соҳасида фаолият юритаётган журналистлар одамларга ахборотни етказишда ҳар томонлама ахлоқий тамойилларга амал қилишлари, журналистик позициялари жамиятнинг ахлоқий ва маънавий меъёрларига зид бўлмаслиги лозим. Шунингдек, тележурналист турли қатламдаги аҳолининг ижтимоий маданиятини кўра билиши керак. Ҳар қандай телетомошабинни ҳалол ҳурмат қилиб, уларга сидқидилдан хизмат кўрсатадиган етук маънавий шахс айнан журналист бўлмоғи даркор. Интерактив дастурлар бошловчиси ақлли, кутилмаган ноқулай, қалтис вазиятлардан тез ва муваффақиятли,

ғалаба билан чиқиб кета оладиган, сўзга чечан, ҳазил-мутойибага мойилроқ, тингловчини ўзига ром қила оладиган, студияда йиғилганлар ўртасида тез, енгил ва мулойим ҳаракат қиладиган ёқимтой журналист бўлиши керак.

Телевидение дастурлари одамларни ҳар томонлама камолотга чорлаб, билимли, маърифатли, маънавиятли ва маданиятли бўлишида муҳим аҳамият касб этади. Айнан телевидение кўрсатувларининг хилма-хиллигига ва савиясига қараб, уни томоша қиладиган телетомошабинларнинг илмий ва маънавий салоҳиятини ҳам белгилаш мумкин. Шундай экан, бу борада оддий аналог телевидениега қараганда интерактив телевидение тақдим этаётган хизматларнинг самараси анча устун эканлигини кўрсатади. Интерактив телевидение имкониятлари орқали телетомошабинлар ўзлари хоҳлаган дастурларни ва ахборотни ўзлари истаган вақтда кўришларининг натижасида ўша ахборот уларга кўпроқ ва самаралироқ таъсир қилади.

III БОБ. ИНТЕРАКТИВ ТЕЛЕВИДЕНИЕНИНГ ИСТИҚБОЛЛАРИ

3.1. СПОРТ ШАРҲЛАРИДА ВА КЎРСАТУВЛАРИДА АУДИТОРИЯНИНГ ИШТИРОКИ

Спорт мусобақаларни телеэкран орқали кўрган ҳар қандай мухлис телеканалга телефон қилишади, бевосита телеканал ходимларини кўча-кўйларда кўриб қолишса мурожаат қилишади ва кўпинча қизик мусобақаларнинг трансляцияси тугаганидан сўнг, барча мухлислар интернетда ҳар хил ижтимоий сайтлар орқали фикр юритишади, баҳс-мунозара қилишади. Демакки, аксарият ҳолларда спорт шарҳларида ёки кўрсатувларида аудиториянинг аралашувига бевосита гувоҳ бўлишимиз мумкин. Боиси, спорт бир халқнинг жисмоний ва маданий салоҳиятини кўрсатиб беради. Шундай экан, спорт кўпчилик томонидан севиб томоша қилинади. Бу борада телевидение ҳам спорт дастурларини намоиш этиб, одамларнинг “мушкулени осон қилади” яъни, спорт мусобақасини бевосита стадиондан кузата олмаган мухлис масофа қанча олис бўлишига қарамай, телеэкран орқали томоша қилади. Ана шундай спорт дастурларини кузатиб борган томошабин вазиятга нисбатан ўз муносабатини билдиришга ҳаракат қилади. Ва жараёни жонли эфирда амалга оширишда интерактив телевидениенинг замонавий технологиялари таъминлаб беради.

Дунё журналистикасида тан олинган ва унга амал қилинадиган ўзига хос қонуниятларга кўра, спорт янгиликлари сўнгги саҳифалардан бирида берилади. Бироқ, шундай пайтлар ҳам бўладик, спорт ҳам миллат учун биринчи даражали воқеага айланади. Масалан, Рустам Қосимжонов шахмат бўйича жаҳон чемпионлигини қўлга киритганида, Равшан Эрматов футбол оламини лол қолдирганида ёки Артур Таймазов Лондондаги сўнгги олимпиадада ҳам олтин медални қўлга киритгани каби янгиликлар ҳар қандай сиёсий ахборот дастурининг бошланишида берилади. Сабаби, улар бутун бир миллатнинг, ўзбек давлатининг нималарга қодир эканлигини бутун дунёга кўрсатиб қўйишган экан, бу натижа ҳам давлатимиз ва халқимиз учун бир сиёсий жараён ҳисобланади. Нима учун “сиёсий жараён” деган саволга: биринчидан, давлатимиз байроғи халқаро майдонда барчанинг

нигоҳида баланд кўтарилади. Иккинчидан, давлат гимни янграйди. Учинчидан, мустақил Ўзбекистонни ва унинг фуқаросини бутун дунё биледи, тан олади. Натижада, юртимизнинг довриғи бутун дунёга танилади. Буларнинг барчаси биз учун сиёсий аҳамиятга эга ҳисобланади.

Дарҳақиқат, бугунги кунда спорт мамлакатимизда давлат сиёсати даражасигача кўтарилган. Шундай экан, халқимиз ҳаётида оммавий спортни йўлга қўйиш, соғлом ва баркамол авлодни вояга етказиш, профессионал спорт турлари билан шуғулланувчи юксак маҳоратли спортчиларни етиштириш ва уларнинг ёрқин фаолиятлари ҳақида маълумот бериш, оммавий ахборот воситалари ходимларининг олдида турган долзарб масалалардан бири эканлиги, мустақилликка эришганимиздан сўнг амалга ошириладиган дастлабки ислохотлардан бири бўлди.

Спорт журналистикасининг халқаро миқёсда кенг оммавийлашиши, ривожланган мамлакатларда мухлислар учун энг қулай имкониятларни яратиб бериши бугунги глобаллашув асрининг долзарб масалаларидан бири ҳисобланмоқда. Чунки, бу шароитда фан-техника ривож ва тезлиги каби инсонлар ҳам вақт тезлигида ҳаракат қилишмоқда. Олдингидек, вақт сарфлаб китоб мутолаа қилиш, газета, журнал ўқиш, ёқтирган кўрсатуви ва сериалини қачон беришини кутиб ўтирмайди. Сабаби, интернет тармоғининг сўнгги кашфиётлари бу масалаларнинг ечимини топиб бўлди. Исталган соҳага оид маълумотни интернетдан исталган дақиқада олишингиз мумкин. Кўряпмизки, интернет оммавий ахборот воситаси бошқа ОАВ турлари: газета, журнал, радио ва телевидениега қараганда кўп аудиторияни ўз томонига оғдириб олди. Шундай бўлсада, инсоният эҳтиёжлари янада ортиб бормоқда. Эътибор берсангиз, дастлаб телевизорни ёқиш учун одамлар турган жойларидан икки-уч метр масофага бориб, телевизор кнопоксини босиб кўришган. Бошқа каналга олиш учун яна иссиқ жойни совутишган. Кейинчалик пультли телевизорлар чиққанидан сўнг, ўтирган жойдан биргина бармоқ ҳаракатлари билан мақсадга эришишди. Ҳозирда ўша пультни қидириб, бармоқларни ишлатиш ҳам биз учун ортида қолди. Кўз

ишораларимиз билан мониторинг ёқиб-ўчиришимиз ва исталган каналга ўтказишимиз мумкин. Келажакда бундан ҳам қулай имкониятлар кашф этилади. Жумладан, биз илмий изланиш олиб бораётган интерактив телевидениедаги янгиликларни ҳам инсонлар учун кейинги қулай имконият сифатида келтириш мумкин. Биз кўтараётган мавзунинг моҳияти шундан иборатки, эндиликда одамлар вақти бўлмайд ўтказиб юборган ҳар қандай телекўрсатувларини хоҳлаган пайтларида кўришлари мумкин. Янада соддалаштирадиган бўлсам, масалан спорт дастурлари ва жонли эфирдаги футбол шарҳларини ишқибозлар хоҳиш-истагига кўра тақдим этиш имконияти. Кўпчилик миллий чемпионатлар сингари бизда ҳам футбол учрашувлари дам олиш кунлари ўтказилади. Футбол ўйинлари асосан кечки пайтда бошланади. Масалан бир вақтнинг ўзида параллель иккита беллашув бошланади. Буни жонли эфирда “Спорт” телеканали фақат биттасинигина олиб кўрсатади холос. Иккинчиси ёзувда кейин намойиш этилади. Унгача томошабинлар иккинчи учрашув натижасини ҳам билиб бўлишади. Энди мухлислар истаги ва талабига қулоқ соладиган бўлсак, ҳамманинг қизиқиши бир хил эмас. Айрим ишқибозлар бу жамоага мухлислик қилишса, бошқалар жонли эфирда намойиш этилмаётган футбол ўйинини жонли эфирда кўришни маъқул кўришади. Ва биздаги энг катта муаммолардан бири, шарҳловчилар масаласи бўлгани учун кўпчилик спорт ишқибозлари шарҳловчиларнинг шарҳидан норози бўлиб, мазза қилиб футбол томоша қила олишмайди. Бундай муаммоларнинг ечимини топишда интерактив усуллар бизга жуда ас қотади. Интерактив телевидение тескари алоқали каналга эга трансляцион тизимдир, яъни, унда ахборотлар нафақат трансляция қилинаётган жойдан томошабин томонидан ўрнатилган телевизион приёмникка, балки, аксинча, томошабиндан трансляция қилаётган компанияга ҳам юборилади. Бунда оддий томошабин илгаригидек, бориға қаноат қилиб, телеканал томонидан берилаётган дастурни томоша қилиб ўтирмайди. Аксинча, қандай кўрсатувни кўриш истагини телекомпанияга юбориб, ўзи хоҳлаганини кўради. Масалан, бир вақтнинг ўзида бир нечта

