

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

**ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ  
ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ**

**ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА НАЗАРИЯСИ ВА АМАЛИЁТИ  
КАФЕДРАСИ**

**ТУРСУНОВА ЧАРОС БЕКМУРОД ҚИЗИ**

**ХУСУСИЙ ТЕЛЕКАНАЛЛАР ИЖОДИЙ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ  
ЖАРАЁНЛАРИ ТАҲЛИЛИ**

**мавзусида 5220100 –журналистика (халқаро журналистика) таълим  
йўналиши бўйича бакалавр даражасини олиш учун**

**БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ**

**“ҲИМОЯГА ТАВСИЯ ЭТИЛАДИ”**

Халқаро журналистика назарияси ва  
амалиёти кафедраси мудири

\_\_\_\_\_ ф.ф.н., доцент А.Нурматов

2018 йил “24” май

**ИЛМИЙ РАҲБАР:**

ф.ф.н., доцент А.Каримов

\_\_\_\_\_ 2018 йил “24” май

**Тошкент – 2018**

## **ҲИМОЯГА РУХСАТ ЭТИЛДИ:**

**Факультет декани:** \_\_\_\_\_ **А.Матякубов**

**Кафедра мудир:** \_\_\_\_\_ **А.Нурматов**

**Илмий раҳбар :** \_\_\_\_\_ **А.Каримов**

**Расмий тақризчи:** \_\_\_\_\_ **Н.Шамсиддин**

## **БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ МАВЗУСИ:**

### **ХУСУСИЙ ТЕЛЕКАНАЛЛАР ИЖОДИЙ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ЖАРАЁНЛАРИ ТАҲЛИЛИ**

**ДАК қарори: 4-босқич талабаси**

**ТурсуноваЧарос Бекмурод қизининг**

**битирув малакавий иши “\_\_\_\_\_” га баҳолансин.**

\_\_\_\_\_ **июнь 2018йил**

**ДАК раиси:**

**С.Ҳакимов**

**ДАК котибаси:Х.Файзуллаева**

## БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ МУНДАРИЖАСИ

Кириш.....		
<b>I.БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ХУСУСИЙ ТЕЛЕКАНАЛЛАР ЭВОЛЮЦИЯСИ</b>		
	1.1. Milliy Tv медиабозорга хусусий телеканалларнинг кириб келиши ва ривожланиши .....	
	1.2. Хусусий телеканалларнинг хусусиятлари .....	
	1.3.Телекўрсатувларда ғоя, мавзу, матн ва тасвир уйғунлиги масалалари .....	
<b>II.БОБ. ЗАМОНАВИЙ ХУСУСИЙ ТЕЛЕКАНАЛЛАРДА ИЖОДИЙ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ЖАРАЁНЛАРИ ТАҲЛИЛИ</b>		
	2.1. Хусусий телеканалларда ижодий ишлаб чиқариш жараёнлари.....	
	2.2.Студияда кўрсатувлар тайёрлашдаги замонавий ёндашувлар.....	
	2.3. Студиядан ташқарида кўрсатувлар ташкил этишдаги ўзига хосликлар.....	
Хулоса .....		
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати .....		
Иловалар .....		

## КИРИШ

**Мавзунинг долзарблиги.** Телевизион медиа маҳсулотлар кейинги йилларда мазмун, сифат, шакл нуқтаи назаридан тубдан ўзгарди. Соҳага замонавий ахборот технологияларнинг кириб келиши, режиссурада техник имкониятларнинг ортиши телевидениенинг таъсир кучини янада оширди. Олиб борилаётган ислохотлар, кишилар онги ва шууридаги ўзгаришлар ҳам дастурларга қўйиладиган талабларнинг ортишига олиб келди. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2017 йил 27 июнда – Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига йўлланган байрам табригида “Оммавий ахборот воситалари вакилларида нафақат профессионал билим ва малака, ҳаётий тажриба, ўз сўзи учун масъулият ҳисси, айна вақтда юксак гражданлик позицияси, маънавий жасорат ҳам талаб этилади”<sup>1</sup> – деб таъкидлади.

Президент оммавий ахборот воситаларининг таркиби ҳам тубдан ўзгариб бораётганига, юртимиздаги барча телеканалларнинг қарийб 53 фоизи, радиоканалларнинг эса 85 фоизи нодавлат оммавий ахборот воситаларига тўғри келаётганига эътибор қаратган. Хусусий сектор фоиз ҳисобида юқори кўрсаткични банд этиши билан бирга, омманинг уларга қизиқиши ҳам баланд. Бугунги кунга келиб хусусий телеканаллар дастурлари мундарижаси анча кенгайди. Турли мавзулардаги янги, замонавий телевизион лойиҳалар томошабинларга тақдим этилмоқда. Янги жанр ва услубларда, ўзига хос тарзда экранда намоён бўлаётган дастурлар, малакали журналистлар билими, кучи, маҳорати, дунёқараши билан юзага келаётган кўрсатувлар томошабин талабларидан келиб чиқиб намоёиш этиб келинмоқда.

Бугунги кунда телевидение ва унинг аудиторияси ўртасида бозор муносабатларидан келиб чиқиб, талаб ва таклиф йўлга қўйилган. Ўтқир дидли томошабин аввалгидек, битта каналга тикилиб қолмайди. Унда танлаш

---

<sup>1</sup><http://press-service.uz/uz/lists/view/707>

имкониятлари жуда кўп. У истаса Milliy Tv телеканалларни, истаса паробалик антенна орқали хориж каналларини, интернет қаршида онлайн каналларни кузатиши мумкин. Томошабин бир каналда бўлмаса, бошқа бирида ўз савияси, қизиқиши, дунёқараши доирасидаги кўрсатувни танлаб олиб, ўша кўрсатувни томошабинига айланади. Мана шундай шароитда телевидение каналлари ва албатта журналистлар ўзаро рақобат асосида ўз телевизион кўрсатувларнинг томошабинбоп бўлиши учун тинимсиз курашмоқдалар.

Янгича кўриниш ва услубда эфирга чиқаётган тематик теледастурлар сони кун сайин кўпаймоқда. Телеканал дастурларида пайдо бўлган янги телевизион медиалойиҳаларнинг ўз томошабинлари бор. Кўрсатувлар ғоя, бошловчилар имижли, режиссура, мавзу кўлами билан ажралиб туради. Теледастурлар яратишнинг янги, ноанъанавий технологиялари пайдо бўлаётганини Milliy Tv тажриба асосида, муаллифлар маҳорати мисолида ўрганилаётгани мавзунинг долзарблигига асос бўлади. Ижодий-ишлаб чиқариш жараёнлари илмий нуқтаи назардан тадқиқ этилган.

Телеканаллар ижодий фаолиятини ташкил этиш, давр талаб қилаётган мезон ва тамойиллар, кўрсатув тайёрлашнинг замонавий усуллари, ихтисослашув жараёнлари ҳам тўла инобатга олинишини ўрганиш илмий зарурат бўлиб, бу эсамавзунингдолзарблигини белгилаб беради.

**Тадқиқотнинг мақсад ва вазифалари.** Оммавий ахборот воситалари жамият ва давлат ўртасида ахборот етказувчи восита вазифасини бажариши, бир томондан, давлат механизмида юз бераётган жараёнлар ҳақида аҳолини хабардор этиши, иккинчи томондан, жамоатчилик фикрини мос даражада акс эттириши лозим. Хусусан, телевидение фикр ва хабарларни баён қилишда ифода ва тасвир воситаси сифатида катта роль ўйнайди. Битирув малакавий ишидан кўзланган бош мақсад – телеканалларнинг хусусий телеканаллар ижодий ишлаб чиқариш жараёнлари таҳлилини ўрганиш ҳисобланади. Шундан келиб чиқиб вазифалар белгиланди:

- Milliy Tv медиабозорга хусусий телеканалларнинг кириб келиши ва ривожланиш динамикасини таҳлил этиш;
- хусусий телеканалларнинг ўзига хос хусусиятларини тизимлаштириш;
- телекўрсатувларда ғоя, мавзу, матн ва тасвир уйғунлиги масалаларини ўрганиш;
- хусусий телеканалларда ижодий ишлаб чиқариш жараёнлари таҳлил этилиб, “Zo’r TV” “Milliy Tv” телеканаллари мисолида, студияда ва студиядан ташқарида тасвирга олинадиган кўрсатувлар ўрганилган.

### **Илмий ишнинг назарий-методологик асоси ва тадқиқот усуллари.**

Ўзбекистон Республикаси Президентининг ўтган йиллар давомида оммавий ахборот воситалари ва журналистикани ривожлантириш борасида турли маъруза ва асарларида айтган фикрлари ҳам мавзунини ёритишга ёрдам берди. Мавзунини таҳлил қилиш жараёнида назарий манба сифатида хорижда, асосан Россияда ва мамлакатимизда чоп этилган адабиётлардан ҳамда Milliy Tv матбуотимиз саҳифаларида босилган материаллардан фойдаландик.

Илмий ишни тайёрлашда обсервацион (кузатув), экспериментал праксиметрик (журналист асарлари таҳлили) каби эмпирик методлардан фойдаланилди.

**Мавзунинг ўрганилганлик даражаси.** Мавзу хорижлик олимлар Г.В.Кузнецов, В.Л.Цвик, А.Я.Юровский, Н.В.Вакурова, В.В.Ворошилов, Е.В.Поберезникова, Я.П.Засурский<sup>2</sup> асарларида тадқиқ қилинган. Шунингдек, бошқа хорижий мамлакатларда, чоп этилган китоб, мақола ва тадқиқотларда мавзуга оид фикрлар кузатилади. Улар ишимизда назарий манба сифатида ўрганилди.

---

<sup>2</sup>Қаранг: Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. 2-е изд. – М.: МГУ, 2004.; Кузнецов Г.В., Цвик В.Л.Юровский А.Я. Телевизионная журналистика, Изд-во МГУ, 4-е изд. М.: 2002.; Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: 1998.;Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения. – М.: Аспект Пресс, 2004. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д.Борисов. – М.: Ультра. Культура, 2003.; Засурский Я.П. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий, Изд-во МГУ, 2000.

Ўзбекистонлик олимлар ва мутахассислар Ҳ.Ақбаров, А.Каримов, С.Арифханова, Ў.Ўтаев, И.Раҳматуллаева, П.Алламбергенова, Ю.Артиқова, А.Каримов<sup>3</sup> тадқиқотларида телевидение соҳасига оид турли муаммолар таҳлилга тортилган.

Электрон ОАВ фаолиятига оид Ўзбекистон Давлат жаҳон тиллари университети, Ўзбекистон Milliy Tv университети, Қорақалпоқ Давлат университетларида ташкил этилган илмий-амалий конференцияларда ўқилган маърузалардан иборат тўпламларда мавзуга оид фикр-мулоҳазалар берилган. Тадқиқотни амалга ошириш давомида Интернет манбаларидан, сайтлар материалларидан фойдаланилган.

Шунингдек, Milliy Tv ва жаҳон тажрибалари асосида битирув малакавий иши ва магистрлик диссертациялари ҳимоя қилинган. Аммо, мавзуга айнан шу йўсинда ёндашув илк марта кузатилмоқда.

**Тадқиқот объекти ва предмети.** Объект сифатида мамлакатимиздаги хусусий телеканаллар танланди. “Zo’r TV” “Milliy TV” даги ижодий ишлаб чиқариш жараёнлари ишнинг предмети белгилаб беради.

**Тадқиқотнинг илмий янгилиги.** Телевидениеда янги лойиҳа пайдо бўлар экан, унга муносабат билдириш фаннинг биринчи галдаги вазифаси саналади. Масалага шу нуқтаи назардан ёндашганда, мазкур мавзу доирасида жаҳон олимлари тадқиқот олиб боришган. Кейинги йилларда телевидение имкониятларининг кенгайиши, уларнинг ривожланиши билан талабларнинг янгича кўринишлари вужудга келди.

Телевидениеда ижодий-ишлаб чиқариш жараёнларини таҳлил этиш; хусусий телеканалларда юз бераётган жараён ва ўзгаришларни ҳар тарафлама кўриб чиқиб, унинг ютуқ ва камчиликларига баҳо бериш; телевидениеда кўпроқ қандай кўрсатувлар эфирга узатилмоқда; қайси чиқишлар халқчил,

---

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

ҳозирги кунда телетомошабинга қай савиядаги кўрсатувлар манзур, ҳамда ушбу кўрсатувларни тайёрлашда журналистлар маҳорати қай даражада каби саволларга ойдинлик киритиш; ҳамда кузатувлар натижасида, мавзуни ўрганиб чиқиш мобайнида эгалланган билимларга таянган ҳолда уларни чуқур таҳлил этиш ишнинг илмий янгилигини белгилаб беради.

**Ишнинг назарий амалий аҳамияти.** Бугун хусусий телеканалларда фаолият олиб бораётган кўплаб журналистлар бор. Аммо, уларнинг мавзуни ўрганиш, таҳлил қилиш ва томошабинга етказиш тажрибаси бир хил эмас. Журналистлар маҳорати масалаларида айрим камчиликлар мавжуд. Чуқур таҳлил ва манба билан ишлаш маҳорати панд беради. Телеканаллар муҳарририятларида фаолиятни ташкил этишда янгича қарашларни олиб кириш амалий жиҳатдан муҳим аҳамиятга эга. Шу нуқтаи назардан журналистлар, журналистика соҳасига эндигина кириб келаётган ижодкорлар ва журналистика факультетларида таҳсил олаётган талабаларга ҳам амалий, ҳам назарий жиҳатдан аҳамиятга эга.

**Тадқиқотнинг жорийланиши.** Мавзу асосида иккита мақола эълон қилинган:

1. Реалити-шоулар – замонавий телелойиҳалар сифатида, “XXI аср журналистикаси: назария ва амалиёт” мавзуида талабалар илмий-амалий анжумани материаллари тўплами, Тошкент, ЎзДЖТУ, 2018.- Б.88-90.
2. “Zo’r TV”да ижодий-ишлаб чиқариш жараёнлари таҳлили, “Замонавий электрон ОАВнинг тараққиёт тенденциялари” мавзуидаги илмий-амалий конференцияси материаллари тўплами, Тошкент, ЎзДЖТУ, 30.04.2018.

**Тадқиқотнинг таркибий тузилиши.** Иш 2 та асосий боб, хулоса ва адабиётлар рўйхатидан иборат.

Ишнинг биринчи бобида, Milliy Tv медиабозорга хусусий телеканалларнинг кириб келиши ва ривожланиш динамикаси, хусусий



телеканалларнинг ўзига хос хусусиятлари, телекўрсатувларда ғоя, мавзу, матн ва тасвир уйғунлиги масалалари ўрганилган.

Иккинчи боб, “Замонавий хусусий телеканалларда ижодий ишлаб чиқариш жараёнлари таҳлили” деб номланиб, унда хусусий телеканалларда ижодий ишлаб чиқариш жараёнлари, студияда кўрсатувлар тайёрлашдаги замонавий ёндашувлар, студиядан ташқарида кўрсатувлар ташкил этишнинг ўзига хослиги ўрганилган

Ишнинг сўнгида хулоса ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати тақдим этилади.