футбол учрашуви бўлмоқда. Интерактив телевидениеда ҳар бир мухлис ўзи ёқтирган жамоанинг учрашувини ўзи хоҳлаган шарҳловчининг овозида жонли эфирда тинглаши мумкин. Кимдир “Локомотив”нинг ўйинини, яна кимдир “Насаф” ва бошқа биров “Пахтакор” ёки “Бунёдкор”нинг ўйинини кўришни хоҳлайди. Бунинг учун телеканал барча учрашувларни ўз вақтида тасвирга олиши шарт. Барча ўйинларни бир вақтнинг ўзида параллель тарзда шарҳловчилар шарҳлайдилар. Натижада, оддий мухлис жонли эфирда ўзи истаган учрашувни ўзи истаган шарҳловчининг овозида кузатиш имкониятига эга бўлади. Савол бўлиши мумкин, бир вақтнинг ўзида бўлаётган учрашувларнинг барчасини тасвирга олиб, ёнма-ён блоklarга жойлаштирилса, уларнинг ичидан оддий томошабин хоҳлаганини танлаб кўриши мумкин. Лекин, хоҳлаган шарҳловчисини қандай танлайди. Бунинг имконияти йўқ ахир. Тўғри масалан жонли эфирда фақат битта футбол учрашуви бўлаётган бўлса, ўша ўйинларни барча шарҳловчилар бир вақтда параллель равишда бошқа-бошқа студияларда шарҳлашади. Бунда томошабин ўзи хоҳлаган шарҳловчи шарҳлаган учрашувни кўра олади. Бир вақтнинг ўзида уч-тўртта футбол ўйини бўлаётган бўлса, битта шарҳловчи жонли эфирда фақат битта беллашувнигина шарҳлай олади. Мухлислар истагини инобатга олган ҳолда қарайдиган бўлсак, улар ўзлари истаган шарҳловчи шарҳлаган футбол шарҳини жонли эфирдан ташқари вақтларда кўришлари мумкин. Бунинг учун ҳар бир шарҳловчи барча учрашувни шарҳлаб чиқади. Энди мухлисларнинг истагини жонли эфирда амалга оширадиган бўлсак. Бунда – телеканал футбол учрашувлари бошланмасидан олдин томошабинларга “сиз жонли эфирда қайси ўйинни қайси шарҳловчининг шарҳлашида кўришни хоҳлайсиз?” деган савол билан мурожаат қилади. Энг кўп овозларга қараб, шарҳловчилар сараланади. Бунинг яна бир ютуқ томони ушбу сўровнома орқали телеканал яна даромад қилади.²⁶

²⁶ Абдурасулов У. Футбол шарҳларини ёритишда интерактив усуллардан фойдаланиш: ютуқ ва муаммолар/Глобаллашув жараёнида медиатаълим муаммолари. – Тошкент, 2014.-Б.76

Яна бир масала борки, кўпчилик футбол мухлисларини қизиқтирадиган, жозибали футбол ўйинларини намойиш этадиган Европа миллий биринчиликларининг аксарияти бир хил савиядаги учрашувлари бир вақтда трансляция қилишади. Тўғри ҳар хил давлат телеканалларидан ўша давлат миллий биринчилигини танлаб кўришингиз мумкин. Лекин биз таклиф этаётган интерактив телевиденида бошқа давлатларнинг каналларини кидириб ўтиришнинг ҳожати йўқ. Қолаверса, бу жараёнга биров вақт сарфланади ва кўпроқ ҳаражат қилинади. Биз таклиф этаётган телекомпания сизга юқорида айтилган барча қулай имкониятларни таклиф этади.

Натижада, телеканал ўз ишқибозларининг талаб ва таклифларидан келиб чиқиб, дастурларни намойиш этади. Телетомошабинлар истаган янги-янги кўрсатувларни эфирга узатади. Интерактив кўрсатувларда кўча-куйда юрган ва уйда ўтирган оддий мухлис ҳам иштирок этиб ўз муносабатини билдира олиш имкониятига эга бўлади.

Бугунги кунда умуман “Спорт” телеканалида бошқа телеканалларга қараганда кўпроқ интерактив дастурлар ва интерактивлик талабларига мос кўрсатувлар бериб борилмоқда. Телеканал орқали дунёнинг қай бурчагида бўлмасин ҳар қандай спорт туридан ўтказилаётган мусобақанинг жонли эфирда берилишининг ўзи ҳам интерактивлик хусусиятларидан далолат бериб турибди. Масалан, Канадада бўлаётган хоккейми, Австралиядаги теннис мусобақасими, Германиядаги бокс кечасими, ёки жаҳон ва олимпиада мусобақалари беллашувларининг жонли эфирда тўғридан-тўғри узатилиб бериши ҳам қисман интерактивликка мос келади. Чунки, интерактивликни таъмилайдиган аудитория ушбу мусобақаларни кўриб, телеканалга телефон қилишади, бевосита телеканал ходимларини кўча-куйларда кўриб қолишса мурожаат қилишади ва кўпинча қизиқ мусобақаларнинг трансляцияси тугаганидан сўнг, барча ишқибозлар интернетда ҳар хил ижтимоий сайтлар орқали фикр юритишади, баҳс-мунозара қилишади.

“Спорт” телеканалида жонли эфирда футбол ўйинлари бошланиши олдида студияда икки ёки учта соҳа мутахассисларининг учрашув атрофида

кечадиган жараёнлар ҳақидаги суҳбати ҳам интерактивликка жавоб беради. Лекин, тўлиқ интерактивликни таъминламайди. Тўлиқ интерактивликни таъминлаш учун албатта аудиториянинг яъни, мухлисларнинг иштирокини ҳам таъминлаш лозим. Бундай ҳолатга бизда телевидение ва радиода экран каршисидаги ёки кўча-куйда радио эшитиб юрган мухлислар ўзлари хоҳлаган мусика ва кўшиқларни берилишини сўраб мурожаат қилинишини келтирсак бўлади. “Спорт” телеканалида ҳам мухлислар ўзлари хоҳлаган футбол учрашувларини ёки бошқа спорт турларини намойиш қилишларини сўраб, мурожаат этишлари мумкин. Масалан, Европада бир вақтнинг ўзида миллий биринчиликларда кўплаб, бир-биридан қизиқарли учрашувлар бўлади. “Спорт” телеканали битта-иккита учрашувни жонли эфирда тўғридан-тўғри олиб беради холос. Энди таҳлил қиладиган бўлсак, бошқа қизиқарли учрашувларнинг ҳам ўз аудиторияси, ўз ишқибозлари бор. Айнан эфирга олиб берилмайдиган учрашувларнинг қизиқувчи мухлислари бўлиши мумкин. Агарда футбол ишқибозлари ўзларини қизиқтирган учрашувларни кўришмаса ҳафа бўлишади. Кабель орқали бошқа хориж телеканалларидан томоша қилишади ва “Спорт” телеканалимиздан кўнгли ҳам қолиши мумкин. Ҳозирда айнан ана шундай ҳолат юз бермоқда. Яъники, аксарият футбол ишқибозларини қизиқтирадиган Испания, Англия ва Италия чемпионатларининг томошабоп ўйинларининг ўрнига Франция, Германия, Россия ва Голландия каби мамлакатларнинг миллий биринчиликларидан учрашувлар жонли ёки ёзиб олинган тарзда кўрсатилмоқда. Ушбу масалага молиявий муаммолар бор дея мухлисларни ишонтиришмоқда. Агарда бу муаммонинг ечими топилиб қолса, унда юқорида айтган масаламизни ҳал қилиш керак бўлади. Масалан, дам олиш кунлари кечки пайт Европа миллий биринчиликларида жуда кўп қизиқарли, ажойиб ўйинлар бўлиб ўтади. Лекин, телеканал ижодкорлари бундай ўйинлардан фақат икки учтасини кўрсатишади холос. Шунинг учун интерактивликни яъни, мухлислар билан алоқани яхши йўлга қўйиш керак бўлади. Агарда футбол ишқибозлари ўзларини қизиқтирган ўйин трансляциясини сўраб, “Спорт” телеканалига

мурожаат қилишса, телеканал ходимлари ҳам энг кўп овоз тўплаган футбол ўйинини олиб кўрсатишади. Натижада, телеканалага бўлган қизиқиш ҳам ортади. Ўзлари учун хоҳлаган учрашувни сўраб, “Спорт” телеканалига мурожаат қилишларидан (масалан, бир дақиқалик телефон кўнғироғи учун 50 цент) телеканал яхшигина даромад ҳам қилишади.

Шунингдек, телеканалнинг аудитория билан интерактивликни боғлаши учун яна бир жиҳат: масалан, қизикарли футбол учрашуви бошланишидан икки соат олдин беллашувга бўлган қизиқишни аниқлаш учун аудиторияга муҳим ўйин олдидан қуйидагича саволлар бериши мумкин.

- Қайси жамоа ғалаба қозонади?
- Ҳисоб қандай кўриниш олади?
- Дурранг натижа қайд этиладими?
- Қайси ўйинчи учрашувнинг энг зўр футболчиси бўлади?

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

- “Реал Мадрид” жамоаси ғалаба қозонадими?
- “Барселона” клуби ғалаба қозонадими?
- Ҳисоб очилмайдими?
- Йирик ҳисоб қайд этиладими?
- Дурранг натижа қайд этиладими?
- Лионель Месси кучлими?
- Криштиану Роналду кучлими?

каби саволлар “Спорт” телеканали ижодкорлари томонидан берилса, интерактивликни таъминлашда асосий омил бўлади. Бунинг натижасида футбол ихлосмандлари ўз овозларини смс хабари орқали, телефон кўнғироғи ёки интернет орқали бериб борадилар. Ушбу жараёни дастурнинг бир қанча ходимлари назорат қилиб, овозларни фоиз ҳисобида жонли эфирда телевизорда экраннинг пастки қисмида ёзувли титрларда бериб боради. Бу жараён жонли эфирга бериладиган футбол шарҳи давомида ҳам бериб борилиши мумкин. Бу ҳолат шарҳловчига ҳам ўз таъсирини ўтказади.