# **I.БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ХУСУСИЙ ТЕЛЕКАНАЛЛАР ЭВОЛЮЦИЯСИ**

## **1.1. Milliy Tv медиабозорга хусусий телеканалларнинг кириб келиши ва ривожланиши**

Ўзбекистонда нодавлат телевидениелар 90-йилларнинг бошларида вужудга келди. Нодавлат радиоканаллар тараққиёти дастлаб пойтахтда жадал ривожланган бўлса, нодавлат телеканаллар асосан вилоятларда тараққий этди. Кейинчалик пойтахтда ҳам нодавлат каналлар пайдо бўла бошлади.

Мамлакатимизда хусусий телеканаллар эволюциясини қуйидаги даврларга бўлиш мумкин:

1-босқич. Ўзбекистонда хусусий телеканалларнинг пайдо бўлиш даври (1990-1997 йиллар);

2-босқич. Пойтахтда хусусий телеканалларнинг ривожланиши ва вилоятлардаги нодавлат телеканалларнинг инқироз даври (1997-2010);

3-босқич. Хусусий телеканалларнинг тикланиш ва тараққиёт даври (2010 йилдан то ҳозирги давргача);

Хусусий телеканаллар эволюциясининг дастлабки даври 1990-1995 йилларга тўғри келади. Биз бу даврни **“Ўзбекистонда хусусий телеканалларнинг пайдо бўлиш даври”** деб номладик. Вилоятларда фаолият олиб бораётган телеканаллардан энг биринчиси Самарқандда пайдо бўлган. Шундай қилиб, республикамиздаги биринчи хусусий телевидение СТВ ҳисобланади.

Шу билан бирга дастлабкиларидан яна бири – Тошкент вилоятидаги **“Чирчиқ ТВ”** жамоасидир. Шаҳар телемаркази 6 кишидан иборат ташаббускор гуруҳ ўз телевидениесини ташкил этиш учун ғайрат билан киришган маҳалда мустақилликнинг илк шабадалари энди эса бошлаган эди. Улкан ўзгаришлар, янгиликлар даврида 1990 йил декабрда телевидениенинг очилиши Чирчиқда ўзига хос воқеа бўлди. Чирчиқ шаҳар ҳокимиятининг

муассис сифатида телевидениени ҳар жиҳатдан қўллаб-қувватлаш натижаси ўлароқ, Чирчиқ телевидениеси ижодкорлари телелaborатория тажрибаларини ўрганишди, монтаж, тасвир жапраёнларини бевосита шаҳар шароитида синовдан ўтказишди. 1994 йили ўз кўрсатувлари, телемарказнинг ўз эфир вақти юзага келди. Мақсад – пойдевори мустаҳкам, доимий ва ҳаммага манзур телевидениени вужудга келтиришдан иборат эди. Телевидение нафақат Чирчиқ шаҳри, балки Қибрай ва Бўстонлик туманларини ҳам қамраб олган. Қарийб 120 000 кишилик томошабинларга эга бўлиб, энг фаол телевидениелардан бири сифатида ном қозонди. Шу зайл вилоятларда ҳам кетма-кет телеканаллар очила бошлади.

**Пойтахтда хусусий телеканалларнинг ривожланиши ва вилоятлардаги нодавлат телеканалларнинг инқироз даври 1997-2010 йилларга бориб тақалади.** Пойтахтда фаолият олиб борган дастлабки нодавлат ТВ “30-канал” эди. Канал дастурлари 1997 йилнинг ёзидан бошлаб эфирга узилган. Дастлаб томошабинлар эътиборига тақдим этилган сериаллар, видеофильмлар, айрим кўрсатувлар уларнинг русийзабон томошабинларга мўлжаллаганидан далолат беради.

Кўрсатувлар асосан сериаллар, детектив, жангари фильмлар, тарихий драмалар, турли комедиялардан иборат эди. Уларнинг аксарияти Америка Қўшма Штатлари, Франция, Испания, Венесуэла, Канада, Австралия, Россияда ишлаб чиқарилган кино ва видеомасхулотлар ҳисобланади. Каналнинг “ТВ ҳамкор”, “Карапуз ТВ”, “Тунги мульттик”, “Мунажжимлар тавсияси”, дам олиш кунларидаги “Туғилган кунинг билан”, “Мусқаймоқ” каби мустақил кўрсатувлар ҳам бор эди. Мазкур канал ўз кўрсатувларини салкам ўн йил томошабинлар эътиборига ҳавола қилди. Унда берилаётган айрим томошалар, бизнинг маданиятимиз, мафкурамимиз, турмуш тарзимизга мутлақо мос эмас эди. 1997-1998 йилларда эфирга узатилган «Гвадалупе» сериали икки душман оила ўртасидаги можаролар ҳақида ҳикоя қилса, “Қўшни қизлар” сериали ўсмир йигит-қизлар ўртасидаги беҳаё муносабатларга бағишланган, ФБР айғоқчилари иштирок этадиган сериаллар

намойиш қилинди. Канал кўрсатувлари ҳафтасига 89 соат рус ва ўзбек тилларида эфирга узатиларди. Каналнинг айтим кўрсатувлари мухлислар эътирозига сазовор бўлди. Жумладан, “Топ 10” лойиҳаси бошловчиларининг ўзини тутиши айниқса кўпчиликни кўнглини хира қила бошлади. Ана шу эътирозлар таъсирими ёки бошқа сабабларми канал ўз фаолиятини тўхтатди.

2008 йилдан бошлаб эса яна бир канал кўрсатувлари экранда кўрина бошлади. “Соф ТС Ўзбекистон” деб аталадиган янги канал Россиянинг “СТС” каналида эфирга узатилувчи энг яхши кўрсатувлари, мухлислар эътиборини тортган энг яхши фильм ва сериаллар намойиши бошланган эди.

Бу даврнинг яна бир хусусияти шундан иборат эдики, вилоятларда фаолият бошлаган телеканаллар кетма-кет ёпила бошлади. “Бекобод ойнаи жаҳони”, “Арк”, “Шофиркон”, “Вобкент” сингари телеканаллар ўз фаолиятини тўхтатди. Бунга асосий сабаб сифатида қуйидагиларни кўрсатиш мумкин.

Биринчидан, хусусий телеканаллар реклама ва тижорат кўрсатувлари ҳисобидан кун кўради. Аҳоли янгилик сифатида қабул қилган телевидениеларга дастлаб реклама кўпайгандек бўлди. Худудлардан реклама келиб тушиши тўхташи оқибатида каналлар инқирозга юз тута бошлади.

Иккинчидан, худудий телеканалларда “Туғилган кун” табриклари, кўшиқ буюртма бериш дастлаб оммалашди. Кейинчалик, сифатлироқ ва кучлироқ каналлар пайдо бўлгач, бу амалиёт ҳам ўз умрини тугатди.

Учинчидан, мазкур телеканалларнинг молиявий базаси ғариблашиб, техник ва ижодий базаси эскира бошлади. Молиявий база ғариблашгани боис, замонавий бадиий фильм ва сериаллар сотиб олишга, эфирни бойитишга уларнинг қурби етмай қолди. Эфир томошабинлар томонидан кўрилган “телеасар”лар билан тўлдирилди. Эски кино, клип ва ҳазил-мутойиба кечалари такроран берилаверди. Натижада, каналлар ўз томошабинини йўқотди. Каналларнинг техник сифати замондан ортда қола бошлади. Ижодкорлар молиявий жиҳатдан қўллаб-қувватланмади. Натижада ўнлаб каналлар инқирозга юз тутди.

Тўртинчидан, бу каналларнинг ёпилишига ҳудудда яшайдиган аҳоли сони, каналларнинг тарқалиш чегарасининг торлиги, диапазон ҳисобга олинмагани ҳам сабаб бўлди.

Маркетинг ва менежмент соҳасини яхши билган раҳбарлар бошқараётган телеканалларгина яшаб қолди. Мисол учун, нодавлат каналлардан бири “Истиқлол ТВ” (Бухоро) бўлиб, қисқа давр ичида ўзининг доимий телетомошабинларига эга бўлган бу ижодий ва техник жамоа вилоят ижтимоий-иқтисодий ҳаётидаги долзарб муаммоларни, ҳамюртларимиз эришаётган ютуқларни, шарқона кадриятларга асосланган миллатимиз турмуш тарзини ўзида мужассам этган ўнлаб кўрсатувлар билан тўлақонли намоиш эта олди. Айнан ана шундай мавзулардаги қатор телекўрсатувларнинг турли танловларда совринли ўринларни олганлиги ҳам фикримиз исботидир.

“Истиқлол ТВ”да ёш, бироқ яхшигина тажрибага эга бўлган журналистлар жамоаси фаолият кўрсатди. Маҳаллий телевидение мухлислари “Илдизлар ва япроқлар”, “Мозийдан садо”, “Уйғоқ кўнгиллар” деб номланган бадиий жиҳатдан пишиқ, бир-биридан сермазмун, теран фикр-мулоҳазаларга бой кўрсатувларни ҳамиша орзиқиб кутадилар. Дарвоқе, жорий йил давомида иқтидорли тележурналист Зилола Худойкулованинг саъй-ҳаракатлари туфайли айнан ана шундай кўрсатувларнинг бош қаҳрамонларига айланган бухоролик темирчи уста Шокир Камолов, “Чашм гавҳари” хусусий клиникаси раҳбари Ширин Шодиева ҳақида ҳамюртларимиз янада тўлиқроқ маълумотларга эга бўлдилар. “Мозийдан садо” рукни остида эфирга узатилган Мағоки Аттори, Чашмаи Айюб ва Сомонийлар мақбараси тарихий ёдгорликлари хусусида ҳикоя қилувчи кўрсатувлар ҳам томошабинни ўтмиш меросимизни асраб-авайлашга ундаши турган гап.

Республикамызда фаолият юритаётган “Марказ-ТВ” (Кейинчалик мазкур телеканал молиявий камчиликлар боис тугатилган. Муаллиф.) телеканали кўрсатувларининг Тошкент шаҳри, Фарғона водийси мухлисларига манзур

бўлаётганини инобатга олиб, 2006 йилнинг июл ойидан “Истиқлол ТВ” телевидениеси ҳам ушбу телеканал кўрсатувларини лицензия келишувига мувофиқ ўз каналлари орқали Бухорода намоиш эта бошлади. Вилоят марказидан бирмунча олисда жойлашган Олот ва Қоракўл туманлари аҳолиси томонидан тушган таклифларни ҳисобга олган ҳолда мазкур ҳудудда янги телеузатгич ўрнатилиб, маҳаллий телекўрсатувлар ва НТТ дастурлари намоиши йўлга қўйилди.

Ўзбекистон Республикасининг Биринчи Президенти Ислон Каримов 2005 йил 28 январ куни бўлиб ўтган Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисида сўзлаган маърузасида телерадиоиндустрия бозорини ривожлантириш, тижорат ва ҳудудий нодавлат телерадиостудияларнинг фаолият юритиши учун зарур шарт-шароитлар яратиш, бу соҳада ғоялар ва дастурларнинг ижодий рақобат муҳитини вужудга келтириш бўйича аниқ чора-тадбирлар мажмуини ишлаб чиқиш ва амалга оширишга алоҳида тўхталиб ўтган эди.

Инқироз оқибатларини олдини олиш мақсадида Ўзбекистон электрон оммавий ахборот воситаларини Milliy Tv Ассоциацияси ташкил этилди ва кетма-кет нодавлат каналлар қўллаб-қувватлаш тизими йўлга қўйилди. 13 минг АҚШ долларлик рақамли DVCAM телевизион техник жиҳозлар тўплами (компютер, видеокамера, турли ёритгич чироқлар, телестудия асбоб-ускуналаридан иборат замонавий телевоситалар) билан тақдирланганлиги ҳеч шубҳасиз “Истиқлол ТВ”нинг техник имкониятларини кенгайтириш ва тасвир сифатини янгилашда муҳим аҳамият касб этди.

Нодавлат телерадиоузатувчиларнинг фуқаролик жамияти барпо этишда фаол иштироки, Ўзбекистонда электрон оммавий ахборот воситалари бозорини шакллантириш ва уни янада ривожлантиришда уларнинг Milliy Tv позициясини мувофиқлаштириш Ўзбекистон Электрон Оммавий Ахборот воситалари Milliy Tv ассоциациясининг(ЎзЭОАВМА) асосий мақсади ҳисобланади. Айтиш жоизки, мамлакат журналистикаси тарихида илк бор журналистларининг фаол фуқаролик позицияси акс эттирилган

Журналистларнинг Этика кодекси ва Телерадиоузатувчилар Хартияси қабул қилинди. Ходимлар малакасини ошириб боришда Ўзбекистон электрон оммавий ахборот воситалари Milliy Tv ассоциацияси семинар-тренинглар ўткази бошлади.

Бугунги кунда фаол фуқаролик позициясига эга Ўзбекистон журналистлари олдида халқимизни воқеа-ҳодисалар тўғрисидаги оддий ахборот билан таъминлашгина эмас, мамлакатда амалга оширилаётган ислохотларнинг мазмун-моҳиятини етказишдек вазифа ҳам турибди. Шу боис ҳам жамиятнинг турли қатламларини бирлаштириш, қолаверса, босқичма-босқич аҳоли, экспертлар жамияти ва ҳокимият бўғинларининг ўзаро мулоқот ва муносабат тизимини нодавлат телерадиостудиялар эфирда акс эттиришга қаратилган ижтимоий дастурлар ўрин олди.

Нодавлат телеканаллар ҳудудларда истиқомат қилувчи аҳоли қатламларинининг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондириш, бу борада ҳудудий телерадиостанцияларнинг моддий-техник базасини мустаҳкамлаш, ижодий ва техник ходимларнинг касбий малакасини ошириш, улар ўртасида соғлом рақобат муҳитини вужудга келтириш, журналистларнинг ижтимоий-сиёсий жараёнлардаги иштирокини жадаллаштиришга йўналтирилган лойиҳалар билан фаол иштирок этди.

Вилоятларда фаолият олиб боровчи “Тараққиёт”(Андижон) телерадиокомпанияси, “Мулоқот”(Қўқон), “Марғилон ТВ”, “Коинот”(Бухоро), “Осиё”(Бухоро), “Қизилқум”(Навоий), “СТВ Самарқанд”, “Ишонч”(Термез) каби вилоятларда фаолият олиб боровчи каналлар ўз мухлислари учун хизмат қиляпти. Уларни ЎзЭОАВМА доимий равишда қўллаб-қувватлаб келмоқда.