Масалан, ўйинни шарҳлаётган шахловчи ўзининг севимли клубига эмас (бизда шарҳловчилар кўпинча бирор жамоага қизиқишларини шарҳларда сездириб қўйишади), балки овозлар сони жиҳатига ҳам эътибор қаратади.²⁷

Битта футбол учрашувни турли нукталардан 10 га яқин камера тасвирга олиши майдондаги бирор бир ҳолатни ҳар томонлама аниқ кўрсатиши билан биргаликда, экран қаршисидаги томошабинларга ҳар қандай маълумоту-ахборотларни етказиш каби қулайликларни намоиш этади. Бунда бир вақтнинг ўзида экран қаршисидаги футбол мухлиси майдонда ва майдон ташқарисида рўй бераётган ҳар қандай ҳолату-вазиятларни битта мавзу юзасиданлигини кўради. Шу мавзу яъни, ўша футбол беллашувига тегишли бўлган жараёнлар ишқибозлар учун жуда муҳим. Бу ҳам интерактивликнинг қисман бир кўриниши ҳисобланади. Масалан, Испаниянинг “Реал Мадрид” футбол клуби ўй учрашувини ўтказадиган майдон “Сантьяго Бернабеу”да бирор бир жамоа билан ўйин ўтказмоқда. Ушбу қизиқарли беллашувни лавҳаларини тўртта камера стадионнинг тўрт томонидан ва битта камера юқоридан тасвирга олса, трибунадаги мухлислар эътиборида, жамоа раҳбарларию, клубнинг захирадаги аъзолари ва энг муҳими жамоанинг бош мураббийи учун ҳам камида биттадан камера ишлаши талаб этилади. Тасаввур қилайлик, масалан “Реал Мадрид” футбол клуби мағлубиятга учраётган бўлсаю, бош мураббий захирадагилардан кимнидир майдонга тушишини ишора қилса, ёки майдондаги футбол фанатларининг аҳволини ва шунга ўхшаш вазиятлар тасвирдан четда қолиб кетмаслиги керак. Айрим футбол ўйинларини битта камера тасвирга олади. Агар юқоридаги матчни ҳам битта камерада тасвирга олинганида, бундай пайтда ҳатто майдонга ким тушди. У кимнинг ўрнига тушди. Нечанчи дақиқада тушди? Қизиғи шундаки, бу ҳолатларни учрашувни шарҳлаб бораётган шарҳловчи ҳам билолмай довдираб қолади. Экрани қаршисидаги оддий томошабин эса нима қилсин.

²⁷ Абдурасулов У. Футбол шарҳларини ёритишда интерактив усуллардан фойдаланиш: ютуқ ва муаммолар/Глобаллашув жараёнида медиатаълим муаммолари. – Тошкент, 2014. –Б.75

Демакки, шундай ҳолатларни тўлиқ трансляция қилиш учун аввало кўплаб камераларнинг бир вақтнинг ўзида оператив ишлаши талаб этилади. Шу ўринда шуни айтиш керакки, “Реал Мадрид” футбол клуби сатадиони учрашувларни жуда сифатли тасвирга олиб трансляция қилади. Шунингдек, жамоанинг “Marca” номи остида ўз шахсий телеканали, радиоканали, газетаси ва интернет сайти фаолият юритиб, клуб футболчилари ҳақида ва клуб билан бевосита алоқадор бўлган барча маълумотларни тезкорлик билан айнан ана шу оммавий ахборот воситалари бутун дунёга тарқатишмоқда.

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

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

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

3.2. ТОК-ШОУЛАРДА ИНТЕРАКТИВ УСУЛЛАР ОРҚАЛИ ЯНГИЧА ЁНДОШУВНИ ОЛИБ КИРИШ

Бугунги ахборот асрида оммавий ахборот воситалари сони кўпайиб боргани сари кучли рақобатдошлик муҳитида қандай қилиб аудиторияни ўз ортидан эргаштириш ва керак бўлса, сақлаб қолиш соҳа вакиллари олдидаги энг долзарб муаммога айланиб бормоқда. Натижада, жамоатчиликнинг ишонч ва эътиборини қозониш мақсадида, аҳолининг эҳтиёжларидан келиб чиқиб, янгича дастурлар ишлаб чиқилмоқда. Бу борада телевидениеда ҳам босқичма-босқич истиқболли ислохотлар амалиётга қўлланилмоқда.

Ҳозирги глобаллашув замонида даврнинг энг долзарб муаммоларини турли ракурслардан ёритиш, одамларнинг турмуш тарзи ва фаолиятини доимий тарғиб этиш, ижтимоий ҳаёт ва томошабинлар аудиториясидаги ҳар қандай ҳолат, янгилик ва ўзгаришни кўздан қочирмаслик, ва энг муҳими кўпчилик аудиториянинг қизиқиш ва талабини мунтазам равишда ўрганиш бугунги тележурналистика олдидаги долзарб вазифалардан бири ҳисобланади. Шундай экан, атроф-муҳитдаги ўзгаришлар билан биргаликда телекўрсатувлар ҳам сайқалланиб, янгича қиёфада намоён бўлиб бораверади. Бир хил жанрдаги маҳсулот кишини бездириши мумкин. Шу боисдан ҳам янги-янги дастурлар кашф этилади.

“Жамиятда кечадиган ҳар қандай воқеа-ҳодисалар унинг таъсирчан кўзгусидан ўтаркан, даврнинг талаб ва эҳтиёжларига ниҳоятда таъсирчан бўлган телевизион жанрларга кучли таъсир кўрсатади. Ижодкорларнинг жамиятда юз бераётган воқеа-ҳодисаларга нисбатан ўз фикрларини билдиришлари турли даврларда турли жанрларнинг етакчилик қилишига олиб келади”.²⁸ Шундай жанрлардан бири телевизион ток-шоуларнинг ҳам юзага келиши тарихига эътибор берадиган бўлсак, мазкур жанр дастлаб Америка Қўшма Штатларида пайдо бўлган. “Ушбу жанр Америка телевидениесига XX асрнинг 60-йилларида кириб келди. Унинг асосчиси унча таниқли бўлмаган журналист Фил Донахью эди. Бу қуйидагича юз берган: тўғридан-тўғри эфир вақтида ўз дастури меҳмонларига берадиган саволлари тугаганини пайқаган Фил вазиятдан чиқиб кетиш учун студиядаги томошабинларга юзланади ва сўрайди: “Меҳмонларимизга саволларингиз борми?”. Табиийки томошабинларда савол топилади ва натижада Донахью ток-шоу жанрини кашф этади”.²⁹

Ҳозирда ҳам мазкур жанрдаги кўрсатувларнинг ўрни ва томошабинга таъсир қилиш аҳамияти юқори даражада. Айнан савияли ток-шоуларнинг

²⁸ Раҳматуллаева И. Телевидение ва ёшлар: кеча ва бугун. – Тошкент: Янги аср авлоди., 2005.- Б.9.

²⁹ Могилевская Э.В. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приёмы манипулирования// www.relga.ru

эфирга берилишига қараб, бутун бир каналнинг рейтингини ҳам белгилаш мумкин. Шу боисдан ҳам, миллий телерадиоканалимиздаги аксарият телеканалларда камида икки-учтадан муҳим масалаларга бағишланган ток-шоулар эфирга узатилмоқда. Ҳар бири алоҳида бир соҳа мавзусига оид бўлган ток-шоулар аудиторияни ўз ортидан эргаштиришга ҳаракат қилмоқда. Айниқса, айтилишича, дунёда таҳликали вазиятлар тобора кўпайиб бораётган бир паллада жамиятимизнинг асосий қисми бўлган ёшларимизнинг дунёқарашини ўзгартиришда, ижобий муносабатни шакллантиришда ток-шоуларнинг ўрни бекиёс бўлиб хизмат қилмоқда. Ток-шоу тележурналистиканинг муҳим жанрларидан бири бўлиб, унга янгича ёндашувни олиб кириш бугунги замоннинг талабидир. Мазкур жанрдаги кўрсатувлар аввалига фақат турли соҳага оид маълумотларни тақдим этган бўлса, ҳозирда инсонларни фикрлашга, бирор муаммоли вазиятни ўзаро муҳокама қилишга ундамоқда. Лекин ана шундай муҳокама ва аудиториянинг муносабати тор доирада амалга оширилмоқда. Ҳозирда замонавий техниканинг янгиликлари ва интернетнинг кенг имкониятлари теледастурларга қараганда катта аудиторияни ўз оқими сари йўналтирмоқда. Ана шундай паллада одамларга теледастурларнинг таъсирини янада кучайтириш мақсадида ва шунингдек, яна катта аудиториянинг жалб этиш учун телевидениеда интерактив хизматларни йўлга қўйиш лозим. Ва бу интерактив хизматларни айнан телеток-шоулар жараёнида амалга ошириш натижасида муаммоларнинг ечими тор доирада эмас, балки барча омманинг фикр-муносабатларидан келиб чиқиб ҳал этиларди.

Ток-шоулар бошқа тележанрларга қараганда томошабинларнинг кўзи ўрганган муайян қолип ва анъанавий сценарийларга бўйсунмайди. Тўғри, ток-шоулар ҳам маълум бир мантикий сценарийларига эга бўлади. Лекин, аксарият ҳолларда аудиториянинг турли қарама-қарши фикрлари журналист тузган сценарийдан биров четлашиши мумкин. Ана шундай вазиятда журналистдан катта маҳорат юксак импровизаторлик ва модераторлик

лаёқати талаб этилади. Мана шу ноўхшашлик ва ноанъанавийликлар ток-шоуларнинг кенг ёйилишида муҳим омиллар ҳисобланади.

Миллий телерадиокомпания таркибидаги барча телеканалларда турли соҳаларга йўналтирилган бир-биридан фарқ қилувчи қизиқарли ва муҳим ток-шоулар эфирга узатилмоқда. Улар орасидан “Ўзбекистон” телерадиоканалида эфирга узатиладиган “Ойдин ҳаёт”, “Муносабат”, “Муносабат плюс”, “Биз учун муҳим”, “Ўзингни англа” ва “Учбурчак”, “Спорт” телерадиоканалидаги “Соғлом турмуш сари” ва “Шоҳсупага йўл”, “Ёшлар” телеканалдаги “Нуқтаи назар” ва “Имкон шоу”, “Тошкент” телеканалда “Очиқ мулоқот”, “Менинг юртим” телеканалда “Эркин фикр”, “Маданият ва Маърифат” телеканалда “Ойна”, “Дунё бўйлаб” телеканалда эфирга узатиладиган “Шахсий ёндошув” каби ток-шоулар кўпчилик телетомошабинларнинг севиб томоша қиладиган дастурлари ҳисобланади. Ана шу ток-шоулар жараёнида интерактив хизматларнинг имкониятларидан унумли фойдаланган ҳолда янгича ёндашувни олиб кириб, янги бир кўринишдаги дастурни кашф этишни замоннинг ўзи тақазо этмоқда. Боиси, шиддатли ўтаётган бугунги асримизда одамлар ҳам ахборот тезлигидек ҳаракат қилишмоқда. Эндиликда оддий аҳоли жамиятда рўй бераётган воқеа-ҳодисалардан бохабар бўлибгина қолмай, унга ўз шахсий муносабатини ҳам билдиришга уринмоқда. Ҳозирда бу борада интернетдаги турли сайтлар ва ижтимоий тармоқларда ҳар қандай мавзудаги масалаларга кишилар ўз қарашлари ва шарҳларини ёзишмоқда. Телевидениеда эса бошқа жанрдаги кўрсатувларга қараганда ток-шоуларда кўпроқ аудиториянинг фикрлари ва дунёқараши билан ўртоқлашиш мумкин.