Хусусий телеканаллар ривожланишининг 3-босқичи 2010 йилдан то ҳозиргача бўлган даврни қамраб олган. Бу даврни **“Хусусий каналларнинг тикланиш ва тараққиёт даври”** деб атадик. Истиклолнинг илк йилларида атиги бир нечта телеканал фаолият кўрсатган бўлса, бугун уларнинг сони 70 дан зиёд. Ўзбекистонда нодавлат телетармоқларнинг тараққиёти дастлаб

вилоятларда кўзда ташланган бўлса, кейинчалик марказда шиддат билан ривожланиш кўзга ташланди. Кейинги йилларда “МУ5”, “Uzreport”, “Milliy Tv”, “Zo’r TV” каналлари юзага келди ва уларга аҳоли қатламининг кизиқиши жуда юқори. Аҳоли талаб ва эҳтиёжлари юқорилигининг бир нечта сабаблари бор. Маълумки, нодавлат телеканаллар медиабозорда ўз ўрнини топишга интилади. Тижорат телеканалларининг бош мақсади реклама ва даромад олиш деб белгиланар экан, реклама берувчилар канал очилиши билан мана менинг маҳсулотим, эфирга қўйинг деган важ билан канал эшигини дарров тақиллатмайди. Каналнинг мавқеи, аудиторияси – ёши, катлами, гендер муносабатлари ва бошқа жиҳатлар реклама берувчилар ёки агентлар томонидан тўла ўрганилиб, фойдалилик даражаси тахмин қилинади.

Каналлар юқорида қайд этилган омилларни англагани ҳолда, аҳолини жалб этишнинг энг мақбул йўллари амалда жорий этмоқда. Каналлараро ўзаро рақобат муҳити, аудитория учун кураш тележурналистлардан янада изланувчанлик, топқирлик ва касбий маҳоратга эришишни тақозо этмоқда. Кўрсатувлар қамрови, йўналиши, савияси ҳам сезиларли юксалмоқда: турли мавзуларда кўрсатув ва ток-шоулар, кўнгилочар дастурлар халқимиз эътиборига ҳавола этилаётир. Ўзбекистонда телевидение соҳаси тараққиёти силсилисида нодавлат телеканалларнинг ҳам ривожланаётганини ва айни пайтда уларда креативлик (ижодкорлик)ка кенг эътибор қаратилаётгани, янги ғоя ва лойиҳаларнинг жорийланаётгани аҳолини теледастурларга кизиқтиради. Мисол учун, МУ5 телеканалининг “Марказий студия” лойиҳаси Milliy Tv телеканалларда учрамаган алоҳида медиамаҳсулот сифатида оммани жалб этмоқда. Хусусий телеканалларда эркинлик ва тасвирга чуқур эътибор қаратилаётгани улар муваффақиятини таъминлайди.

Нодавлат телетармоқларда кўрсатувлар сифатини ошириш учун оммани фақат дам олишига кўмаклашадиган эмас, фикрлашга ундайдиган, уларни кизиқтира оладиган, фанга, илмга бошлаб, стимул бера оладиган, мулоқотга чорлайдиган янги лойиҳалар зарур. Бошловчи томошабинга шахсий намуна



бўлиши – кийиниш, нутқ маданияти сингари жиҳатларга эътибор зарур. Ва энг асосийси кўрсатувлар сифатини ошириш учун профессионализм керак.

Жамият ҳаётидаги ўзгаришлар аҳоли психологиясига жиддий таъсир кўрсатмоқда. Каналлараро рақобат шароитида реклама ва пул топиш, медиабизнесда ғалаба қозониш учун кўнгилочар элементлардан фойдаланилар экан, улар “оммавий маданият”нинг илдиз отиб кетишига, аҳоли маънавиятининг тушишига сабаб бўлмаслиги, балки, ахборотни етказишда, томошабин томонидан осон ва енгил қабул қилинишида ёрдамчи технология сифатида намоён бўлмоғи мақсадга мувофиқдир.

## **1.2. Хусусий телеканалларнинг хусусиятлари**

Бугунги кунда телеканалларнинг энг катта ғоявий тарғибот ва ташвиқотга эга эканлиги ОАВлар ичида энг катта аудиториянинг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондириши билан асосланади. Дунёдаги барча давлатларда аҳолининг деярли 70-80 фоизи ўзи учун керакли ахборотни айнан телевидениедан олади. Бу хам фикримизнинг далили. 21-асрда сунъий йўлдош орқали ахборот қабул қилиш ва узатиш жараёни бутунжаҳон телетармоқлари имкониятларини ниҳоятда ошириб юборди.

Ахборот асрида ахборот билан унинг истеъмолчиси ўртасидаги муносабатлар ўзгаради. Илгари аудитория вакиллари мавжуд оммавий ахборотни эгаллаб олишга улгурарди. Аудиовизуал журналистика ва интернет ривожланиши билан умумий, яхлит аудитория деган тушунчалар бекор қилинди. Бугунги кунда инсон ахборотни эмас, аксинча, ахборот ўз истеъмолчисини қидиришга киришди. Жумладан, замонавий телевидение соҳасида қатор ўзгаришлар кузатилмоқда.

Биринчи ҳолат, телевидение соҳасига тижорийлашув кириб келди ва бу кенг маънода давом этмоқда. Телевидение иқтисодиёти асосида оммавий аудиторияга қаратилган реклама бирламчи ўрин касб этади. Шундай бўлса-да, тармоқлар медиа бозорда дастурлар ишлаб чиқариш ва сотиш, аудио ва

видеокассеталар ишлаб чиқиш, ўз кўрсатувлари учун муаллифлик ҳуқуқларини сотиш каби бошқа тижорий амаллар билан ҳам шуғулланиш орқасидан ҳам даромад кўради<sup>4</sup>. Бутун жаҳон телеканалларида кузатилгани каби мамлакатимиз каналларида ҳам бу ҳолат яққол кўзга ташланмоқда. Шу маънода реклама роликлари телевидение экранларини эгаллаб бўлди;рекламага ихтисослашган кўрсатувлар пайдо бўлди; бирор-бир мавзу ва соҳага ихтисослашган ҳомийлик остидаги тижорий кўрсатувлар пайдо бўлди;пул тўлаб кўриладиган тижорат телеканалларининг ишга тушиши тижорийлашувнинг телевидение бизнесига тўла маънода айланганини айтиб ўтиш мумкин. Тижоратнинг телевидение соҳасига кириб келишига доир мутахассисларда турлича фикрлар мавжуд. Мисол учун, тижорий каналлар Россияда 1990-йилларда пайдо бўла бошлади. “Новая газета”да “Телевидениеда сиёсат тугади, алдаш давом этмоқда”<sup>5</sup> номли мақола эълон қилинади. Шу даврда Россия каналларидаги ихтисослашув ва тижорийлашувга оид журналистлар фикри, қарашлари, танқидий фикр-мулоҳазалари келтирилади.

Жаҳон илм-фани намоёндалари ҳам хусусий телеканаллар хусусида бир канча фикр-мулоҳазаларни баён қилишган. Телевидение реклама ва савдонинг кучли стимулятори сифатида дунёга келгани, товарлар ва хизмат турларини тақдим этишнинг энг мақбул воситаси сифатида қаралаётгани таъкидланади ва “Реклама берувчилар ва ҳомийлар энг янги, самарали ва интенсив усуллар орқали “совға”ларини аудиторияга йўналтиришмоқда”<sup>6</sup>.

Тижорийлашувнинг оммавий ахборот воситалари фаолиятига ҳам салбий, ҳам ижобий таъсири бор. Яъни, ахборот товарга айланади. Канал ва журналист бой бўлади. Салбий томони, ахборот аудиторияга қандай таъсир қилишидан қатъий назар эфирга берилади. “Оммавий маданият” тушунчаси,

---

<sup>4</sup>Гидденс Э. Социология, “Шарк”, Т.: 2002.

<sup>5</sup> “Новая газета”, 2002 йил 15 июль

<sup>6</sup>Уэбстер Ф.Теории информационного общества. Пер с англ. М.В.Арапова, Н.В.Малыхиной. Под ред. Е.Л.Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С.177.

у келтирган ва келтираётган мушкулотлар айнан тижорат билан боғлиқ бўлган ҳолат билан ҳам белгиланади.

Телевидениелар мустақиллигини таъминлаш, дастурлар сифатини ошириш ва томошабинларга энг яхши дастурларни тақдим этиш телевидение ижодкорларининг бош ва асосий мақсадидир. Дунёга машхур KBC телекомпаниясини кўпчилик яхши билади. Кореянинг мазкур компанияси энг катта даромадни рекламадан топади. Яъни, 95 фоиз фойдаси шу орқали келади. Кўрсатув ва фильмлар сифати юқори даражада бўлмаса, бирор-бир хусусий компания ёки ташкилот телекомпанияга реклама бермайди. Демак, бунинг учун энг аввало кўрсатувларнинг мазмун ва сифатини яхшилаш талаб этилади. Телевидениенинг амалда кенг қўлланилаётган функциялари орасида икки функция ахборот тарқатиш ва рекреация вазифаси алоҳида ўрин эгалламоқда. Тезкорлик билан етказилган ахборотга томошабин талаби ҳам анча ортди. Бугун жаҳон телевидениелари дастурларида дунёнинг турли бурчакларида содир бўлаётган янгиликлар зудлик билан эфирга узатиляпти. 24 соат давомида фақат янгилик етказиб турувчи каналлар пайдо бўлди.

Бу тажриба дунёнинг етакчи давлатларидан бири Жанубий Кореянинг KBS телерадиокомпаниясида кенг қўлланилади. Korean Broadcasting System (KBS) –Жанубий Кореядаги жамоатчилик телевидениеси бўлиб, компания 1927 йилда ўз фаолиятини бошлаган. Тизимда икки асосий канал - “KBS1”, “KBS2” ҳамда “KBS World” телеканаллари эфирга чиқади.

“KBS World” — сутка давомида иш олиб боровчи ва халқаро аудиторияга мўлжалланган телеканал ҳисобланади<sup>7</sup>. Дастурларнинг кўпчилиги корейс тилида, инглиз тилидаги субтитрлар билан берилади<sup>8</sup>. Воқеа содир бўлган жойлардан, фавқулодда ҳолат жорий этилган қайноқ нуқталардан, дунё нигоҳи қаратилган муҳим ижтимоий-сиёсий, иқтисодий

---

<sup>7</sup>Caught up in a Korean wave (англ.), The Star Online (онлайн-сервис малайской газеты) (12 August 2012). Arirang TV Fighting Do-or-Die Fight (англ.), The Korea Times (20 May 2009).

<sup>8</sup>Norihito Tanaka. Overview of KBS World/[[https://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/09\\_no7\\_05.pdf](https://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/09_no7_05.pdf) International Television Broadcasting in East Asia: Current Situation and Challenges (статья в NHK Broadcasting Studies 2009 No. 7)]. — NHK, 2009.

муаммоларни бартараф этиш юзасидан амалга оширилаётган келишувлар кечаётган жараёнлардан, таҳликали аҳвол кузатилаётган объектлардан тўғридан-тўғри янгилик узатиш кенг жорийланган. Маълумотларга караганда, ҳар соатда 350 та нуқтадан 50 мингга яқин лавҳа келиб тушади. Жойларда телехизмат камералари мунтазам ишлаб туради.

Иккинчи бир ҳолат, ихтисослашув ҳисобланади. Уйда сунъий ликопча орқали инсониятда юзлаб каналларни томоша қилиш имкони мавжуд. Бундай йирик миқдордаги каналларни у каналдан бошқасига, бу каналдан яна бошқасига ўтказиш мантиқсиз. Томошабин қачон ва нимани қайси каналда кўриши кераклигини аниқлаб олиши керак. Ҳозирда ҳар бир шахс ўзи қизиқадиган канални кўриш имкониятига эга. “НТВ плюс” телекомпанияси Россияда энг катта кучга бўлган, замонавий рақамли технологияларга эга бўлган компания ҳисобланади. Компания тизимида фаолият олиб боровчи каналлар орқали томошабинлар ўзлари истаган ва ўзлари қизиққан соҳа бўйича янгиликларни олиш имконига эгалар. Томошабин нимани истаса, телекомпания ана шу мавзуда ўз каналини томошабинга тақдим этади. Спорт, кино, информация, табиат, юлдузлар ҳаёти, мусиқа ва бошқа мавзуларда ҳам ўз дастурларини тақдим этиб келмоқда. Ҳар жиҳатдан сифатли кўрсатувлар тайёрлаш, тасвир тиниқлигига эришиш, рақамли технологияларнинг энг сўнгги янгиликларини жорий этиш борасида компания тизимида иш олиб боровчи каналлар дунё миқёсида машҳурликка интилиб келяпти. НТВ+ компаниясининг асосий мақсади – бутун оила учун юқори сифатли телекўрсатувлар тақдим этиш, мамлакатнинг барча нуқталарига кириб боришдир. Юздан ортиқ канал стереоовоз(стереозвук) орқали ва энг замонавий Dolby Digital 5.1 форматда абонентлар кўриши учун 10 дан ортиқ янгиликларга ихтисослашган каналлар, 20 дан ортиқ киноканаллар, 20 дан ортиқ спорт каналлари, шунингдек, маданий, мусиқий каналлар, болалар, аёллар ва бошқа соҳаларга ихтисослашган махсус каналлар фаолият юритмоқда.

Мисол учун Америка телеканаллари орасидаги аёвсиз рақобат уларнинг ҳар бирида ўзига хос бирор жиҳат бўлишини тақозо этади. Янгилик ва тезкорлик бўйича биринчи ўринда турувчи АҚШ телевидениеси аудитория истеъмоли даражасидаги, унинг эҳтиёжини қондира оладиган маҳсулотлар – кўнгилочар дастурлар, сериаллар ишлаб чиқаришдан чарчамаяпти. Телеканаллар учун медиа бозорда ўз маҳсулотини қониқарли нархда сотиш ва омма муҳаббатини қозониш учун жуда қийин. Ягона йўл ихтисослашиш. Иложи борича рақобат кам бўлган аҳоли қатлами учун кўрсатув тайёрлашга киришган. Бугунги кунда деярли ҳамма канал аудиториянинг ёши, қизиқиши, келиб чиқиши, машғулотларига кўра кенг маънодаги ихтисослашувдан тортиб, ўсмирларнинг турли гуруҳлари, боғдорчилик, мода кабитор доирадаги ихтисослашувгача камраб олмоқда. Америка журналистларининг турли минтақа ва ҳудудлардан сюжетлар тайёрлаш маҳорати ва мана шу жараён доирасидаги минтақавий ихтисослашув ҳақида гапирмаслик мумкин эмас.

Ҳозирда мамлакатимиз телеканалларида ҳам ихтисослашув кўзга ташланмоқда. Мисол учун, аудитория ёши ва қизиқишлари, соҳага ихтисослашиш нуқтаи назаридан “Futbol TV”, “Zo’r TV”(муסיқий-кўнгилочар), “Uzreport” (информацион)каналлари фаолият олиб бормоқда. Шу билан бирга, маълум бир соҳага йўналтирилган, ихтисослашган кўрсатувлар ҳам мавжуд. Мисол учун, спорт янгиликлар, замонавий мода, аёлларга мўлжалланган дастурлар мавжуд.