“Ўзбекистон” телерадиоканалидаги бошловчи Қуддус Аъзамовнинг “Муносабат” ва кинофильмларга бағишланган “Муносабат плюс” ток-шоулари долзарб мавзуларни ёритиши ва қизиқарлилиги билан томошабинлар қалбидан жой олмоқда. “Муносабат” ток-шоусида ижтимоий-сиёсий масалалар юзасидан баҳс-мунозара олиб борилади. “Муносабат плюс” ток-шоусида ўзбек миллий киносининг таҳлили қилинади. Муаллифнинг ҳар

иккала ток-шоусида жамиятдаги энг муҳим масалалар муҳокамасига бағишланади. Шу сабабли, мазкур дастурлар аллақачон ўз аудиториясига эга бўлиб улгурди. Лекин шундай бўлсада, муҳокамалар маълум бир тор доирада амалга оширилади. Иккита ток-шоу ҳам битта студияда бир хил декорацияда тахминан 50-60 та кишилар билан тасвирга олинади.³⁰ Айрим ҳолларда икки-учта кўрсатувлар биргаликда ёзилгани боис, ток-шоудаги меҳмонлар ўзгармай қолади. Ва энг ёмон томони ўша дастурларда бир хил фикрлар билдирилиб, масалага бир томонлама ёндошилади. Кўпчилик учун айнан уларнинг дунёкараши ўзлаштирилади. Бу эса айнан жамиятда ҳам бир хил нуқтаи назарни келтириб чиқаради. Энди масалага интерактив хизматларни жорий этиб ёндашадиган бўлсак:

Биринчидан, аввало ток-шоуларни жонли эфирда намойиш этиш лозим. Иккинчидан, ҳар бир кўрсатувга кўтариладиган мавзуга мос алоҳида мутахассислар ва меҳмонларни таклиф этиш зарур. Чунки, бошқа-бошқа кишилар турлича қарашларни талқин этишади. Учинчидан, кўтарилган мавзуга оид саволлар билан турли ҳудудлардан интервьюлар қилиб, студиядаги монитор орқали кўрсатиш керак. Тўртинчидан, ток-шоуга бевосита жонли эфирда ҳар қандай томошабиннинг аралашувини таъминлаш анча муваффақиятлироқ бўларди. Боиси, миллионлаб томошабинлар учун кўрсатиладиган мазкур дастурларда катта аудиториянинг фикри кўпроқ маъқул бўлади. Масалан, “Муносабат плюс” ток-шоуси мобайнида муаллиф томонидан бирор фильм студиядаги монитор орқали намойиш этилади. Фильм тугаганидан сўнг, уни бошловчи студияга таклиф этилган мутахассислар ва мухлислар билан муҳокама қилади. Мазкур ток-шоуни миллионлаб томошабинлар томоша қилишини инобатга оладиган бўлсак, студиядаги таҳлил айнан кўпчиликка манзур бўлиши шарт. Аксарият ҳолларда бир томонлама фикр юритиш ёки масаланинг туб моҳиятини ўша студиядаги 20 та инсон билан таҳлил қилиш натижасида кўпчилик мухлислар учун ечими қизиқтирадиган саволлар очиқ қолиб кетади. Уйида ўтирган

³⁰ “Ўзбекистон” телеканали “Муносабат плюс” ток-шоуси. 2015 йил сонлари.

оддий телетомошабинда бу саволларга ечим бўлиши мумкин. Ва бу кўпчилик истаган жавоб бўлиши мумкин. Мисол келтирадиган бўлсак, айрим ҳолларда студиядагилар актёрларнинг ижро маҳоратларига кўпроқ урғу қаратишади. Бу вазиятда кинонинг асл мазмун-моҳияти тўлиқ очилмасдан қолиб кетади ва ток-шоунинг мақсади, яъни, аудиториянинг муносабатини ўзгартиришга бўлган уринишлари бесамар кетади.

“Ўзбекистон” телеканалида доимий эфирга узатилаётган “Ойдин ҳаёт” ток-шоуси ҳам энг рейтинги баланд ва энг томошабоп дастурлардан бири ҳисобланади. Мазкур ток-шоунинг бошловчилари ҳар бир мавзу бўйича юқори тайёргарлик кўрган ҳолда кўрсатувни олиб боришади. Шу боисдан ҳам суҳбатдош мавзудан четлашиши билан дарҳол унинг фикрини бўлиб, яна мавзуга йўналтиришлари журналистларнинг катта маҳорат эгаси эканлигидан далолат беради. Шунингдек, бошловчиларнинг студия бўйлаб ҳаракатлари, овоз оҳанглари ва ҳар бир мавзуга мос кийиниш имиджлари ток-шоунинг томошабоплигини таъминлайди.

“Ойдин ҳаёт” ток-шоуси катта аудиториянинг эътиборини қозона олган бўлсада, ҳали интерактив усуллардан тўлалигича фойдалана олмаяпти. Дастур давомида томошабинлар учун муҳим тавсиялар ва маълумотлар бериб ўтилади. Лекин ўша вақтда ҳар қандай томошабиннинг савол-жавобларда иштирок этишининг иложи йўқ. Чунки, аудитория билан интерактив алоқалар ҳали йўлга қўйилмаган. Бунинг учун аввало дастур жонли эфирда намоёиш этилиши лозим.

“Ёшлар” телерадиоканалида эфирга узатилаётган “Нуқтаи назар” кўрсатувида муаллиф жамиятдаги керакли ва энг долзарб ижтимоий муаммоларни бош мавзу сифатида танлайди. Кўтарилган мавзу муҳокамаси учун студияга ёшлар, турли меҳмонлар, таниқли шахслар ва мутахассислар таклиф этилади. Бу жараёнда танланган мавзулар жамият ва одамлар учун ўта муҳим ва долзарб. Шунингдек, бошловчи кўрсатувни ноодатий тарзда олиб боради. Журналист аудитория билан самимий мулоқотни йўлга қўйган ҳолда бошловчилик одоб-ахлоқ меъёрларидан чиқиб кетмайди. Студияда

Ўзини эркин тутган ҳолда мутахассислар ва аудиторияга яқин келиши, қўл ҳаракатларидан кенг фойдаланиши, юз ифодасининг ҳам суҳбатга мос ҳаракатланиши кузатамиз. Жойида табассум қилиши, суҳбатдошини ундаш маъносидаги қарашлари, кези келганда таажжубланиши ва норозилик сингари юз ифодаларини кўрсатиши ҳам мазкур кўрсатувнинг ютуғи бўлиб хизмат қилади. Шу билан бирга унинг маҳорати, имиджи ҳам мазкур дастурни томошабоплигини таъминлайди.³¹

“Тошкент” телерадиоканалида намоиш этилаётган “Очиқ мулоқот” дастурида студияга маълум бир ҳудуднинг мутасадди раҳбарлари таклиф этилиб, муаммолар юзасидан саволларга жавоб олинади. Кўрсатувни тайёрлашдан олдин журналистлар ўша ҳудудни синчиклаб ўрганишади. Муаммоли жойларни тасвирга олиб мутасадди ходимларга кўрсатиб, муаммо ечимини сўрашади. Шунингдек, ўша ҳудудда истиқомат қилувчи шахслар ҳам ўзларини қизиқтирган саволларига жавоб олишади.³² Бу жараёнга ҳар қандай аудиториянинг аралашуви кўтарилаётган масалалар юзасидан ҳеч бир кичик деталь ҳам четда қолмаслигини таъминлашишади. Демак, аудиториянинг масалага аралашуви ишни янада шаффофлаштиради. Муаммоларни тезда бартараф этилишида кўмаклашишади. Шунингдек, дастур муаллифлари масалага икки томонлама эътибор қаратиб, аҳолининг ҳам камчиликларини ўзларига кўрсатишади. Айни мана шу кўрсатувда интерактив телевидениенинг хизматларидан унумли фойдаланилмоқда. Яъни, бошқа ток-шоулардан фарқли ўлароқ дастур жонли эфирда намоиш этилмоқда. Энг муҳими, жонли эфирда студияга бевосита жонли мулоқотга телетомошабинлар ҳам саволлар билан ўз таъсирини ўтказишмоқда. Жойлардан жонли мисоллар далил сифатида тасвирга олиниб, студия монитори орқали мутасадди раҳбарларга кўрсатилади. Бу жараён муаммо ечимини тезроқ ҳал этишда керакли жавоб олишда муҳим саналади. Шу боисдан мазкур дастурнинг рейтинги ҳам юқорида бормоқда.

³¹ “Ёшлар” телеканали “Нуктаи назар” ток-шоуси 2015 йил дастурлари

³² “Тошкент” телеканали “Очиқ мулоқот” кўрсатуви 2015-2016 йил сонлари

“Спорт” телерадиоканалида эфирга узатилаётган Наргиза Муҳаммадиева бошловчилиги ва муаллифлигидаги “Шоҳсупага йўл” ток-шоуси ҳам кўпчилик спорт ишқибозларининг меҳрини қозонган. Мазкур ток-шоуга ҳам интерактив усуллар орқали янгича ёндашувни олиб кириш мумкин. Аввало давтур жонли эфирда ташкил этилиши мақсадга мувофиқ бўларди. Ҳозирда кўрсатувга спортда маълум чўққига чиққан, ғалабага эришган спортчилар, уларнинг мураббийлари ва мухлислар таклиф этилади. Журналист ва студиядаги меҳмонлар ўзларини қизиқтирган саволлар билан спортчиларга мурожаат қилишади.³³ Айни шу жараёнда уларни томоша қилиб турган ҳар қандай томошабинда ҳам савол бўлиши табиий ҳол. Шундай экан, жонли эфирда студиядаги спортчиларга телеэкран ортидаги мухлислар ҳам ўзларини қизиқтирган савол билан мурожаат қилиши, ўзи учун сеvimли спортчисидан муҳим воқеаларни сўраши, хуллас томошабиннинг ток-шоуга аралашуви янги бир лойиҳани тақдим этади.

“Менинг юртим” телеканалида Дилшод Файз ва Севара Ўринбоева бошловчилигида эфирга узатилаётган “Эркин фикр” ток-шоуси ҳам ҳозирда кўпчилик томошабинларнинг мунтазам кузатиб борадиган дастурига айланиб улгурган. Боиси, мазкур ток-шоуда ҳам жамиятимиздаги энг оғриқли ва энг оммабоп муаммолар бош мавзу сифатида муҳокама қилинади. Ток-шоунинг томошабоплиги шундаки, кўтарилган мавзуга ўша соҳа вакиллари, мутахассислар, таниқли кишилар ва албатта меҳмонлар ўз муносабатларини баён этишади. Дастур жараёнида барча тарафларнинг фикрлари эшитилиб, кўтарилган масала юзасидан тегишли хулосалар бериб ўтилади.³⁴

“Менинг юртим” телеканалида ҳар куни эксклюзив тарзда эфирга узатилаётган “NON STOP”, “Wi-Fi”, “Ажойиб кун” дастурлари ҳам интерактив телевидение хизматларининг айрим кўринишларини ўзида мужассам этган. Дастурларни ёш йигит-қизлар олиб боришади. Мазкур телелойиҳаларнинг бошқа кўрсатувлардан фарқ қилишига асосий сабаб,

³³ “Спорт” телеканали “Шоҳсупага йўл” ток-шоуси 2015-2016 йил сонлари

³⁴ “Менинг юртим” телеканали “Эркин фикр” ток-шоуси 2016 йил 12 май.

дастурни бошловчилар жуда эркин тарзда олиб боришади. Бошловчилар аудитория билан самимий мулоқотни йўлга қўйган ҳолда бошловчилик одоб-ахлоқ меъёрларидан чиқиб кетмасдан, дастурни ноодатий тарзда олиб боришади. Улар студияда ўзларини эркин тутган ҳолда бир-бирларига турли ҳолатлардаги кўз қарашлари ва юз ифодаси билан қарашади. Жойида табассум қилишлари, суҳбатдошини ундаш маъносидаги қарашлари, кези келганда таажжубланиши ва норозилик сингари юз ифодаларини кўрсатиши ҳам мазкур кўрсатувнинг ютуғи бўлиб хизмат қилади. Шу билан бирга уларнинг маҳорати, имиджи ҳам мазкур дастурни томошабоплигини таъминлайди. Бундан ташқари кўрсатув лавҳалари видео камералардан бўлак мобиль телефон, планшет, гопро ва осмо камералари орқали ҳам тасвирга олинади. Журналист оператор билан биргаликда видео камера орқали тасвирга олиш объектига борса, вақтдан ютқизиши ёки у истаган жараёни тасвирчи тасвирга тушириб бера олмаслиги мумкин, янги техник воситалар эса журналистларнинг янада тезкор ишлашларида қулайликлар яратади. Шу боисдан ҳам “Менинг юртим” телеканали замон билан ҳамнафас ҳолда фаолият юритмоқда.

Яна шуни айтиб ўтишимиз мумкинки, кўрсатув аввалида субтитрда “Ўз фикр-мулоҳазаларингиз ва саломларингизни Telegram тармоғи орқали 192-12-21 рақамига юборишингиз мумкин” деган ёзув чиқади. Шундан сўнг, дастур давомида томошабинлар шу манзил ва Facebook, Instagram каби ижтимоий тармоқлар орқали кўрсатув муаллифларига мурожаат қилишади. Бундан ташқари Ёшлар студияси бутун фаолиятини Instagram тармоғи орқали онлайн тарзда юритиб боради. Шу тармоқнинг ўзида унинг 140 мингдан ортиқ кузатувчиси бор. Мазкур ижтимоий тармоқлардан ташқари paesmi.uz, sevimli-tv.uz сайтлари орқали аудитория билан 24 соат давомида мулоқотда бўлади. Ҳар хил қизиқарли сўровномалар, интерактив ўйинлар, акциялар, турли мавзуларга оид викториналар, кастинг ва танловлар ўтказилиб борилади. Доимий равишда аудитория билан мулоқотда бўлиш, уларнинг талаб ва истакларини инобатга олган ҳолда иш юритиш, турли

соҳалар бўйича маълумотлар бериб бориш, керак бўлса уларнинг масалаларининг ечимини топишда кўмаклашиш, томошабинларни ҳам лойиҳаларда иштирокларини таъминлаш, улар юборган видеоселфиларни эфирга бериш, кўрсатувга таклиф қилиш, улар билан дўстлашиш асосий каналнинг асосий мақсадларидан саналади. Турли ранг-баранг дастурларни томошабинларнинг иштироки ва таклифлари асосида намоёниш этилиши натижасида “Менинг юртим” телеканали эндиgina 2 ёшни қарши олганига қарамай, кўплаб томошабинлар қалбидан жой олиб улгурди.

Кўрсатув интерактивликка бой бўлгани билан унинг лавҳалари фақат ҳордиқ олишга мўлжалланиб қолмай, томошабинларнинг дунёқарашлари, тафаккурлари, билим ва кўникмаларини янада ортиб, боришига ҳам замин яратади. Масалан, “Энциклопедия” саҳифаси орқали томошабинларнинг таклифига биноан танланган ҳарфга, бешта йўналишга оид қизиқарли маълумотлар етказиб берилади. Бу юқорида айтиб ўтилган тармоқлар орқали сўровномалар асосида амалга оширилади.

Шунингдек, “NON STOP” дастури мобайнида мухбирларнинг жойлардан тўғридан-тўғри эфирга уланиб, воқеликни тезкор ҳолда етказишларига ҳам гувоҳ бўламиз. Бу ҳам ўз навбатида интерактив хизматларнинг бир кўриниши ҳисобланади.

Мазкур телеканал ходимлари ҳозирда телетомошабинлар учун бири-биридан қизиқ, томошабоп ва янги интерактив лойиҳалар устида иш олиб боришмоқда. Турли ижтимоий тармоқлар орқали аудитория билан интерактив алоқаларни амалга ошираётган телеканал вакиллари аввало, томошабинларнинг таклифларига ва қизиқишларига қараб дастурларни эфирга узатишмоқда. Энг муҳим томони шундаки, унинг Қорақалпоғистон Республикаси ҳамда 12 вилоятда филиаллари мавжуд бўлиб, республикамизнинг чекка ҳудудларида содир бўлаётган ҳар қандай воқеа-ҳодисаларни ҳудудий журналистлар билан биргаликда бошқа ОАВдан тезроқ аудиторияга тақдим этмоқда.

Юқорида санаб ўтилган барча ток-шоуларни ва миллий телеканалларимизда эфирга узатилаётган бош дастурларни аввало, жонли эфирда намойиш этиш лозим. Иккинчидан, ҳар бир кўрсатувга кўтариладиган мавзуга мос алоҳида мутахассислар ва меҳмонларни таклиф этиш зарур. Чунки, бошқа-бошқа кишилар турлича қарашларни талқин этишади. Учинчидан, кўтарилган мавзуга оид саволлар билан турли ҳудудлардан интервьюлар қилиб, студиядаги монитор орқали кўрсатиш керак. Тўртинчидан, ток-шоуга бевосита жонли эфирда ҳар қандай томошабиннинг аралашувини таъминлаш янада муваффақиятлироқ бўларди. Боиси, миллионлаб томошабинлар учун кўрсатиладиган мазкур дастурларда катта аудиториянинг фикри кўпроқ маъқул бўлади. Шуни инобатга оладиган бўлсак, студиядаги таҳлил айнан кўпчиликка манзур бўлиши шарт. Аксарият ҳолларда бир томонлама фикр юритиш ёки масаланинг туб моҳиятини ўша студиядаги 20 та инсон билан таҳлил қилиш натижасида кўпчилик мухлислар учун ечими қизиқтирадиган саволлар очик қолиб кетади. Уйда ўтирган оддий телетомошабинда бу саволларга ечим бўлиши мумкин. Ва бу кўпчилик истаган жавоб бўлиши мумкин. Аксарият ҳолларда ток-шоуларда кўтарилган мавзунинг асл мазмун-моҳияти тўлиқ очилмасдан қолиб кетади ва ток-шоунинг мақсади, яъни, аудиториянинг муносабатини ўзгартиришга бўлган уринишлари бесамар кетади. Шу боисдан ҳам, интерактив телевидениенинг имкониятларидан фойдаланган ҳолда мазкур ток-шоуларда янгича ёндошувни олиб кириш бугунги ахборот асрининг энг долзарб масалаларидан бирига айланиб бормоқда.

3.3. ХОРИЖДАГИ ИНТЕРАКТИВ ДАСТУРЛАРДАН НАМУНАЛАР

Интерактив телевидениенинг илк кўринишдаги хизматлари 1989-йилда Канаданинг Монреал шаҳрида амалиётга тадбиқ этилган. Унда мижозлар ҳафталик жадвални танлаш, керакли дастурни кўриш имкониятига эга бўлишди. Мазкур хизмат тури қисқа вақт ичида оммалашиб кетди. Канада ва

Буюк Британияда фойдаланувчи абонентлар сони 250000 дан ошиб кетди.³⁵ Шундан сўнг, 1994-йилга келибгина интерактив телевидение фаолияти учун АҚШда патент берилган ва 1995-йилдан шу ҳудудда кенг тарқала бошлаган. Ўшанда Time Warner Cable компанияси билан Silicon Graphics биргаликда Флорида штатида дастлабки интерактив эшиттиришни амалга оширишди. Дастлабки босқичда мазкур тармоққа 4000 та уй уланганди. Интерактив хизмат одамларга бепул фильмлар тақдим этган. Шунингдек, турли ўйинлар ва харидларни амалга ошириш мумкин бўлган.³⁶

Мазкур телевидение тури Европага 1998-йилдан бошлаб кириб келган. Дастлаб, бу борада Буюк Британияда интерактив жараёни таъминлайдиган ускуналар ўрнатилганди. 1999-йилдан эса бошқа мамлакатлар: Швеция, Испания, Дания, Австралия ва Японияда ҳам интерактив телевидениенинг маълум бир кўринишлари кириб кела бошлаганди.