Учинчи ҳолат, хусусий каналларда кўнгилочар кўрсатувларнинг оммалашуви. Бутун дунёда давлатга қарашли бўлган каналлар эмас, айнан хусусий каналлар аудиториянинг асосий қисмини эгаллаб олган. Америкалик ОАВ тадқиқотчиси Р.Макнейлнинг 1968 йилда чоп этилган “Халқни бошқариш машинаси” китобида: “Телевидение жамиятни сиёсий хабардор этишда шу қадар катта ўзгаришларга сабаб бўлдики, республика (АҚШ назарда тутиляпти) пайдо бўлгандан бери бунақа ҳодиса ҳали кузатилмаган. Телевидениенинг кенг ёйилишига қадар, ҳеч бир восита оммани ишонтириш

техникасига – улкан ўзгаришларни вужудга келтиришга қодир эмасди”<sup>9</sup> деб ёзади. Нодавлат телеканаллар аудитория талабидан келиб чиққан ҳолда дастур тайёрлайди ва шунинг учун ҳам омма орасида яхши мавқега эга.

Бугун ижтимоий тармоқлар орқали аҳоли ўртасида томошабинларнинг қайси телеканални кўпроқ кўраётганлари борасида турли сўровлар ўтказилмоқда.. “Энг сўнгги сўров натижаларига кўра, телеканаллар орасида “Zo’r TV” етакчилик қилмоқда.

Айрим томошабинларга юзлансангиз, улар учун кўнгилочар дастурларни кўриш 4 та зиёли йиғилган “ток-шоу”ни томоша қилишдан афзал. Айрим томошабинларга эса кўнгилочар кўрсатувлар бачкана туюлади ва улар учун маънавий-маърифий, таҳлилий кўрсатувларни томоша қилиш маъқул. Бу билан томошабинни иккига бўлмоқчи эмасмиз, шунчаки бугунги кунда уларнинг кўпчилиги қисмини ана шу аудитория ташкил этапти, холос”<sup>10</sup> – дейди ёш журналист .

Мисол учун, “Zo’r TV” асосан кўнгилочар кўрсатувларни эфирга узатади. Телеканалда маданий-маърифий кўрсатувлар санокли. Боиси, бундай кўрсатувларга эҳтиёж унчалик юқори эмас. Жамоатчиликнинг кўнгилочар кўрсатувларга бўлган қизиқиши юқори. Айрим мутахассислар дастурларни бачканаллик, савиясизликда айблагани билан томошабин бошқа канални танлаб кетаётгани йўқ. Сабаб шундаки, маданий-маърифий кўрсатувларга мўлжалланган телеканалларда ёндашув умумий. 5-6 та зиёли инсон ёхуд ташкилот вакиллари келиб, кўтарилган мавзу юзасидан фикр-мулоҳазалар билдириш ўрнига, панд-насихатга берилиб кетишади. Бирор муаммо кўтарилса, ечим қолиб, муҳокамага ёпишилади.

Уй бекалари кун бўйи уйда ўтириб зерикашлари табиий. Уй ишлари тугагач, уларга кўпроқ бирорта кино ёки сериал кўриш, мусиқа тинглаш ва кўнгилочар кўрсатувларни томоша қилишни маъқул кўришади. Ундан ташқари, ҳар бир хонадоннинг ўзига яраша ташвиши, муаммоси мавжуд. Иш

<sup>9</sup>Mc.Neill Robert, “The manipulative machine”, New York, 1968.

<sup>10</sup><https://www.xabar.uz/jamiyat/tanlov-va-raqobat-etarlicha-telekanallarni-tomoshabop>

жараёнида турли тушунмовчилик, тортишув, қандайдир дилхираликлар кузатилиши мумкин. Шу боис, уйга келган инсон, албатта, бироз бўлса-да, муаммолардан йироқлашишни, миясини бироз жиддий ўй-фикрлардан узоқроқ тутишни истайди. Томошабин телеканаллардан енгил, осон ҳазм бўладиган кўрсатувларни излайди.

Телекўрсатувларда борган сари четда аҳамиятсиз қолаётган икки нарса мавжуд. Эфирга узатилаётган маданий-маърифий кўрсатувларга ўзгача ёндашиш вақти келди. Муаммонинг оқибати ҳақида эмас, у бартараф этилгач, рўй берадиган ижобий томонлари ҳақида гапириш керак. Жаҳон телеканалларида оммалашаётган кўнгилочар дастурлар сонини ошириш лозим. Информацион, маданий-маърифий йўналишларда ҳам кўнгилочар кўрсатувлар тайёрлаш мумкин. Тўғри, айрим телеканалларда бундай кўрсатувлар мавжуд. Аммо улар озчиликни ташкил этади.

Аммо, шу билан бирга, томошабин эътиборини тортиш керак деб, уларнинг ортидан эргашиш ҳам хато. Гап аудиторияга эргашишда ҳам эмас, телеканалларда бир неча йилдан буён ҳукм суриб келаётган бир хилликдан кечиш жуда катта муаммо. Аҳолига ҳар бир маълумотни қизиқарли, содда, халқчил тилда етказиш жуда катта маҳоратни талаб қилади.

Бугунги кунда аудиторияни қизиқтириш, уларнинг эътиборини узоқ жалб этиш аввалги вақтларга қараганда анча мушкул. Сабаби, ҳозирда танлов кўп. Рақобат кучаймоқда. Рақобатга бардош бериш учун эса томошабинбоп кўрсатувлар тайёрлаш керак.

Нодавлат каналларни танқид остига олмай, холис баҳо бериш керак. Бу каналлардаги креативликни бошқа телеканаллар ўрганиши керак. Креативлик кўпинча нодавлат телеканаллар фаолиятида кузатилади. Бу борада “Менинг юртим”, “Sevimli”, “Uzreport”, “Milliy TV” телеканалларини мисол тарзида келтиришимиз мумкин. Креативлик бошқа телеканалларда етишмайди. Фикримизча, томошабинни қизиқтиришнинг энг мақбул йўли бу кўрсатувларда самимиятни олиб киришдир. Ундан ташқари, ҳаёт билан экран

ўртасида анчагина фарқ бор. Бу эса томошабинни алдаш билан баробар. Одамлар бундай ракурсдаги кўрсатувларни қабул қилмайди.

Шиддат билан кечаётган ҳозирги кунимизда вақт биз учун асосий масала. Телевидение соҳасидаги асосий муаммолардан бири кўрсатувлар хронометражи. 10-15 дақиқада айтиш мумкин бўлган фикр 30-40 дақиқа давом этади. Олди-қочдига, сафсатага бой кўрсатувлар томошабинга ҳеч қачон қизиқ бўлмаган. Эскирмайдиган деб қараладиган мавзулар бор. Улар аслида томошабин меъдасига тегиб улгурган: кийиниш маданияти, мактаб формаси, “оммавий маданият” таҳдидлари, экология ва шунга ўхшаш мавзулар. Уларни таҳлил қилиш эмас, одамлар кўрса ўрناق оладиган лойиҳалар билан янгича ғоя ва ёндашувлар билан томошабинга етказиши керак. Бу борада хусусий телеканаллар қатор ютуқларга эришмоқда. Хориж телеканалларида ҳам турли аудиторияга мўлжалланган кўрсатувлар бор. Аммо, уларнинг кўрсатувларида ёндашув қизиқ, ўзига хос услуб мавжуд.

Томошабинга телеканалдаги кўрсатув орқали кайфият улаша билиш керак. Муаммоларни айтаётганингизда, ечимини ҳам кўрсатинг. Масалан, киноларга болаларни олиб бораётган ота-оналарни танқид қилаётган бўлсангиз, “Болаларни киносаройларга олиб борманг, бу маданиятсизлик” дейиш билан чекланмай, “Балки киносаройларда кичик болалар ўйингоҳлари ташкил этиш керакдир”, деган таклифларни ҳам беринг. Бир ижодкор ҳаётини жимжимадор сўзлар билан эмас, содда ва самимий сўзлар билан бойитинг, илтимос. Ток-шоуларда “Бу йил ажрашганлар сони шунчага етди” демай, “Агар мамлакатимизда ажрашишлар бўлмаганда, шунча бахтли оила бўлган бўларди” деб, маълумотларга позитив тус беринг, мултимедиавий имкониятлардан фойдаланинг”<sup>11</sup>.

Бугун Milliy телеканалларда яхши кўрсатувлар талайгина. Аммо уларнинг кўпчилигидан томошабинлар беҳабар. Кўрсатувларни аудиторияга таништиришнинг янги усуллари билан бири – ижтимоий тармоқлар

---

<sup>11</sup><https://www.xabar.uz/jamiyat/tanlov-va-raqobat-etarlicha-telekanallarni-tomoshabop>



орқалиуларни тарғиб этишдир. Афсуски бу борада аксарият ижодкорлар фаолияти талаб жавоб бермайди.

### **1.3. Телекўрсатувларда ғоя, мавзу, матн ва тасвир уйғунлиги масалалари**

Телевидение (television) қадимги грек тилидаги “*τηλε,*” яъни “узоқ”, лотин тилидаги “*visio*” “кўрмоқ” сўзларидан ташкил топган бўлиб, яъни узоқдан кўриш маъносини англатади<sup>12</sup>. Терминни биринчи бўлиб, 1900 йилда Парижда бўлиб ўтган бутунжаҳон кўрғазмасида рус олими Константин Перский IV Халқаро электротехника конгрессида француз тилида фойдаланган<sup>13</sup>. Инглиз тилида мазкур сўз биринчи марта 1907 йилда ҳаракатдаги тасвирларни гипотетик тизими тўғрисидаги тавсифда қўлланган<sup>14</sup>.

Бир сўз билан айтганда, телевидение ўзининг этимологик маъносига ҳам мос, ҳам ўзига хос бир синтетик тушунча бўлгани каби унинг фазилат ва имкониятлари ҳам ранг барангдир. XXI аср телевидениесининг имкониятлари шу даражада чексизки, уни санаб санаб етиш қийин. Яратилаётган маҳсулотлар мисолида телевидениешуносликнинг назарий асосларини ўрганиб, тадқиқ қилинган ҳар қандай ижод намунаси унинг имкониятлар доирасини янада кенгайтишига хизмат қилиши лозим. Бундан ташқари энг муҳими телевидениенинг сиру асрорларини ўрганиш ва тадқиқот қилиш эса, телекўрсатувларнинг савия ва даражасини белгилаб унга баҳо бериш учун назарий асос воситаси сифатида ҳам аҳамиятга эга.

Телекўрсатувнинг савияси уни тайёрлаётган журналистнинг салоҳияти ва малакасининг даражаси билан белгиланади. Тележурналистнинг савияси қайдаражада юқори бўлса, у яратган маҳсулот даражаси ҳам юксак бўлади. Ундан ташқари маҳсулотнинг мукамаллик даражаси ривожда

<sup>12</sup><https://ru.wikipedia.org/wiki/Телевидение>

<sup>13</sup>Махровский О.В. Константин Перский - русский военный инженер, ученый, который ввел термин «телевидение» 110 лет назад (рус.). История развития электросвязи. Виртуальный компьютерный музей (14 ноября 2010). Проверено 15 декабря 2016.

<sup>14</sup>Television (англ.). OnlineEtymologyDictionary. Проверено 15 декабря

режиссёрнинг хизмати ва профессионализм даражаси ҳам катта аҳамият касб этади. Чунки, тележурналист ўзи ёзган матнни режиссёрнинг хизматисиз эфирга узата олмайди. Телережиссёр билан тележурналист маслакдош сифатида ҳамкорлик билан яратилган телемахсулотгина профессионализм нуқтаи назаридан юқори даражага кўтарилиши мумкин. Бугунги кунда айрим ўринларда режиссёрлик вазифасини тележурналистнинг ўзи бажариши одатга айланиб бормоқда. Аммо, телережессура касбига маданият ва санъатга йўналтирилган таълим даргоҳларида санъатшунослар томонидан бу санъатнинг сиру асрорлари ўқитилади. Шу нуқтаи назардан қаралганда, телевидение махсулотларининг асосини тележурналистика билан режиссура ташкил этади.

Ўтган асрнинг 60-70-йилларида “Телевидение санъатми ёки публицистика?”- деган масала юзасидан мутахассислар томонидан жуда кўп тортишув ва баҳслар юзага келди. Баҳс поёнига етмасданок, телевидение ҳаётга шу даражада сингиб кетдики, унинг турли-туман талабларию, жанрлари вужудга келиб кишилик тараққиётида жуда катта мавқега эга бўлиб қолди. У ҳам санъат сифатида, ҳам публицистика сифатида эътироф қилинди. Публицистика бўлганда ҳам янги, оригинал санъат даражасидаги публицистика сифатида инсонларнинг онги, турмуш тарзига ўзининг юксак таъсирини кўрсатиш қудратига эга бўлди. Бир оғиз сўз билан айтганда, оммавий ахборот воситаси сифатида ер куррасида яшовчи аҳолига бир вақтнинг ўзида янгиликлар ва турли инсонлар ҳақида информация, яъни хабар тарқатувчи ўрнида катта аҳамият касб этди.

Телевидениенинг бошқа муҳим жиҳати ҳам борки, у ҳам бўлса, берилаётган маълумотнинг қай йўсинда тақдим этилишидир. Маълумот тарқатувчи тележурналист берилаётган воқеа-ҳодисани холис мақсадда намоён этадими ёки миллатлар, мамлакатлар, жамиятлар ўртасида низо чиқариш учун тарқатаётими? Демак, масала ўз-ўзидан журналист яшаб турган жамиятнинг мафкурасига бориб тақалади. Телевидение шундай катта куч ва қудратга эгаки, у ер шарининг бир тарафида туриб ҳеч қандай

куролсиз фақат сўз кучи билан мамлакатлар ўртасида жангу жадал бошланишига сабаб бўлиши мумкин. Ёки, аксинча, келтирилган ижобий маълумотлар асосида мамлакатлар орасидаги низони юмшатиш куч қудратига ҳам эгадир. Бу эса тележурналистнинг профессионал қобилиятига, энг муҳими, телевизион техниканинг имкониятларидан келиб чиққан ҳолда, маҳсулотини санъат даражасида қандай ракурсда томошабинга етказиб берилишига боғлиқ.

Масалан, НТВ телеканалининг “В место встречи”, “Россия” телеканалининг “60 минут с Дмитрием Соловёвым” кўрсатувларидаги АҚШ сайловолди кампаниясига бағишланган сонларида Президентликка номзод Доналд Трампга нисбатан журналист ва сиёсатшуносларнинг ҳайрихоҳлиги билдирилганлиги учун АҚШ оммавий ахборот воситалари вакиллари ва кенг жамоатчиликда Россия Трампнинг сайланишидан манфаатдор деган нотўғри хулосага келинди. Охир-оқибат сайловдан кейин ҳам Трампга қарши иш кўзгалиб, унинг Россияга нисбатан қилган холис муносабатлари хиёнат сифатида қораланди.

Сайлов натижаларида Россия хаккерларининг қўли бор деб жар солишди. Натижада, Трамп ўзини оқлаш учун Россия тинчлик ўрнатиб турган Алепо шаҳри аэропортини ўққа тутиб ўзини Россия билан тил бириктирмаганлигини исботлади. Аммо, бегуноҳ аҳолининг қони тўкилди. Информацион даҳанаки жанг натижасиз қолмади.

Демак, экранда бериладиган ҳар қандай информация санъат даражасига етгандагина тележурналист томошабиннинг онгига унинг руҳияти орқали таъсир кўрсатиш имкониятига эга. Ўз-ўзидан маълумки, айрим одамлар ҳисга берилувчан бўлади. Ундаги ижобий ҳисларни эса фақат санъат орқали шакллантириб, камол топтириш мумкин. Санъатнинг асл моҳияти эса, инсонда эстетик завқ уйғотиш орқали уни эзгулик сари етаклашидадир. Эзгулик эса, ўз-ўзидан дунёга келмайди. У ифода этилаётган воқеа ва ҳодисалар заминидаги фикрлар, ғоялар, тўқнашуви асосида сараги саракка, пучаги пучакка ажралиб, охир оқибатда зулмнинг устидан зиёнинг ғалабаси

асосида вужудга келади. Албатта ёмонлик мағлубу, яхшиликнинг ғолиб бўлиши ҳаётий ҳақиқат сифатида тараннум этилиши санъатда қонун даражасига айланган ҳақиқатдир. Телевидение эса, ана шундай санъатларнинг омухтаси сифатида юзага келган мураккаб санъатнинг бир кўринишидир.

Худди шу маънода санъат қонуниятлари ва талабларидан келиб чиққан ҳолда турли кўринишларда ўз маҳсулотларини аудиторияга ҳавола этади. Бунинг учун энг аввало тележурналист ёзаётган матн сўз санъати даражасида бадийлик касб этиши лозим. Иккинчидан, кўрсатилаётган маҳсулотда матн билан тасвир уйғунлик касб этиши талаб қилинади. Сўз санъати билан кино санъати ҳамоҳанглигида кадрда мусиқа, турли лозим бўлган товушлар, суҳандон ёки мухбирнинг овоз тембрлари, уйғунлашган ҳолда маҳсулотнинг бадийлигини таъминлайди. Телемаҳсулотнинг бадийлиги қанча юқори даражада бўлса, маҳсулот сифати ҳам шу даражада ортиб бораверади.

Телемаҳсулотни тайёрлашдан олдин унинг мақсадидан келиб чиқиб, мазмунини тўла намоён эта оладиган жанри, яъни, шакли белгилаб олинса, хронометраж ҳам ўз-ўзидан аён бўлади. Вақти белгилангач, уни томошо қиладиган аудиторияни аниқлаш лозим. Дастур сеткаси томошабинларнинг ёши, уларнинг дунёқараши ва қабул қилиш имкониятларига қараб тузилади. Масалан, болалар, ўсмирлар, катталар учун махсус тайёрланган кўрсатувлар ҳам мавзуга қараб бир неча турга бўлинади.

Маҳсулотларнинг сифат даражасини белгилаш учун энг аввало уларни тур ва жанрларга бўлиб, ҳар бирига алоҳида тўхталиб ўтиш жоиз. Бунинг учун эса, телемаҳсулотларни шартли равишда мавзулар асосида турларга бўлиб ўрганиш мақсадга мувофиқ. Масалан, сиёсий, иқтисодий, бадий, маърифий, спорт, кўнгилочар ва бошқа мавзуларда тайёрланадиган кўрсатувлар телевизион дастурларнинг асосини ташкил этса-да, бу маҳсулотлар турли жанрларда талқин этилишини тақозо этганлиги учун уларни, шартли равишда икки тоифага – публицистик ва бадий кўрсатувлар доирасида таҳлил қилиш мақсадга мувофиқдир.

Оммавий ахборот воситалари жамият ҳаётида алоҳида аҳамият касб этаётган бир пайтда унинг янгича тип ва кўринишлари ҳам пайдо бўлмоқда. А.С.Микоян медиаматнларни бир неча турларга бўлади. Яъни, янгиликлар; шарҳлар; турли мавзулардаги таҳлилий обзорлар (сиёсат, иқтисодиёт, жамият ҳаёти, ижтимоий муаммолар, маънавият, маданият, фан ва бошқалар); интервью; спорт хабарлари ёки репортажлар; реклама материаллари ва бошқалар<sup>15</sup>. Медиаматнларга қўйилаётган талаблар йилдан-йилга ўсиб, ўзгармоқда. Жамиятдаги ўзгаришлар, аудитория талабининг кескин суратда ошиб бораётгани янгича ёндашувларга олиб келаётир.

Бугун жаҳон ва Milliy телеканалларда турли йўналишдаги тематик дастурлар эфир юзини кўрмоқда. Замонавий телевидение табиати 15-20 йил аввалги ҳолатдан тубдан ўзгарган. Буни бир қанча ҳолатларда кўриш мумкин. ТВ ихтиро этилган дастлабки йилларда ахборот ва мусиқа унинг бош кўрсатувлари ҳисобланса, йиллар ўтгани сайин телекўрсатувлар кўринишлари кенгайиб, такомиллашиб бормоқда. Анъанавий жанрлар силсиласида ток-шоу, реалити шоу, телекўприк, телесериал каби жанрлар пайдо бўлди. Бу жанрларнинг пайдо бўлиши билан телевизион медиаматн яратиш талаблари ҳам ўзгаришга юз тутди.

Фалсафий нуқтаи назардан медиаматн реал ижтимоий ҳаётни оғзаки нутқ, тасвир ва рамзлар орқали ифодалайди. Телевизион журналистикада “овоз – нутқ – тасвир” муҳим аҳамият касб этади. Мазкур уч унсур кейинги йилларда чинакамига заруратга айланди.

Россиялик мутахассис Е.В.Струкова “Телевизионный новостной сюжет как разновидность медиатекста” сарлавҳали мақоласида телевизион янгиликларга хос бўлган икки жиҳатга эътибор қаратади. Уларнинг биринчиси янгилик тақдим этадиган телевизион медиаматнлар учун икки жиҳат, яъни биринчиси, “телевидениега хослик” (телевизионность),

---

<sup>15</sup>Микоян А.С., Проблемы перевода текстов СМИ: учебное пособие. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / отв.ред.М.Н.Володина. М.Изд-во МГУ, 2003.-С.23.

кейингиси “янгилик даражаси” (новостность)ни алоҳида кўриб чиқади<sup>16</sup>. Муаллиф телевидение табиатигагина хос бўлган уч унсур - “овоз – нутқ – тасвир” инобатга олинишини таъкидлайди. Маълумотнинг янгилиги ҳақида гапирилар экан, долзарблик унинг асосий характерли жиҳати эканлиги келтириб ўтилади. “Бугун”, “ҳозир”, “шу дақиқаларда” содир бўлаётган воқеа-ҳодисалар экранда намоён бўлса, хабарнинг янгилиги ана шу сўзлар билан белгиланади.

Ўз ўрнида эфир учун мўлжалланган ҳар қандай медиаматн экраннинг ўзига хосликлари, телевидение табиати инобатга олигани ҳолда яратилади. Филология фанлари номзоди Г.Нишонова “Аудиовизуал ахборот воситалари бизни кун давомида таъқиб этиб, ҳаёт тарзимизни ҳам белгиламоқда, дунё воқеаларидан хабардор қилмоқда, тарбияламоқда, таълим бермоқда, кўнглимизни хушнуд қилмоқда. Бу эса замонавий шахс тафаккури, дунёқарашини ўзгаришига, маданий қарашларига, кадриятларга ўзгача муносабатининг шаклланишига сабаб бўлмоқда”<sup>17</sup>.

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

Хорижлик мутахассислар томонидан, рақамли журналистика тараққиётининг 5 та тенденцияси саналган<sup>18</sup>:

<sup>16</sup>Струкова Е.В. Телевизионный новостной сюжет как разновидность медиатекста, Вестник Ставропольского государственного университета, 56/2008, -С.143-149.

<sup>17</sup>Нишонова Г. Кино ва телевидение: коммуникатив фаолият кирралари, “Барҳаёт мерос бадиий коммуникация таркибида”(илмий очерк ва мақолалар тўплами), Т.:2013. -Б.125-141.

<sup>18</sup><http://mymedia.org.ua/about.html>

1. Смартфонлар орқали янгиликларни қабул қилишнинг ўсиши;
2. Матбуот мавқеининг пасайиши, телевидение яшовчанлиги, ижтимоий медианинг ривожланиши;
3. Ижтимоий тармоқлар ролининг ошиши;
4. Онлайн видеолар машҳурлигининг ўсиши;
5. Медиа орқали реклама оммалашуви.

Телевизион кўрсатувларда яқиндагина тасвирга туширилган профессионал кадрлардан кўра, архив материаллари, тезкор тасвирлар, хаваскорлик ишларидан фойдаланилиши томошабинни кўпроқ қизиқтиради. Қўл телефонлари орқали олинган видеоларнинг оммавийлиги дунё миқёсида жуда юқори.Биргина “YouTube” орқали берилаётган видеоларнинг сифатидан катъий назар омма уларни севиб томоша қилади ва бу хаваскорлик асарлари тезда машҳур бўлиб кетади. “МУ5” телеканалида ҳам мобил сюжетлар берилиши йўлга қўйилган. Бундай лойиҳаларнинг машҳур бўлишига сабаб бўлувчи омилларнинг энг асосийлари – томошабинга руҳан яқинлиги, ҳаётийлиги ва оммада ҳиссиёт уйғота олишидир. Мобил сюжетларнинг муаллифи ҳамда томошабини томошабинларнинг ўзидир. Кўрсатувга улар томонидан суратга олинган “телеасарлар” жўнатилади ва эфирга узатилади.“YouTube” ёки бошқа ижтимоий тармоқларда, берилаётган сюжетлар учун профессионал талаб қўйилмайди. Мобил камералар орқали тасвирга олинган кадрлар жамият ҳаётига яқинлиги боис, аудитория уларни тез, осон ва севиб қабул қилади.

Экранда берилаётган телемахсулот санъат даражасига етгандагина, тележурналист томошабиннинг онгига унинг руҳияти орқали таъсир кўрсатиш имкониятига эга бўлади. Санъатнинг асл моҳияти эса, инсонда эстетик завқ уйғотиш орқали уни эзгулик сари етаклашдир. Эзгулик эса, ўз-ўзидан юзага келмайди. У ифода этилаётган воқеа-ҳодисалар заминидаги фикрлар, ғоялар, тўқнашуви асосида вужудга келади. Албатта ёмонликнинг мағлубияти, яхшиликнинг ғолиб бўлиши, ҳаётий ҳақиқат сифатида тараннум этилиши санъатда қонуниятга айланган. Телевидение ана шундай

санъатларнинг омухтаси сифатида юзага келган мураккаб синтетик санъатдир. Худди шу маънода санъат қонуниятлари ва талабларидан келиб чиққан ҳолда, турли кўринишларда ўз маҳсулотларини томошабинларга ҳавола этади. Бунинг учун энг аввало муаллиф ёзаётган матн сўз санъати даражасида бадиийлик касб этиши лозим. Иккинчидан эса, кўрсатилаётган маҳсулотда МАТН билан ТАСВИР уйғунлик касб этиши талаб қилинади. Сўз санъати билан кино санъати ҳамоҳанглигида кадрда мусиқа, товушлар, диктор ёки мухбирнинг овоз тембрлари уйғунлашиб, маҳсулотнинг бадиийлигини таъминлайди. Телемаҳсулотнинг бадиийлиги қанча юқори даражада бўлса маҳсулот сифати ҳам шу даражада ортиб бораверади.

Асарнинг бадиий қиммати, унда кўтарилаётган муаммонинг муҳимлиги, долзарблиги, режиссёрнинг креативлиги, сахна безакларининг камерада қай кўринишда намоён бўлиши, рассомнинг бадиий маҳорати, энг муҳими асарнинг томошабинга қандай маънавий озуқа бера олиши мумкинлиги каби масалалар ҳисобга олиниб режалаштирилиши шарт. Амалиётда дастлаб тележурналист томонидан мавзу танланади, маълум мақсад асосида кўрсатув ғоясидан келиб чиқиб жанр белгиланади. Демак, МАВЗУ, МАҚСАД, ҒОЯ, ЖАНР телевидение назариясининг асосини ташкил этади. Аниқ танланган жанр, маҳсулотнинг бадиий қимматини оширишга хизмат қилади. Айрим ҳолларда жанрлар ҳам бир-бирига уйғунлашган ҳолда яратилиши мумкин.

Бугун мамлакатимиздаги “МУ5”, “Milliy”, “Sevimli”, “Zo’r TV” каби каналлар контентини кузатар эканмиз, уларда асосан мусиқий-кўнгилочар кўрсатувлар, ахборот-мусиқий лойиҳалар, ток-шоулар, бадиий фильм ва сериаллар асосий ўринни эгаллайди. Шов-шувларга сабаб бўлаётган “Косем”, “Севги изтироби”, “Ичкарида”, “Маликам, менга қара” сингари телесериалларнинг аксарияти хусусий телеканаллар базасида таржима қилиниб, аудиторияга тақдим этиб келиняпти. Шунингдек, вилоятларда ҳам ўнлаб нодавлат телеканаллар фаолият олиб бораётир. Улар томонидан тақдим этилаётган турли лойиҳалар аҳолининг ахборот олишга бўлган эҳтиёжини қондиришга хизмат қилмоқда. Каналлар сони қанча



кўпайса, томошабин имкониятлари ҳам шунча кенгайди. Фикр айтиш учун ҳам янги майдон юзага келади. Аммо, каналлар ва уларда фаолият олиб боровчи журналистлар буни уддалай оляптими? Бу алоҳида ўрганишни талаб қилади.

Хулоса сифатида,

- Ўзбекистонда хусусий каналлар пайдо бўлгани ва тараққий этаётгани;
- Медиабозорда муҳим ўрин тутаётгани, товар ва хизмат турлари рекламасида муҳим аҳамият касб этаётгани;
- Улар аудиториянинг асосий қисмини эгаллаб улгургани;
- Хусусий каналлар телевидениенинг энг илғор типига айлангани;
- ихтисослашув жараёни бошлангани;
- оммада кўнгилочар дастурларга эҳтиёж ортиб бораётгани боис, шу йўсиндаги кўрсатувлар тайёрлашга эътибор берилаётгани ҳамда қарашларнинг ўзгаргани;
- тасвир ва матн уйғунлигига эришиш учун тасвир ва монтаж жараёнида замонавий коммуникация технологияларининг кенг қўлланаётгани;
- кўрсатувларнинг техник сифати ошганини қайд этиш жоиз.