Ҳозирда интерактив телевидениенинг асосий томошабинлари Европа вакиллари ҳисобланишади. Германия, Англия, Франция ва Испаниядаги телекомпаниялар мухлислар учун турли интерактив хизматларни тақдим этишмоқда. Бугун интерактив телевидение ривожланган мамлакатларда универсал тижорат кўнгилочар ахборот етказиб берувчига айланиб улгурди. Бундай хизматлар орасида айниқса спорт мусобақаларидан тўғридан-тўғри жонли эфирда намоиш этиладиган репортажлар кўпчиликка манзур бўлмоқда. Бу борада биргина Буюк Британиянинг “Be Sky Be” фирмаси футбол учрашувларини ишқибозларга турли ракурслардан тасвирга олиб жонли эфирда намоиш этмоқда. Мухлислар ўзлари хоҳлаган жараёни кузатишга эришишмоқда. Кимдир 90 дақиқа давомида ёқтирган футболчисини кўришни истаса, яна кимдир мураббийни, бошқа биров дарвозабоннинг ҳаракатларини томоша қилади. Энг муҳими, мазкур вазиятларни биргина пултьнинг имкониятлари орқали амалга оширишади.

³⁵ Hari Om Srivatsara. Interactive TV Tecnology. Boston, London, 2002. – P.92

³⁶ Hari Om Srivatsara. Interactive TV Tecnology. Boston, London, 2002. P.93

Шу боисдан ҳам мазкур компаниянинг абонентлари сони кўпчиликни ташкил этмоқда.

Интерактив телевидение хизматларини тақдим этаётган компанияларнинг асосий мижозлари АҚШ, Европа ва Япония давлатларининг вакиллари ҳисобланишади. Мазкур ҳудудларда TiVo ҳамда Record TV компаниялари абонентларга интерактив телехизматларни кўрсатишмоқда. Биргина АҚШнинг ўзида телевидениенинг бундай хизматидан икки миллиондан кўпроқ оилалар фойдаланишади.³⁷

2004-йилда Россия ҳукумати ҳам рақамли телевидениега ўтиш борасида муҳим ислохотларни амалга ошира бошлади. Мамлакатда Европа тизимидаги рақамли телевидение жорий этилганидан сўнг бир қанча теледастурлар ўз кўрсатувларини айнан интерактив хизматлардан фойдаланган ҳолда эфирга узата бошлади. Бундай дастурлар орасидан энг муваффақиятли ва энг томошабоп бўлганларидан айримлани келтириб ўтамыз.

“Россия 2” телеканалида тўғридан-тўғри жонли эфирда узатиладиган “Удар головой” кўрсатуви футболга бағишланган биринчи ток-шоу эди. Унда шарҳловчи ва студияга таклиф этилган мутахассислар, футболчилар вазиятларни тўлалигича муҳокама қилиб беришлари учун студия ҳам футбол майдони кўринишидагидек декорация қилинганди. Мазкур шоуда футбол майдонида ва ташқарисида рўй берган ҳар қандай ҳолатлар муҳокама қилинган. Энг муҳими, дастур давомида тўғридан-тўғри эфир жараёнига таниқли футболчилар, мураббийлар ва бошқа спортчилар телефон қўнғироғи орқали бевосита иштирок этишган.³⁸ Бу эса, ток-шоунинг рейтингини ошишига сабаб бўлган. Мазкур дастур Россия телеканалларида ягона тўлиқ интерактив ток-шоу талабларига жавоб беришига қарамай, 2011-йилда маълум сабабларга кўра, “Удар головой” эфирга узатилмай қўйди.

Бугунги кунда энг рейтинги баланд кўрсатувлардан бири бу “Пусть говорят” ток-шоуси ҳисобланади. Мазкур ток-шоуни Андрей Малахов

³⁷ Smart J.M. Tomorrow's Interactive Television. The Futurist, November – December, 2010. - P. 46.

³⁸ “Удар головой” дастури 2010 йил

Россия телевидениесининг энг чўққисига олиб чиқа олди. Бунинг бош омили сифатида кўрсатувни жонли эфирда айнан интерактив методларни қўллаган ҳолда олиб борилганини эътироф этиш мумкин. Малахов кўрсатув мавзусига кундалик ҳаётнинг энг муҳим ижтимоий масалаларини бош мавзу сифатида танлайди. Шунингдек, дастурнинг декорацияси ва студиянинг ҳолати ҳам шоуга мос тушади. Дастурнинг мақсади, кўтарилган мавзу орқали жиддий муҳокамаларни тақдим этиш ва ўша салбий муаммоларни бартараф этиш кўзда тутилган.

Яна бир энг оммабоп дастурлардан бири сифатида “К барьеру”ни келтиришимиз мумкин. Мазкур кўрсатувда Россия мамлакати ва дунё сиёсатида содир бўлган воқеалар муҳокама қилинади. Унга номдор сиёсатчилар, ҳукумат аъзолари, депутатлар, ёзувчилар ва маданият вакиллари таклиф қилинади. Кўрсатув 3 қисмга бўлиб олиб борилади:

1. Бир-бирининг қарашига мутлақо қарши бўлган икки киши сиёсий “ринг”га туширилиб, оппонентлар воқеа-ҳодиса юзасидан ўз фикрларини билдиришади;
2. Ҳар бир рақибнинг 2 кишидан иборат секундантилари оппонентларга савол беради ва жавоблар тингланади;
3. Оппонентлар бошловчи В.Соловьевнинг саволларига жавоб беришади.

Шунингдек, кўрсатув давомида телетомошабинлар смс йўллаб, исталган рақибнинг фикрини қўллаб-қувватлайдилар. Телетомошабинларнинг бу хилда кўрсатувга интерактив қатнашишлари жамоатчилик фикрини юқори поғонага кўтарилишига хизмат қилиб, жамиятнинг демократлашувига олиб келади.

“К барьеру” кўрсатувининг бошловчиси В.Соловьев эфирга чиқишидан аввал иштирокчиларни турли хил ҳангомалар ёки қўшиқ айтиб “қиздириб” олиш одати бор экан. Ўзи эса бу ҳақда шундай дейди: “Материал ва кўрсатув иштирокчиларини яхши билмоқ – дастурни олиб боришга тайёрман деган мазмунни бермайди. Кўрсатувга бошловчи психофизик жиҳатдан ҳам тайёр

бўлиши керак. Сиз кулишингиз мумкин, лекин мен ҳар куни спортзалга бораман, чунки кўрсатув мендан жуда кўп қувватни талаб қилади”.

III боб бўйича хулоса

Учинчи боб интерактив телевидениенинг истиқболларига бағишланган бўлиб, унда спорт шарҳларида ва кўрсатувларида аудиториянинг аралашуви, ток-шоуларда интерактив усуллар орқали янгича ёндошувни олиб кириш ва хориждаги интерактив дастурлардан намуналарга алоҳида тўхталиб ўтилган. Ушбу боб юзасидан умумий хулоса қиладиган бўлсак, аввало қуйидагиларга эътибор қаратиш лозим.

Спорт ишқибозлари учун, уларнинг хоҳиш-истакларини амалга ошириш учун, телевидениеда интерактив хизматларни ташкил этиш талаб этилади. Теледастурларда айнан интерактив жараёни юзага келиши учун жонли эфирда аудиториянинг ҳам иштироки муҳим жиҳат ҳисобланади. Интерактив телекўрсатувларни эфирга узатишдан асосий мақсад шундан иборатки, интерактив жараён орқали кўпчилик аудиторияни ушлаб қолиш ва дастурнинг узоқ фаолияти учун зўр омил бўлиб хизмат қилади. Шу билан бирга жонли эфирда интерактив телевидение имкониятларининг энг муҳим ютуқлари шундан иборатки, жонли эфирда ахборотнинг тезкорлиги, ҳаққонийлиги ва таъсирчанлиги ортади. Ёйинки, аудитория учун турли имкониятлар пайдо бўлади. Жонли эфирда интерактив кўрсатувда оддий ишқибозлар хоҳ уйда бўлишсин, хоҳ кўча-куйда бўлишидан қатъий назар жонли эфирда бўлаётган кўрсатувдаги мавзу юзасидан ўз фикр-мулоҳазаларини, таклифларини ва муносабатларини изҳор эта олишади.

Ток-шоу тележурналистиканинг муҳим жанрларидан бири бўлиб, унга янгича ёндашувни олиб кириш эса бугунги замоннинг талабидир. Мазкур жанрдаги кўрсатувлар аввалига фақат турли соҳага оид маълумотларни тақдим этган бўлса, ҳозирда инсонларни фикрлашга, бирор муаммоли вазиятни ўзаро муҳокама қилишга ундамоқда. Лекин ана

шундай муҳокама ва аудиториянинг муносабати тор доирада амалга оширилмоқда. Ҳозирда замонавий техниканинг янгиликлари ва интернетнинг кенг имкониятлари теледастурларга қараганда катта аудиторияни ўз оқими сари йўналтирмоқда. Ана шундай паллада теледастурларнинг одамларга таъсирини янада кучайтириш мақсадида ва шунингдек, яна катта аудиториянинг жалб этиш учун телевидениеда интерактив хизматларни йўлга қўйиш лозим. Ва бу интерактив хизматларни айнан телеток-шоулар жараёнида амалга ошириш натижасида муаммоларнинг ечими тор доирада эмас, балки барча омманинг фикр-муносабатларидан келиб чиқиб ҳал этиларди.

Ток-шоулар бошқа тележанрларга қараганда томошабинларнинг кўзи ўрганган муайян қолип ва анъанавий сценарийларга бўйсунмайди. Тўғри, ток-шоулар ҳам маълум бир мантиқий сценарийларига эга бўлади. Лекин, аксарият ҳолларда аудиториянинг турли қарама-қарши фикрлари журналист тузган сценарийдан биров четлашиши мумкин. Ана шундай вазиятда журналистдан катта маҳорат юксак импровизаторлик ва модераторлик лаёқати талаб этилади. Мана шу ноўхшашлик ва ноанъанавийликлар ток-шоуларнинг кенг ёйилишида муҳим омиллар ҳисобланади.

ХУЛОСА

Мазкур тадқиқот иши юзасидан қуйидагиларни умумий хулоса сифатида келтириб ўтамир:

Биринчидан, телевидениедаги интерактив хизматлар орқали жамоатчилик билан кенг алоқалар йўлга қўйилади. Жамоатчилиكنи назорат қилиш борасида уларнинг фикрлари ўрганилади.

Иккинчидан, аҳолининг сиёсий фаоллиги оширилади. Интерактив хизматларни йўлга қўйиш натижасида оддий аҳоли жамиятда рўй бераётган воқеа-ҳодисалардан бохабар бўлиб, унга ўз шахсий муносабатини ҳам билдира олади.