Демак ҳозирда нодавлат каналларда кечаётган туб ўзгаришларни кузатган ҳолда шуни таъкидлаш лозимки, уч асосий ҳолат

- тижорийлашувнинг кириб келиши;
- ихтисослашувнинг юзага келиши;
- креативликка эътибор қаратиш ижодий маҳоратга ўз таъсирини кўрсатмоқда.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, бирор-бир соҳага ихтисослашган бўладими, тижорий мақсадлари мавжудми, хусусий телевидениеми бундан қатъий назар икки: ахборот тарқатиш ва рекреатив вазифа яққолроқ кўзга ташланади. Жойларда рўй бераётган воқеа-ҳодисаларни тез етказиш мақсадида рақобатга асосланган ахборотлар медиабизнес учун “товар”

вазифасини ўтамоқда. Кейингиси эса, томошабиннинг дам олишга бўлган талаб ва эҳтиёжини келиб чиққан ҳолда, рекреатив яъни кўнгилочар мазмундаги кўрсатувларнинг кўпайишидир. Телевидение жанрларининг аксарияти ана шу вазифа замирида шаклланиб, такомиллашмоқда.

## **ИККИНЧИ БОБ. ЗАМОНАВИЙ ХУСУСИЙ ТЕЛЕКАНАЛЛАРДА ИЖОДИЙ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ЖАРАЁНЛАРИ ТАҲЛИЛИ**

### **2.1. Хусусий телеканалларда ижодий ишлаб чиқариш жараёнларининг ўзига хослиги**

Мамлакатимизнинг Биринчи Президенти И.Каримовнинг сўнгги “Юксак маънавият – енгилмас куч” деб номланган асарида қуйидаги фикрлар келтириб ўтилган: “Телевидениени давлат ва жамиятимизни бамисоли бир кўприкдек боғлаб турадиган жонли мулоқот воситасига айлантириш, эфир орқали бугунги куннинг долзарб муаммоларини кўпроқ акс эттириш, жамоатчилик фикрини шакллантириш, фуқароларнинг ижтимоий фаоллигини кучайтириш масалаларига алоҳида эътибор қаратиш лозим.”<sup>19</sup>

Хусусан, оммавий ахборот воситалари жамият ва давлат ўртасида мустаҳкам кўприк вазифасини ўтайди. Аслида эса мазкур фикрда ОАВнинг ахборот етказиш вазифаси назарда тутилади. Аммо таёқнинг икки учи бўлганидек, оммавий ахборот воситалари тарбиялаш нуқтаи назаридан кичик ва катта жамиятларни боғловчи кўприк бўла олади. Яъни телевидение, радио, матбуот халқдан олиб халққа қайтаради. Аудиторияни яхшилик, бунёдкорлик сари етаклашда уларнинг мавзу кўлами кенг ва ранг-баранглик касб этади.

Хусусан, оммавий онга таъсир кўрсатиш механизми инсониятга қадимги даврлардан бошлаб маълум бўлган. Бу борада ҳар қандай урушдаги ташвиқот каби бундай мурожаатлар ўзига хос равишдаги “психик анестезия” бўлиб, кишининг дунёқарашига таъсир қилган, уларни мавжуд мақсадлар сари етаклаган. Телевизион чиқишларни ҳам улкан бир жамоани орқасидан эргаштирувчи кучга қиёсласа бўлади. Негаки кўрсатувларга сингдирилган

---

<sup>19</sup>Каримов И. Юксак маънавият – енгилмас куч. Тошкент. “Маънавият”, 2008.- Б.136.

ғоя, мавзу кўлами аудитория қарашларини шакллантиришга ва шу билан бирга эфир самарадорлигини таъминлашга хизмат қилади.

Телевидение тарғиботчи, демакки, унда икки хил тушунча мужассам: бири яхши маънодаги тарғиботчи, яъни, жамият маънавий, маърифий, маданий онгини ривожлантиришга қаратилган кўрсатувларни тайёрлаш ва уни эфирга узатишдан иборат. Иккинчи жиҳат бу нотўғри йўналишга тушиб қолган ва бунинг оқибатида кишиларни чалғитувчи характердаги теледастурларни тайёрлашга йўл қўйишдир. Унда ҳам томошабинни ўз ортидан эргаштириш кузатилади. Ана шундай икки қарама-қаршилиқни аниқлашда ва умумий омма психологиясига таъсир кўрсатишда ҳар бир журналист телевизион маҳсулот ғояси ва мавзу кўламини яхшилаб шакллантириб олиши, ана ундан кейинги аудитория ҳукмига ҳавола этмоғи жоиз. Бу ҳақда Ф. Рўзиев ва Х. Жўраева шундай фикрларни билдиради: “Мавзу танлаш анча мураккаб ва масъулиятли иш. Мавзу танлаб олинди ҳам дейлик. Энди мўлжалга — аудиториясига етказишнинг ўз йўли ва услуги бор. Агар заргар тили билан айтадиган бўлсак, олтин ажратиб олинди, энди ундан чиройли зийнат яшаш керак. Танланган мавзунини ўқувчи, тингловчи ва томошабинга гўзал бир тарзда, осон ва ёқимли қабул қилдириш учун дастлаб дастур сценарийси пухта ўйланмоғи даркор. Мавзуга олиб киришдан тортиб, асосий нуқта ва самарагача ўйланса яхши бўлади”<sup>20</sup>.

Замонавий оммавий ахборот воситаларидаги муносабатлар икки субъект – журналист (коммуникатор) ва аудиториянинг ўзаро ҳамкорлиги, ҳамжиҳатлилигини тақозо этади. Бундай жараённинг ҳар бир иштирокчиси ўзига хос бир-бирига ўхшамаган фаолият олиб борса-да, бироқ ҳар икки иштирокчидан маълум фаолликни талаб қилади. Фақат шу орқалигина аудиторияни ижтимоий муносабатлар тизимига тўлиқ жалб этиш юқори самара бериши мумкин. Журналист учун эса ушбу мулоқотни самарали ўрнатишда ёки ўз олдига қўйган мақсадларга эришишда аудиториянинг эҳтиёжи, манфаати, мотивлари билан бир қаторда шуларга мос равишда

---

<sup>20</sup>Рўзиев Ф., Жўраева Х. Тележурналистга тавсиялар. Т.: Шарқ. 2013. – Б.176.

ОАВнинг бевосита иштирокида шаклланадиган қатор хусусиятлари муҳим аҳамиятга эга.

Кўпчилик телевизион кўрсатувларда эфир самарадорлигини таъминлашда биринчи ўринга бошловчи кўриниши, имиджини олиб чиқади. Ҳар қандай кишининг аудиовизуал образи, хусусан, кийиниш, ўзини тутиш, аудитория билан мулоқот олиб бориш, хушовозлилиги, гапириш услуби кабилар яъни, дастлабки қабул қилинадиган беш хусусият баҳоланади, бироқ шунини айтиб ўтиш керакки, юқоридаги сифатлар кўрсатувнинг маълум ғоявий масъулиятисиз кутилгандай натижа бермайди.

Мавзу нуқтаи назаридан келиб чиқиб айтадиган бўлсак, телевидение оммавий ахборот воситаларининг ўзига хос, алоҳида бир тури бўлиб, ўз функциясини бажаришда, ижтимоий ҳаётни акс эттиришда сўз билан тасвир кўшилмасига эришади, шу боисдан унинг жозибаси, кишиларни ўзига тортиш хусусияти матбуотнинг бошқа турларига қараганда ортиқроқдир. Шунингдек, телевидениенинг тасвир, таҳлил ва таъсир функциялари билан бир қаторда кишиларга эстетик завқ бериш, дам олдириш, маърифий функциялари ҳам мавжудки, бу хусусият уни иқтисодий ҳаётни бевосита кўрсата олиши билан оммавий ахборот воситалари ўртасида энг биринчи ўринга даъвогар сифатида олиб чиқади.

Профессор Я.Засурскийнинг ёзишича, “бўш вақт саноати, кўнгилочар дастурлар индустрияси замонавий иқтисодиётнинг муҳим таркибий қисмига айланиб бормоқда, одамларда бўш вақт кўпайгани сари бу янги даромад бугунги кунда айнан хизмат кўрсатиш соҳаси, оммавий маданият ва ОАВ – яъни бўш вақтни тўлдиришга қаратилган соҳаларга айланмоқда”.<sup>21</sup>

Кейинги йилларда асосан кўнгил очишга мўлжалланган нашр (газета, журнал)лар, эфир, экранда янги дастурлар кўплаб пайдо бўлаётганлиги, соҳа мутахассисларининг сиёсат, иқтисодиёт, ижтимоий ҳаётга оид жиддий янгиликларни ёритиш, чоп этишга сарфланадиган харажатлардан қочиб, кўпчиликнинг эътиборини тез жалб этадиган енгил мавзуларни афзал

---

<sup>21</sup> Засурский Я.П. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий. М.: Изд-во МГУ, 2000.– С.26.

билиши, айниқса, Ғарбда жиддий мавзулар инқирозга юз тутиб, шаҳвоний ва можароли манзаралар намоишига зўр берилаётгани билан изоҳланади. Бу ҳам дунё телевидениеси ривожланишининг муҳим тамойили.

Бозор иқтисодиётига ўтишнинг муҳим хусусияти тадбиркорлик бўлиб, у йилдан-йил кадр топиб, саноат, қишлоқ хўжалиги, қурилиш, савдо ва транспорт хизмати кўрсатиш, умумий овқатланиш каби турли соҳа ва жабҳаларда фаолиятнинг асосий шакли бўлиб қолди. У санъат соҳасига кириб келиб шоу-бизнес, оммавий ахборот воситалари фаолиятида намоён бўлиб медиабизнес тушунчаси пайдо бўлди. Тадбиркорликнинг асосий мақсади, табиийки, даромад, фойда олиш, пул ишлаб топиш саналади. Шоу-бизнес билан шуғулланиб фойда олишга ҳам эндиликда табиий ҳол сифатида қаралмоқда. Кейинги пайтларда — асосан санъат соҳасидаги тадбиркорликни англаувчи шоу-бизнес деганлари ҳам ҳаётимизга шиддат билан кириб келди. Медиабизнес ва шоу-бизнеснинг ривожланишини айро тасаввур этиб бўлмайди.

Эътибор берилса, мамлакат оммавий ахборот воситалари, хусусан, телевидение соҳасида шу жараён кузатиляпти. Уларда бериладиган телемахсулотлар янги шакл ва услубларда намоён бўла бошлади. Бугунги шиддатли ва тезкор замон, олиб борилаётган ислохотлар, кишилар онги ва шууридаги ўзгаришлар, шу жумладан, ижодий ишларга қўйилаётган талаблар ортиши телевидениенинг янада такомиллашувини тақозо этмоқда.

## **2.2. Студияда кўрсатувлар тайёрлашдаги замонавий ёндашувлар**

“Zo’r TV” телеканали эндигина 1 ёшни қаршилаган бўлса-да, қисқа вақт ичида ўз томошабинини топиб улгурди. “Меҳр кўзда”, “Бу менинг онам”, “Реал хит”, “Хонтахта”, “Cover up”, “Stand up show” каби лойиҳалар ўз томошабинини топди. Асрор Аброрхўжаев, Толибжон Исроилов, Жаҳонгир Позилжонов, Жаҳонгир, Алишер Узоқов сингари ижодкорлар фаолият олиб боради. Лойиҳаларнинг барчасини бирдек ижобий баҳо бериб бўлмаса-да,

халқ эътироф этаётганлари ҳам йўқ эмас. Дастлаб “Ёшлар” кейинчалик “Ўзбекистон” каналида эфирга узатилган Асрор Аброрхўжаевнинг “Меҳр кўзда” телелойиҳаси “Zo’r TV”да пайдо бўлди. Аммо, мазкур лойиҳа олдингисидан бироз фарқ қилади. Илгари объектив ва субъектив сабаблар туфайли бир-бирини йўқотиб қўйган инсонларни қайта юзлаштириш – “Меҳр кўзда” кўрсатувининг концепциясини ташкил этарди.

Телевизион лойиҳанинг ўзбек халқи руҳига ниҳоятда яқинлиги, Milliy хусусиятлар инобатга олиб тайёрланиши унинг қисқа муддатда Milliy кўрсатув сифатида томошабин қалбидан чуқур жой эгаллашига олиб келганди. Кўрсатувнинг дастлабки муваффақияти унинг номи билан белгиланади. “Меҳр кўзда”нинг ўзбекча жаранги ҳамда оҳанграбоси лойиҳанинг муваффақият калити ҳисобланади. Муаллифнинг таъкидлашича, миллатимизга, халқимизга хос бўлган Milliyликни кўрсатган ҳолда, одамлар орасидаги меҳр-оқибатни мустаҳкамлаш – дастурнинг асосий мақсади бўлган.

Кўрсатув таъсир доирасининг кенгайиши ва оммалашуви сабабларидан бири – соғинч, дийдор, меҳр каби инсоннинг нозик туйғуларига дахлдорлиги. Бу сифатлар “Меҳр кўзда”нинг янги форматдаги намоишида ҳам айнан сақланиб қолган.

“Меҳр кўзда” кўрсатуви янги талқинда “ZO’R TV” каналида март ойидан бошлаб намоиш қилиняпти. Шу пайтга қадар эфирга узатилган сонлар тематикаси:

1. Тошкенбоевлар - Дорбозлар сулоласи;
2. Ўзбекистон Хаво Йўллари - 101 РЕЙС;
3. Мукаррама Турғунбоева ва “БАҲОР” рақс ансамбли;
4. "Шум бола" фильми;
5. Шароф Рашидов хотираси;
6. Шермат Ёрматов ва “Булбулча” мусиқа ва рақс болалар ансамбли
7. Ўзбекистон Республикаси Давлат АРХИВИ

Муаллиф А.Аброрхўжаев фэйсбукдаги саҳифаси орқали “Қайси сонларимиз сизга кўпроқ, манзур бўлди? Албатта фикр-мулоҳазаларингизни ёзиб қолдириш ва ТЕЛЕГРАМДАГИ @mehrkozdaofficial каналига аъзо бўлинг!

Instagram: asror\_abrorxojayev” кўринишида телекўрсатув тарғиботини йўлга қўйган. Ҳар бир янги кўрсатув тўғрисида маълумотлар бериб борган. Шу ўринда қўлланилаётган янги технологиялар тўғрисида гапирганда кўйидагиларни қайд этиш керак:

1. Кўрсатувга таклиф этилувчиларни телеграмдаги канал орқали чақириш йўлга қўйилган (бирор иштирокчи мажбуран, зўрма-зўраки чақирилмайди);
2. Кўрсатув учун янги студия жиҳозланган;
3. Энг сўнгги HDформатдаги камераларда тасвирга туширилади;
4. Архив манбаларидан унумли фойдаланади, бу эса томошабиннинг руҳиятига таъсир этади;

Кўрсатувнинг ўзбек рақс санъати ривожига катта ҳисса қўшган таниқли санъаткор, Ўзбекистон халқ артисти Мукаррама Турғунбоева ҳақида сўз юритилган сонда томошабинлар, санъаткор билан бирга ишлаган Маъмура Эргашева, Насиба Мадрахимова, Зиёда Мадрахимова, Хайрулла Лутфуллаев сингари дўстлари, шогирдлари ҳамда соҳани давом эттираётган ёшлар катнашдилар. Ток-шоуда Мукаррама Турғунбоеванинг Milliy рақс санъатида тутган ўрни, соҳа ривожига қўшган ҳиссаси, у яратган мактабнинг хусусиятлари очиб берилган<sup>22</sup>.

“Меҳр кўзда” кўрсатуви ҳар қандай ёшдаги телетомошабин учун маънавий озуқа бераолади. Кўрсатувда умуминсоний мавзулар олиб чиқилади. Маълум бир қаҳрамоннинг ҳаёт йўли орқали бутун бошли жамоа, жамият, қолаверса, бир касбнинг нақадар улугъ эканлиги маҳорат билан очиб берилади. Кўрсатув иштирокчилари билан бўлган интервьюлар, тарихий лавҳалар, қаҳрамоннинг элу юрт олдидаги ва ўз касби олдидаги бурчини қай

---

<sup>22</sup> “Меҳр кўзда”, 22.02.2018.



даражада бажарганлиги намоён этилади. Натижада юртимиздаги маънавий-маърифий ҳаёт ўзининг реал ифодасини топади. Кўрсатувнинг Феруза Абдурахимованинг ижодига бағишланган сонида<sup>23</sup> ҳар бир тамошабинда Феруза Абдурахимованинг мураккаб ва ҳар ким эплай олмайдиган, ноёб дирежёрлик касбига меҳр қўйиб, унинг қилган хизматларига, одамийлик фазилатларига тасаннолар айтади. Зотан, томошабинда ана шундай кайфиятни уйғотиш кўрсатувнинг ғоявий мундарижасини бойитади.

“Оталар сўзи – ақлнинг кўзи”, “Меҳр кўзда” сингари телевизион лойиҳаларнинг қайтиши – хусусий телеканалларнинг аҳолини жалб этиш сари қўйилган муҳим қадамлардан бири саналади. Бу кўрсатувлар аҳолига ўзгача руҳ – эстетик завқ, маънавий ҳордиқ бағишлайди. Оммабоп кўрсатувларнинг нодавлат телеканалларда тарқалишида дунё тажрибасида қўлланилаётган энг сўнгги усуллардан фойдаланиш урф бўлмоқда. Жумладан, шоу-бизнес вакиллариининг телевизион ижодга жалб этилаётгани машҳурликни таъминлайди. Бунга мисол тариқасида “Zo’r TV”нинг “Хонтахта” (Жаҳонгир Позилжонов), “Божалар-community” (Жаҳонгир Позилжонов), “The cover up” (Алишер Узоқов), каби лойиҳаларни келтириш мумкин.

“The cover up” шоусининг илк сони 2017 йил 12 март куни 19:30да эфирга узатилган.<sup>24</sup> Жонли ижро тарғиботига бағишланган мазкур лойиҳа ғояси ва концепцияси яхши ўйлаб топилган. Ният холис. Аммо, инглизча ном қўйилганини қўллаб-қувватлаш қийин. Жаҳонгир Отажонов экспертлигида эфирга чиққан махсус сонида санъаткор ижросида айтилган қўшиқлар Машҳурбек Раимжонов, Умидахон, Рухшона, Шаҳзод Муродов сингари ёш ижрочилар томонидан қўйлаб берилди ва мутахассис томонидан баҳоланди<sup>25</sup>.

Хонанда Жаҳонгир Отажонов “The Cover up” кўрсатувининг кейинги сонларида иштирокчилар Умидахон, Шадиша, Машҳурбекларнинг ижросини алоҳида эътироф этди. Кўрсатув сўнггида хонанда дуэтдош сифатида хонанда

---

<sup>23</sup> “Меҳр кўзда”, 25.04.2018.

<sup>24</sup> [https://radonvideo.ru/vid/watch/\\_LJivzuOdEo](https://radonvideo.ru/vid/watch/_LJivzuOdEo)

<sup>25</sup> “The cover up”, 02.04.2017.

Умидахонни танлади. Дуэтдошлар Жаҳонгир Отажоновнинг “Учрашмадик” таронасини куйлашди<sup>26</sup>.

Шу ўринда кўрсатув бошловчиси Алишер Узоқов ҳақида икки оғиз сўз. Телевизион ток-шоу бошловчиси, студиядаги мулоқотни ташкил этувчи модератор – бу артистик қобилиятларга эга, ёқимтой, реакция тезлиги юқори бўлган, топқир, “аравани келган жойидан олиб қоча оладиган” киришимли инсон бўлиши керак. У бетакрор қиёфа, ёрқин индивидуалликга эга бўлиши, кўрсатувда иштирок этиш учун студияга келган инсонлар билан бемалол мулоқотга кириша олиши, ўзига ишонган ва шу билан бирга самимий бўлиши, ўзини эркин тутиши, бироқ маълум чегарадан ошмаслиги лозим. Албатта, унинг сўз бойлиги катта, оғзаки нутқи равлон бўлиши лозим. Овози ва кўриниши ёқимли, эфир олиб бориш сир-синоатларидан хабардор бўлиши керак. Ҳиссиётли бўлиш, ҳазилкашлик, томошабин ва кўрсатув иштирокчилари билан, таъбир жоиз бўлса, “ўйинга киришиб кетиши” ҳам муҳим. Бу жиҳатдан А.Узоқов санъатни яхши тушуниши, ёш ижрочиларга баҳо бера олиши, томошабинга кайфият улаша олиши билан ажралиб туради. Аслида, ихтисослашган кўрсатувларга ўша соҳа ва телевидениени яхши билганларни жалб этиш жаҳон амалиётида анъанага айланган.

“Zo’r TV” телеканалининг “Хонтахта” телелойиҳасининг Наврўз кунги сониди Бошловчи Ж.Позилжонов меҳмон сифатида Ўзбекистонда хизмат кўрсатган артистлар Мирзабек Холмедов ва Рашид Холиқовларни кўрсатувга чақирди. Шоу номи халққа яқин. Сухбат самимий ўтди, аудитория маза қилиб дам олди. Бачкана гап-сўзлар ҳам учради. Аммо, чегара бузиб ўтилмади. Рекреатив чиқишларга эътиборнинг кучайгани яхши. Лекин, ҳар қандай гапни ўйнаб туриб, ўйлатадиган қилиб кўрсатувлар кўпайиши керак. Кўрсатув қачон халқники бўлади. У халқ тилида халқона қилиб айтилса ўшандагина халқ уни илиқ қабул қилади.

Бугунги томошабиннинг креатив лойиҳаларга эътибори ва қизиқиши кучли. “МУ5”, “Milliy”, “Тошкент” телеканаллари медиаматн яратишга

---

<sup>26</sup>“The cover up”, 09.09.2017.

карашларни ўзгартириб, интерактивликни, томошабин руҳиятини, режиссурани бир сўз билан айтганда замонавий телевидение табиатини инобатга олиб эфир сеткасини шакллантираётгани дастурлар томошабинбоплигини таъминляпти. Анъанавий кўрсатувлар қолипидан, дастурлаш сиёсатидан чиқа олмаган телеканаллар ўз томошабинини йўкотади. Қўйилаётган талаблардан бири телевизион медиаматн яратишга ёндашувни ўзгартириш лозим. 2016 йил 4 августдан бошлаб, Ўзбекистонда янги – “Milliy” (MTV) телеканали ишга тушди. Канал ўзининг турли номдаги лойиҳалари билан тезда машҳур бўла бошлади. Энг аввало, дастурлар имиджига кенг эътибор берилди. sayyod.com сайти муаллифларидан бири ёзади: “Кўнгилочар мусиқий телеканаллар орасида фаолиятига хали бир йил бўлмасданок Milliy TV илғор бўлиб кетди. Қайси идора, ташкилот, кафега кирманг ва қўйингки хонадондаги барча телевизорларда шу канал турганини гувоҳи бўляпмиз. Бу телеканал чиқишидан аввалроқ шахсан менда унинг омади ҳақида шундай ижобий тахмин бор эди, зеро “Помидор”чилар илк йирик лойиҳаси “Автотест”данок дид савия, креативлик ва замонавийликни кўрсатиб қўйишганди<sup>27</sup>.

Телеканалда кўрсатувлар номи ноанъанавий бўлиб, аудитория диққатини тез тортади. Тонгда эфир юзини кўрувчи “Ширчой” кўрсатуви бошқа каналлардаги шу йўналишдаги дастурларга ўхшамайди. Аммо, кўрсатувни ҳали тўла маънода маромига етган деёлмаймиз. Каналнинг бошқа бир лойиҳаси “MTV-шоу” бўлиб, ундан машҳурлар ташрифи, жонли мусиқа, кизиқарли саҳифалар ўрин олган.

Телеканаллардаги тематик кўрсатувлар бўйича жамоатчилик ва мутахассислар ўз мулоҳазаларини билдириб келган. Жумладан, “Бугун “Milliy TV” телеканалида ҳам дунёнинг бошқа телевидениеларидан кўчирилган кўрсатувлар йўқ эмас. Бунга мисол тариқасида “MTV Show” дастурини келтириш мумкин. Кўрсатув “Вечерний Ургант” кўрсатуvidан кўчирилган бўлса-да, бу кўчирмакашлик муваффақиятли ва айни дамда

---

<sup>27</sup> Миллий телеканал халитдан айнимокда(ми?), <http://sayyod.com/>

“қимматбаҳо” чиққан.<sup>28</sup> – деб ёзади журналист Қ.Шайхов. Кўрсатув бошловчилигига Миршакар Файзуллаев, Достон Убайдуллаев, Ўткир Муҳаммадхўжаев, Женисбек Пиязов жалб этилган.

Журналист Д.Рўзиева хусусий телеканаллар фаолиятига оид мақоласида:“Milliy TV” телеканали орқали эфирга узатилаётган айрим кўрсатувлар асрлар давомида шаклланган, бебаҳо кадриятларимиз ва анъаналаримиздан узоклашишга хизмат қиляпти, десак, хато бўлмайди. Масалан, яқинда эфирга узатилган теледастурларнинг бирида Миршакар исмли бошловчи аёлларнинг лаб бўёғини суриб, буни ҳазилга йўйди. Ахир ўзбек йигитларининг эркаклик ғурури ва орияти қаерда қолди?”<sup>29</sup> –дея куюниб ёзади.

Телекўрсатувларнинг кўнгилочар мавзулардаги кўринишлари ҳақиқий томоша даражасида ихлосмандлар қалбидан жой олиши шарт. Бунда бошловчининг санъаткорона маҳорати катта аҳамият касб этади. Унинг топқирлиги вазиятга қараб иш тутиши, гапга чечанлиги муҳимдир. Айниқса санъаткорлар билан учрашувга асосланган томошалари беғубор кулгуга сабаб бўлиши лозим. Телевизорни оила аъзолари билан бирга кўрилиши ҳисобга олиниб бачканаликка, шахсга тегувчи қилиқ ва турли қочиримлардан йироқ бўлган тарбияга молик бўлган воқеа ва вазиятлар келтириб чиқарилиб томошабин қалбига йўл топилиши лозим. Масалан кейинги вақтда “Zo’r TV” телеканалда доимий намоёиш этиладиган “Хонтахта” кўрсатуви Жаҳонгир Позилжоновнинг санъаткорлик маҳорати туфайли эл оғзига тушди.

Дастлаб Жаҳонгир ўзининг савияси паст, маза матрасиз кўшиқларию, ғашга тегувчи бачкана қилиқлари билан томошабиннинг меъдасига тегиб улгурган эди. Аммо, “Зўр” канали очилиши билан у ўзини жиддий қиёфасини кашф қилиб “Хонтахта” кўрсатувида қуюшқондан чиқмасдан томошабинлар меҳрини қозонишга ҳаракат қиляпти. Унда иштирок этувчи санъаткорлар ҳам

<sup>28</sup> Шайхов Қ. “MY5”, “Milliy TV”, “Zo’r TV”: Кимда қандай савия-ю, телеаудитория?  
<http://mail.zakovat.uz/content/read9426.html>,

<sup>29</sup> Рўзиева Д. Ойнаи жаҳон маънавиятимиз кўзгуси бўлсин, 29.03.2017. <http://milliytiklanish.uz/>

хазилларини меъёрда ижро этиб, томошабиннинг кайфиятини кўтаришга ҳаракат қилишлари, кўрсатувнинг юксак маданиятини таъминлашга хизмат қилади. Телевидение ҳар қандай сохталикни бир сониядаёқ ошқора қилиш қудратига эга. Худди шу маънода ушбу томошонинг бадиий тўқимасида ҳеч қандай нотабийлик ва юзакилик сезилмаганлиги учун ҳам санъаткорлар эмин-эркин ўз санъатларини намоён эта оладилар ва бунга томошабин ишонади.

Кулгили ҳолатларни бачкана қилиқларсиз ҳикоя қилиш орқали томошабинларга эстетик руҳ бағишлайдилар. Қисқа қилиб айтганда, бошловчи томошани санъаткорлар маънавиятнинг кўзгуси сифатида ибратли бўлишига эриша олган. Масалан Ғуломжон Ёқубов, Мамадали Сиддиқов, Илҳомжон Иброҳимовлар иштирокидаги кўрсатувда<sup>30</sup> устоз санъаткорларни чуқур ҳурмат ва эҳтиром билан ёдга олишлари заминида ўзбекона лутф, Milliy қадриятлар, юксак маданият ва маънавият руҳи уфуриб туради.

“Milliy TV”нинг қобилиятли актёр Ўткир Мухаммадхўжаев ва хонанда Достон Убайдуллаев бошқараётган ток-шоу чинакамига томошо ичида томошо бўлди<sup>31</sup>. Кўрсатувнинг кириш қисмида таниқли қизиқчи актёр Валижон Шамсиев таклиф қилинганлиги ва унинг қизиқарли саргузаштлари қаторида фильмлари ва ролларидан парчалар намоёиш этилиши кўрсатув жараёнига қизиқарли руҳ бахш этди. Аммо, томошанинг ичида экспромт учун ўйлаб қўйилган янги деталлар Валижон Шамсиевнинг нафсониятига тегиб уни қуюшқондан чиқиб кетишига сабаб бўлди. Охир оқибатда ўта манманлик уни томошабинлар олдида шарманда бўлишга олиб келди. Стулга чиқиб амалга оширган сальтони Достон Убайдуллаев тан олмай, ўзи стулга чиқмасдан бир неча сальтони қаторлаштириб бажариб ҳаммани қойил қолдирса ҳам Валижон Шамсиев отдан тушса ҳам эгардан тушмай керила бошлади. Бу ҳолат унинг юрагига, қолаверса нафсониятига тугун бўлиб тушди.

---

<sup>30</sup> “Зўр ТВ”, “Хонтахта”, 9.05.2017.

<sup>31</sup> “Миллий ТВ”, “МТВ шоу”, 10.05.2017.