Учинчидан, ҳар қандай ахборотни хоҳлаган вақтда олиш мумкин. Бунда интерактив хизматларни тақдим этаётган телекомпания мижозларнинг хоҳиш-истакларини ўрганиб, истеъмолчилар учун керакли бўлган ахборотларни олдиндан топиб, архивга йиғиб боради. Масалан, футбол мусобақасидан учрашувини тўғридан-тўғри эфирда кузатиб турган мухлислар шу ўйин атрофидаги исталган маълумотларини шу вақтнинг ўзида параллель равишда олишлари мумкин.

Тўртинчидан, ахборот бозорида устунликка эга бўлиш учун интерактив хизматлар жуда қўл келади. Интерактив хизматларни тақдим этган телекомпаниялар бунинг орқасидан каттагина даромад қилишлари мумкин. Умуман олганда ахборотга товар деб қарайдиган бўсак, унга ким эгалик қилса ўша ҳукмрон саналади. Шундай экан, ахборот бозорида мавқега ва маблағга эга бўлиш учун аудиторияга маъқул келадиган маҳсулот тайёрлаш талаб этилади. Кўпчилик учун маъқул ахборотни айнан интерактив телевидение орқали бериш мумкин.

Бешинчидан, телевидениеда интерактив хизматларни йўлга қўйиш натижасида аудитория билан мулоқот масалалари осонлашади. Илгари бирор кўрсатув тугаганидан сўнг, бошловчи кўрсатувимизга оид фикр ва мулоҳазаларингиз бўлса бизга хат ёзинг дейишарди. Ҳозирда биз таклиф этаётган интерактив хизматли дастурларда бу жуда осон ва томошабин учун ўз вақтида ўз муносабатини билдириш имкони туғилади. Жонли эфирда кетаётган кўрсатувга уйида ўтирган оддий томошабин ўша вақтнинг ўзида жараёнга аралашиб ўз муносабатини ва қарашларини ифода эта олади.

Олтинчидан, ёшларнинг жамиятдаги ўрнини белгилашда ва уларнинг турли ёт ғояларга нисбатан миллий менталитетдан келиб чиққан ҳолда шахсий муносабатларини шакллантиришда телекўрсатувлар ва телешоуларнинг ўрни катта ҳисобланади. Бу жараёнларни амалга оширишда ҳам интерактив хизматларнинг ўрни катта. Ҳозирда миллий телеканалларимизда кўплаб кўрсатувлар айнан ёшларнинг дунёқарашини шакллантиришда, уларнинг ташқи зарарли оқимларга қирмасликка

йўналтирувчи мавзуларга оид кўрсатувлар эфирга узатилмоқда. Ана шу кўрсатувларни жонли эфирда намойиш этиб, ёшларнинг фикрлари, ўй-хаёллари билан ўртоқлашиш ижойиб натижа бериши мумкин.

Еттинчидан, турли катламдаги аҳолининг ижтимоий дунёқараши ва онгини ошириш, маданий савиясини юксалтиришда телевидение дастуларининг алоҳида ўрни бор. Масалан, телесериаллар, кўшиқлар ва ақлни чархловчи турли заковат ўйинлари ҳам оддий томошабинни маънавиятга, маърифатга ва маданиятга етаклаши мумкин.

Саккизинчидан, ижтимоий сўровномалар ўтказишда ва турли жараёнларда аҳолининг иштирокини таъминлашда интерактив хизматлардан фойдаланилади. Оддий аудитория учун иш бажара туриб, параллель равишда интерактив дастурларда иштирок этиш жуда қизиқ ҳисобланади. Энг асосийси, томошабин ўзи истаган кўрсатувда, хоҳлаган вақтида муҳокамага аралашishi мумкин.

Тўққизинчидан, жамиятдаги мавжуд муаммоларни бартараф этишда ва шунингдек, аҳолининг камчиликларини ўзига ойна сифатида кўрсатишда ҳам айнан интерактив телевидениенинг маълум афзалликлари бор. Хусусан, “Тошкент” телерадиоканалида эфирга узатиладиган “Очиқ мулоқот” кўрсатуви айни ана шундай масалаларни ёритиб бермоқда. Кўрсатувнинг асосий ютуғи шундаки, ушбу дастур айнан интерактив хизматларнинг айрим усулларида фойдаланилган ҳолда намойиш этилмоқда. Ана шундай лойиҳаларни интерактив хизматлар орқали эфирга узатиш билан мавжуд муаммоларга тезроқ ечим топиш мумкин. Сабаби, интерактив жараёнда оддий аудиториянинг иштироки кўпроқ таъминланади.

Ўнинчидан, бугунги глобаллашув даврида ёшларни назорат қилишда ота-оналарга интерактив телевидениенинг катта ёрдами тегиши мумкин. Ота-оналар болаларига маълум чекловларни қўйишлари ҳам интерактив хизматларга таянилади. Ёшлар қайси дастурларни кўриши лозим-у қайси дастурларни кўриши мумкин эмас, буни қулфлаб қўйиш йўли билан амалга оширилади. Ёки, болалар уйда ота-оналари йўқ пайтда тақиқланган нарсани

кўрган бўлишса, буни ҳам катталар архив хотира орқали билиб олишлари мумкин. Ва фарзандларига бошқа тегишли чора-тадбирларни қўллашади.

Кўриниб турибдики, телевидение дастурларида интерактив хизматларни жорий этиш натижасида аудитория билан бўладиган мулоқот муаммоларига барҳам берилмоқда. Демак, телевидениеда интерактив хизматларни жорий этишнинг ана шундай ва бошқа бир қатор афзалликлари мавжуд экан. Лекин шундай бўлсада, ҳар қандай нарсанинг яхши томонлари бўлгани билан унинг салбий жиҳатлари ҳам бўлади. Масалан, интернет биз учун катта имкониятлар тақдим этиши билан биргаликда ўзининг салбий кўринишларини ҳам кўрсатмоқда. Худди шундай, интерактив телевидениенинг ҳам салбий жиҳатлари мавжуд. Улардан айримларини келтириб ўтамиз:

Биринчидан, интерактив телевидение оддий томошабинни фаол томошабинга айлантириб қўймоқда. Энди томошабин берилганига қаноат қилиб ўтирмайди, аксинча талаб қилади. Ўзи истаган ахборотни ўзи хоҳлаган вақтда кўришни маъқул билади. Бунинг натижасида ахборотни тақдим этаётган компания аудиториянинг ҳар қандай хоҳишини амалга оширишга тайёр бўлиши шарт. Бу борада муаммоларга дуч келиниши аниқ. Шу боисдан, ҳозирда интерактив хизматларни тақдим этаётган телекомпаниялар фақатгина соддалаштирилган интерактив лойиҳаларнигина амалга оширишмоқда.

Иккинчидан, интерактив телевидениенинг хизматлари орқали маълумотларни тақдим этаётган компаниялар жамиятда ижтимоий стрессни ҳам пайдо қилишлари мумкин. Чунки, ахборот бераётган компания истеъмолчининг талабига қараб, ахборот берганидан сўнг, ҳар бир шахсни ўз орқасидан эргаштира олиш имкониятига ҳам эга бўлади. Натижада улар томошабин устидан маълум ҳукумронликка ҳам эриша олади. Бу эса, салбий оқибатларга олиб келиши мумкин.

Учинчидан, интерактив телевидение хизматларини таклиф этаётган компания ахборот бозорида рақобатбардош бўлиши учун аудитория хоҳлаган

хар қандай ахборотни беришга мажбур. Натижада, кишилар махфий маълумотлар ҳақида ҳам билишни истаб қолишлари ҳам мумкин.

Тўртинчидан, жонли эфирда журналистдан ҳам, тўғридан-тўғри студияга уланадиган аудиториядан ҳам, студияга таклиф этилган мутахассислардан ҳам аввало, муҳокама қилинаётган мавзудан четлашмаслик, этика қоидаларига риоя этишлик, шева ва жаргон сўзларидан фойдаланмаслик ҳам талаб этилади. Бундай жараёнда энг муҳими журналист жуда профессионал бўлиши лозим. Вазиятдан моҳирона чиқиб кета олиши керак. Шунингдек, жонли эфирда журналист ва аудитория ҳар қандай гап-сўзларни айтмасликлари ва давлат манфаатларига зид ишларни қилишлари ёки телефон орқали тўғридан-тўғри эфирда уланган мухлис вазиятдан фойдаланиб хоҳлаган гапини гапирмаслиги учун қатъий қонунларни ишлаб чиқиш талаб этилади. Ана шунда эфирга уланган ишқибозлар ҳам уларга кўйилган талаблардан четлашмаган ҳолда фикр юритади.

Энди бу жараёнга бошқа томонлама эътибор қаратамиз: интерактив жараёнда аудиториянинг аралашувини таъминлайдиган бўлсак, оддий фуқаро ўзини ҳар қандай ҳолатда намоён этиши ҳам мумкин. Ўзи хоҳлаганча гапириши, турлича эмоция кўрсатиши ва мавзудан четлашган ҳолатда фикр билдириб, кўтарилаётган масалани умуман бошқа томонга йўналтириб юбориши ҳам ҳеч гап эмас. Шундай экан, бу жиҳатларига ҳам эътибор қаратиш лозим. Интерактив жараёнга бевосита қўшиладиган оддий аудитория аввало миллий менталитетдан келиб чиқиб, ўз дунёқараши ва кайфиятини кўрсатиши лозим. Чунки у кўпчиликнинг олдида ўзини намоён этаётганини билиб, маданият чегарасидан чиқиб кетмаслиги шарт.

Интерактив эфирда кўрсатувни олиб боровчи журналистнинг ахлоқи ва ўзини тутиши фақат унинг шахсий иши, ўзига хос ижод йўли бўлолмайди. Интерактив эфирдаги ижодкор мавзу, йўналиш, жанр танлашда эркин бўла олади. У истаганича эфир имкониятларидан фойдаланиб, эркин ижод қилади. Эфир имкониятлари журналистнинг барча қобилиятлари намоён бўлиши учун замин яратган. Аммо бу эркинлик журналистга ҳам маълум

мажбуриятларни юклашини ижодкор билиши зарур. Мутлоқ эркинлик бўлмайди, у ижодкорнинг шахсий тамойилларидан келиб чиқиб ўзи томонидан назорат қилинади. Шу кунгача тайёрланган журналистларнинг касб-ахлоқ этикасига оид кодекслари, ОАВ ходимлари учун тузилган меморандумлар ана шу мақсадга йўналтирилган. Журналистлар кенгаши, жамиятлари фаолиятлари ва хатти-ҳаракатларини ўзлари бошқарсалар, ташқи таъсирлардан етарлича ҳимояланадилар. Турли суд процесслари, санкцияларининг олдини олган бўладилар. Шу ўринда журналистнинг ички маданияти, интеллектининг даражаси аудитория томонидан ҳолисона баҳоланади.

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

Авваламбор журналист тайёрлаган кўрсатуви, ёзаётган мақоласи, радиодаги эшиттириши орқали ўзига хос имидж яратган ҳолда мухлисларнинг қалбига кириб бора олиши лозим. Бунинг учун малакали журналистдан юқоридаги жиҳатлар билан биргаликда, ўз соҳасининг моҳир устаси бўлиши, сўзамол ва юксак дид эгаси бўлиши керак. Замонавий ахборот технологияларидан, жумладан, интернетдан унумли фойдалана билиши, янгиликлар тезлиги билан бирга юришини таъминлайди. Шундай экан, бугунги кун тележурналистлари замон билан ҳамнафас фикрлай олиши,

хорижий тилларни мукаммал эгаллаши, жамиятимизнинг барча соҳаларининг бирдек ривожланишига ўз хиссаларини қўшишлари ва жаҳон ҳамжамиятида мамлакатимиз нуфузининг янада оширилиши йўлида камарбаста бўлишларини замонанинг ўзи талаб этмоқда.

Ҳозирда бизда телевидениеда интерактив хизматлар тўлиқ таъминланмаган. Ушбу муаммонинг ўзига яраша турли сабаблари бор албатта. Масалан, молиявий жиҳатдан бўлиши мумкин. Ёки ҳали тўлиқ интерактивликни сифатли даражада таъминловчи технологияларни ҳам олиб келинмаганлигини айтишимиз мумкин. Юқорида айтилганидек, иккала томон ҳам керакли техникалар билан жиҳозланиши талаб этилади.

Яна бир муаммо шундан иборатки, ҳали бу жараёнларга аудитория ҳам тайёр эмас. Оддий аудитория жонли эфирга уланиш шарт-шароитларини яхши билиб олишлари керак бўлади. Масалан, радиодаги интерактив викторина ўйинларида мухлислар хато жавоб беришса ҳам ғолибликни талаб қилишади. Хуллас, ушбу муаммоларни ҳал этиб, яқин келажакда телевидениеда интерактив хизматларни жорий этилишига ишонамиз.

Интерактив телевидение дастурларида аудиториянинг иштирокини таъминлаш учун кўпроқ ток-шоу жанридаги кўрсатувларни жонли эфирга узатиш лозим. Бундай дастурлар шахс фикри ва аудитория муносабати асосида баҳс-мунозаралар билан уйғун ҳолда тайёрланиши лозим. Ана шунда бундай кўрсатувлар томошабиннинг фикрлашига туртки беради, мушоҳадаю мулоҳазага чорлайдди. Натижада кўзланган мақсадга эришилади ва жонли эфирдаги телемулоқотда аудиториянинг иштироки ҳам йўлга қўйилади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙЎАТИ

I. Ўзбекистон Республикасининг меъёрий ҳужжатлари ва Ўзбекистон Республикаси Президентининг асарлари:

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2014. Б. 76
2. Ўзбекистон Республикаси Оммавий ахборот воситалари тўғрисидаги Қонуни // Тўртинчи ҳокимият. – Т.: Меҳнат, 2003. Б. 352
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида рақамли телевидениега техник ва технологик ўтишга доир Давлат дастури тўғрисида”ги қарори. 2012 йил 17 апрель. ЎЗР қонун ҳужжатлари Lexuz маълумотлари миллий баъзаси. www.lex.uz.

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон миллий телерадио компаниясининг рақамли телеканаллари сонини кўпайтириш, улардан тўлиқ форматда фойдаланиш, сифатли тўлдириш ва хизмат кўрсатиш тўғрисида”ги қарори. 2012 йил 30 июль. ЎзР қонун ҳужжатлари Lexuz маълумотлари миллий баъзаси. www.lex.uz
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш тўғрисида”ги Фармони. 2002 йил 30 май. ЎзР қонун ҳужжатлари Lexuz маълумотлари миллий баъзаси. www.lex.uz.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Мустақил телерадиоканалларни ривожлантириш ва қайта ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони (08.11.2005йил. №ПФ-3678).
7. Каримов И.А. Юксак маънавият—енгилмас куч. —Т.: Маънавият, 2008. Б. 174
8. Каримов И.А. Биз келажагимизни ўз қўлимиз билан қурамыз. — Т.: Ўзбекистон, 1998. Б. 688
9. Каримов И.А. Маънавий юксалиш йўлида. —Т.: Ўзбекистон, 1998.
10. Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз — жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. — Т.: Ўзбекистон 2005.
11. Каримов И.А. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига // “Халқ сўзи”/ 2007 йил 28 июнь.
12. Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз — жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. — Т.: Ўзбекистон, 2005.
13. Каримов И.А. Ўзбекистон демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамияти асосларини шакллантиришнинг асосий йўналишлари. Тошкент оқшоми, 2002 йил 30 август.

**II. Мавзу бўйича асосий адабиётлар, илмий ва босма ОАВда чиққан
мақолалар:**

1. Абдурасулов У.Р. Интернет ва “Спорт” телеканалидаги интерактив хизматлар//Давр, Ахборот,Интернет: янгиланиш тенденциялари ва истикболлари. – Тошкент, 2014. Б. 206
2. Бородин Ю.А. Что же такое «Интерактивное телевидение»? // Broadcasting. 2000. Б. 64
3. Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил. Монография. – Т.: Янги аср авлоди, 2007. Б. 212
4. Дўстмухаммад Х. Журналист бўлмоқчимисиз? – Т.: Янги аср авлоди, 2001.
5. Дўстмухаммад Х. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари. – Т.: Ўзбекистон, 2005.
6. Дўстмухаммад Х. Халқаро журналистикада гуманитар ҳуқуқ ва касб этикаси. – Т.: 2011. Б. 144
7. Groman B. Interactive TV: It's Baaack!!! // Fortune, № 7, July, 1998. Б 318
8. Hari Om Srivatsara. Interactive TV Tecnology. Boston, London, 2002. Б. 92
9. Иванча И. Европейский стандарт CENELEC EN 50083. Кабельные распределительные системы для телевизионных, звуковых и интерактивных мультимедийных сигналов // Справочник «Кабельное телевидение».1999-2000. Б. 56
10. Ибрагимов Ш. Тележурналистика асослари/маърузалар матни/ - Т.: Университет. 2000.
11. Жуманиёзов Р. Нутқий маҳорат. – Т.: Адолат. 2005.
12. Карри Д. Телевидение и цифровое будущее // Broadcasting: Телевидение и радиовещание. 2004. Б. 67
13. Кривошеев М. И. Интерактивное ТВ вещание — важный вклад в преодоление цифрового разрыва // Труды Международной Академии связи (Приложение к журналу «Электросвязь»), 2002. Б. 341

14. Кривошеев М. И., Федунин В. Г. Интерактивное телевидение. — М.: Радио и связь, 2000. Б. 69
15. Каримов А. Ток-шоу янги оммабон кўрсатув сифатида. Т.: ЖТДУ, 2007. Б. 80
16. Локшин Б. А. Цифровое вещание: от студии к телезрителю. // М.: Syrius Systems, 2001. Б. 232
17. Луғат-маълумотнома. Журналистика, Реклама, Паблик Рилейшнз. 1700 атама. Муаллифлар Ф.Нестеренко ва бошқ. Т.: Зар қалам.2003.
18. Муратов С. Телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 2003
19. Мўминов Ф.А. Журналистика ижтимоий институт сифатида. — Т.: Университет, 1998. Б. 176
20. “Менинг юртим” телеканаллари дастурлари
21. Нечай О.Ф. Ракурсы: о телевизионных коммуникациях и эстетике. —М., 1990.
22. Ортикова Ю. Интерактив журналистика – Т.: Мумтоз сўз, 2011. Б. 88
23. Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. - М.: Медея, 2003
24. Поберезникова Е. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения; М., 2004
25. Раҳматуллаева И. Телевидение ва ёшлар: кеча ва бугун. — Тошкент: Янги аср авлоди.,2005.
26. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. ўқув қўлланма. Муаллифлар: Қ.Эрназаров ва бошқ. Т.: ЎзМУ. 2002.
27. Роман Спорышев. “Интерактивное телевидение в мире и в России”
28. “Россия 2” телеканаллари “Удар головой” дастури
29. Содик С. Радиожурналистика асослари: Аудиовизуал журналистика. — Т.: MUMTOZ SO’Z, 2010. Б. 124
30. “Спорт” телеканаллари дастурлари
31. “Тошкент” телеканаллари дастурлари
32. Уханов А. Новая волна. Владимир, 2003.

33. Худойкулов М. Журналистикага кириш. Ўқув қўлланма. Т.: - ЎзМУ 2005.
34. Ўтаев Ў. Телевидение – давр кўзгуси. – Т.: Ўзбекистон, 2010. Б. 271
35. Ўсаров О. Ҳукукий эксперимент демократик ислохотларни янада чуқурлаштиришда муҳим аҳамият касб этади. // Давр, Ахборот, Интернет: янгиланиш тенденциялари ва истикболлари. – Тошкент, 2014. Б. 206
36. Ўзбекистон Миллий энциклопедияси 12-қисм. Б. 712
37. “Ўзбекистон” телеканаллари дастурлари
38. “Ёшлар” телеканаллари дастурлари
39. Зверева Н. Школа регионального тележурналиста. М., 2004
40. Зима З. А. Системы кабельного телевидения. М., 2004. Б. 599

III. Интернет ресурслар:

1. www.uza.uz
2. www.relga.ru Могилевская Э.В. Ток-шоу как жанр ТВ: происхождение, разновидности, приёмы манипулирования.
3. www.sputnik-tv.ru/article Бирбом М. Хозеин ток-шоу. Спутник –ТВ.
4. http://ru.wikipedia.org/wiki/Конвергентная_журналистика
5. <http://www.km.ru/referats/335662-televizionnaya-zhurnalistika>
6. <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/93309.html>
7. http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/23355
8. <http://www.jurnal.org/articles/2013/fill11.html>
9. http://perkis.narod.ru/Tv_technolog/kabel/interaktiv/
10. http://perkis.narod.ru/Tv_technolog/kabel/interaktiv/
11. <http://softpress.com.ua>
12. <http://broadcasting.ru/articles2/Oborandteh/sovremennye-sistemi-oformleniya/>
13. <http://www.st-b.ru>