Воқеалар ривожда бошловчи унга қарши яна битта полвон Ҳабибулла Ниёзовни студияга таклиф қилганида эса Валижон Шамсиевнинг асаби бузилди. Эмишки студияда ёлғиз ўзини меҳмонга таклиф қилишмаганидан хафа ҳам бўлиб бутунлай калавасини тополмай қолган тўқувчидек саросимага тушиб қолди. Кульминацияда полвон билан бўлган фикрлар олишувида мағлуб бўлиб, очикдан очик қўл жангига, яъни, муштлашишга тушиб кетди. Бошловчи албатта бу одобсиз безориликни тўхтатиш учун ҳаракат қилиб кўрсатувни хулосасиз яқунлашга мажбур бўлди. Кўрсатув кизиқчилар иштирокида юморга қурилганлиги учун яқунда бошловчи “Азизлар бу ҳазил эди. Валижон Шамсиев бугун Тўппонча полвон образида Катта Ҳабибилло полвонни енгишга қарор қилган эди Аммо, биз қон тўкилмасин деб бу жангни яқунга етказмадик” – деган хулосани кутган эди. Бундай воқеа содир бўлмаганлиги учун ҳам томошабин қалбида Валижон Шамсиевнинг жанжали ростакан жанжалга айланиб унинг обрўсини ошириш ўрнига безорига айланиб қолганлигидан афсус чекди. Ҳабибулла Ниёзовнинг оғир, вазмин, иродали, асаби мустаҳкам ўзбек ўғлони эканлигига яна бир бор ишонч ҳосил қилинди. Экранда биз кўрган воқеа ҳаёт ҳақиқати бўлганлиги учун ҳам томошабинда ёмон тассурот қолдирди. Агар ҳар иккала қаҳрамон бири ижобий, иккинчиси салбий қиёфада роль ижро этишганда ток-шоу ўз вазифасини тўла адо этган ва унинг тарбиявий таъсир кучи кучлироқ бўлар эди. Минг афсуски ўйлаб топилган томоша, Валижон Шамсиевнинг маънавий қиёфасини шунчалик салбий намоён қилдики, умрининг охиригача таълим ва тарбия олганда ҳам томошабинлар уни кечиролмайди.

Экран айниқса телевидение шундай катта кучки, у бир сўз билан инсонни ё машҳур қилиши ёки ёмон отлик қилиб, юзини қаро қилиши қийин эмас. “Халқ бир бурдадан берса, тўйдиради, бир муштдан урса ўлдиради” деган мақол бежиз айтилмаган. Шунинг учун ҳам эфир орқали айтиладиган бир оғиз сўз ҳам тошу тарози билан ўлчаниб, ҳар томонлама ўйлаб, мушоҳада юритиб, кейин тамошабинларга ҳавола қилиниши шарт.

Ҳаёт ҳақиқатини бадиий ҳақиқатга айлантириш телевизион санъатнинг энг муҳим фазилатларидан биридир. Чунки, томошабин экранда содир этилаётган реал ҳаётдан кўра бадиий ҳақиқатга ишонади ва унга эргашади. Бу йиллар давомида ҳақиқатга айланган аксиомадир. Ҳар қандай санъат асари реал воқеликдан яъни ҳаётдан олинади ва у ёзувчи ёки драматургнинг фантазияси асосида бадиий тўқималари билан бойитилиб, умумлаштирилиб, типиклаштирилган ҳолда бадиийлик безаклари билан безатилиб, томошабинга ҳавола этилади.

“ATLAS” кўнгилочар савдо маркази ҳамда “Zo’r TV” телеканалда “Борига барака” капитал шоуси тақдим этилади. Лойиҳа муаллифи — Азиз Умурзоқов. Ушбу шоуда ҳар бир Ўзбекистон фуқароси иштирок этиши, саёҳат, автомобиль ҳамда 2 хонали квартира каби қимматбаҳо совринлар соҳибига айланиши мумкин. Телевизион ўйин Шарқ бозори тамойилларига асосланган. Кўрсатувда асосий бошловчи (Музаффарбек Мирзабеков) дан ташқари иккита ёрдамчи бошловчи – даллоллар (Тўхтамурод Азизов ва Дилшод Мирзамуродов) ҳам бўлиб, уларнинг вазифаси иштирокчини ютуқли катаклар очишини тўхтатишга кўндиришдан иборат. Иштирокчи маиший техника буюмларидан тортиб, хонадонгача бўлган совринлар яширинган рақамли катакларни очади. Кўрсатув шуниси билан қизиқарлики, ҳар бир иштирокчи нима бўлганда ҳам совринга эга бўлади: бу маиший техника, саёҳат, автомобиль, квартира ёки гугурт бўлиши мумкин. Бу шоуда фақат омад ёки ички ҳисга ишониш керак.

Шоуда иштирок этишнинг иккита йўли бор. Click мобил банк тизимидан фойдаланиб, USSD буйруғини юбориш ёки Чилонзор, Юнусобод туманларида, шунингдек, Самарқанд, Қарши ва Фарғона шаҳарларида жойлашган “ATLAS” кўнгилочар-савдо марказида купонни тўлдириш зарур. Рўйхатдан ўтган барча иштирокчиларнинг рақамлари «Click» базасига тушади ва тасодифий рақамлар генератори ёрдамида эфирда учта бахтли иштирокчи танланади.

Кўрсатув шанба кунлари соат 20:00 да эфирга узатилади. Milliy телеканаллар тарихида ҳали ўйин бўлмаган ўйин. Ушбу кўрсатув томошабинларга кўнгилларини кўтариш мақсадида намоёиш этилмоқда. Ўйин иштирокчилари хонадонларига, куруқ қўл билан эмас, албатта совғасалом билан борадилар. Кўрсатув анонсида айтилганидек, икки хонали уй, машина, маиший техникадан тортиб лампочкагача бўлган совғаларни қўлга киритишлари мумкин.

Кўрсатувда ҳеч қандай таниш-билишчиликка ўрин йўқ. Қатнашмоқчи бўлган томошабинлар биринчи бўлиб Click'ка ўз рақамларини юборадилар. Ундан кейин янги қабул қилинган тизим ўша заҳоти кўрсатув иштирокчиларини танлаб беради. Бу эфир вақтида ҳаммининг кўз олдида бўлиб ўтади. Мутахассислар ўша заҳоти унга кўнғироқ қилиб, кейинги кўрсатувга таклиф қилинади. Омади бор одам совринларнинг ичидан энг зўрини ютиб олиши мумкин. Агар омади келмаса, уйига гугурт ёки бир дона дазмол олиб боради. Ҳар ҳолда куруқ кетмайди. Икки даллол саҳнага чиқиб, иштирокчини ўзига керак бўлган совғага кўндиришга ҳаракат қилади. Энг муҳими, ҳеч қандай фирромлик йўқ.

Иштирокчилар йигирма тўртта катакдан истаганларини бирма-бир очиб борадилар. Очилган катакдаги совринлар ўйиндан чиқиб кетади. Қатнашувчи охирида қолган катакдаги совғани қўлга киритади. Ўйин давомида эса далоллар иштирокчини бирор совға билан кўндириб лойихадан чиқариб юборишга уринишади. Мисол учун, Тўхтамурод ака саҳнага чиқиб, иштирокчига “Мен сенга машина бераман, ўйнама” дейди. Иштирокчи иккиланади. Агар машинани танласа, икки хонали уйни қўлдан чиқаради. Борди-ю, машинадан воз кечиб, ўйинни давом эттирса, ютукқа гулдон чиқиб қолиши ҳам мумкин. Кўрсатувнинг 2018 йил 7 апрель сонидан Андижон вилоятидан келган меҳмон автомобил ютиб олди. Одамларнинг кўрсатувга бўлган ишончи ортди<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> “Бориға барака”, 07.04.2018.



Кўрсатув ҳақида ЎзМТРК фахрийси ЎзДЖТУда бўлиб ўтган конференциясида маърузасида “Томошавийликни ошириш бўйича “Zo’r TV” бир қанча шоулар тайёрланаяпти. Аммо, уларнинг ҳаммасини ҳам юксак савияда деб айтиш қийин. Телеканал ижодкорлари изланишда, кашф қилишда давом этяпти. Шу билан бирга бачкана, маза-матрасиз, мақсадсиз кўрсатувлар ҳам тайёрланяпти. Масалан, “Бориға барака” кўрсатуви борган сайин бачканалашиб, майдалашиб кетяпти. Томошабинларнинг молу дунёга ўчлигидан ташқари, уларнинг соддалиги устидан кулишга сабабчи бўляпти. Умуман кимнидир бизнеси учун хизмат қилаётган ушбу кўрсатув, кишиларга ҳурмат, шарқона маданиятни ҳам тарғиб қилса, кўрсатув томошабинларнинг маънавий камолоти учун ҳам таъсир кўрсатган бўлар эди”<sup>33</sup> – деган фикрларни билдирган.

### **2.3. Студиядан ташқарида кўрсатувлар ташкил этишнинг ўзига хослиги**

Кўпгина замонавий телебошловчилар муайян дастурни суратга олиш чоғида нафақат журналистлар сифатида, балки ўз артистик қобилиятларини ишга солган ҳолда кадрда “роль ўйнашга” ҳаракат қиладилар, меҳмон ёки томошабин билан мулоқотни янада қизиқарлироқ бўлишини таъминлашга интиладилар. Албатта, бу нарса барчанинг ҳам қўлидан келавермайди. Буни Россия телеканалларида ҳам кўриш мумкин. Жумладан, “Пусть говорят” (Гапираверишсин) дастурининг бошловчиси Андрей Малахов телетомошабинлар эътиборини баланд овози, турли-туман қўл ҳаракатлари, тутилмасдан тез гапириши билан жалб қилади. Унинг нутқ ва хатти-ҳаракатларида доимо кўп ҳиссиёт ва экспрессия мавжуд. Бироқ, аудиторияни фақат шу билангина эмас, балки бошқа фазилатлар билан ҳам забт этиш мумкин. Жумладан, Россиянинг “Биринчи канали”даги “Смак”

---

<sup>33</sup> Асадуллаев М. Давлат ва хусусий телеканалларнинг қиссий таҳлили, (ЎзДЖТУ да бўлиб ўтган конференциядаги маърузадан), 30.04.2018.

кўрсатуви бошловчиси Иван Ургант мутлақо бошқа фазилатлардан фойдаланди. Шундай бўлса-да, унинг таниқлилиқ даражаси Малаховникидан кам эмас. Иван Ургант ҳадеб қўл силтайвермайди, унча тез ҳам гапирмайди, лекин у доимо юзага келган вазиятни битта жумла билан юмшатиб юбориши мумкинки, бунда ҳатто энг инжиқ томошабин ҳам табассумдан ўзини тия олмайди. Демак, юмор ҳисси, ҳазилкашлик – телебошловчи муваффақиятининг асосий омилларидан биридир. Телетомошабинлар у ёки бу дастурни томоша қилганларида, аввало бошловчининг ташқи кўринишига, унинг кийиниш услубига, соч турмагига эътибор қаратадилар. Яъни, бу ҳолда кўриш орқали қабул қилиш қобиляти эшитиш орқали баҳолашдан устун туради. Юқоридагилардан кўриниб турибдики, масс-медиа фаолиятида ролли иштирокчи шакллантириш (моделлаштириш) муҳим омиллардан бири ҳисобланади.

Мисол учун, “Реал хит” кўрсатуви бошловчисида юқоридаги сифатлар – ҳазил-мутойиба, вазиятда чиқиб кетиш, мухлислар билан илиқ муносабатни кузатиш мумкин. Шунинг учун ҳам, кўрсатув хусусида аксарият томошабинлар илиқ муносабатда. Ҳозирда телевидение амалиётида ва илмида ток-шоу, телешоудан сўнг шоулар билан алоқадор бошқа турлар ҳам кириб келаётибди. Шулардан бири реалити-шоу ҳисобланади. “Реалити-шоулар телешоу, ток-шоудан ҳақиқат ва реалликка асосланиши билан фарқланади. Яъни, ижтимоий ҳаётдаги воқеа-ҳодисалар қандай бўлса шундайлигича, уюштирилмасдан, ясама бўёқдорликдан ҳоли, сохталикдан йироқ, томошавийликка асосланмаган ҳолда содир бўлади<sup>34</sup>.

Реалити-шоулар табиийликка асосланади. Хориж телевидениелари амалиётида бу жанр кенг қўлланилади. Россиядаги “ТНТ” каналининг “Дом 2”, “МТВ” каналининг “Каникулы в Мексике” телелойиҳаларида иштирокчиларнинг кун давомида ишқий муносабатлари кенг оммага ҳавола этилмоқда. Бу кўрсатувлар Шарқ халқлари менталитети, қараш ва ахлоқ

---

<sup>34</sup>Каримов А.Ток-шоудан... шок-шоугача, Электрон оммавий ахборот воситаларида маънавий-маърифий масалаларнинг ёритилиши: назария ва амалиёт(илмий мақолалар тўплами), Т.:2011. - Б.66-68.

меъёрларига мос эмас, аммо уларга журналистлар реалити-шоунинг намунаси сифатида қарамокда. Айни пайтда, Milliy каналларда реалити-шоу атамаси жуда кам қўлланилаётган бўлса-да, нодавлат каналлар реалити-шоу устида тетапоя қадамни қўйдилар.

“Реал хит” кўрсатуви айнан шу жанрда, енгил хазм бўладиган, томошабинга кайфият бера оладиган усулда тайёрланади. Одатда хусусий телерадиоканаллар томонидан ўтказиладиган хит-парадларда аҳолининг телефон хабарлари орқали ғолиблар аниқланади. Кўрсатувнинг бошқа кўрсатувлардан фарқ қилувчи жиҳати ана шу. Томошабин айни пайтда эшитаётган, тез-тез хиргойи қилиб юрадиган, юрагидан жой олган қўшиққа овоз беради ва жонли тарзда ижро этади. Дастур ниҳоясида кўрсатувда санъаткорларга берилган овозлар ҳисобланади.

Кейинги пайтларда кўрсатувда саҳналаштириш кузатиляпти. Мисол учун, бошловчининг фавқулудда тўйга олиб кириб кетилиши<sup>35</sup>, Самарқандга сафар олдидан самолётдан қолиб кетиши, тушида самарқандликларнинг тантанали кутиб олиши каби ҳолатлар. Бу кўрсатувга ўзига хос жозоба ва файз олиб кирган. Сохталик ва сунъийлик кўзга ташланмайди. Эътиборли жиҳатлар сифатида – бошловчининг киришимлиги, замонавийлиги, хориж тилларини яхши билиши ва санъатни яхши тушунишини ҳам санаб ўтиш керак. Хориж ва Milliy эстрадани етарли даражада тушуна олади. Италиян, испан, инглиз ва бошқа тиллардаги, исталган оҳангдаги қўшиқларни ижроэтишда иштирокчиларга кўмаклашади. Самарқанд шаҳрида туристлар билан суҳбатда бу хусусиятлар ёрқин намоён бўлган<sup>36</sup>.

Хулоса қилиб айтганда, хусусий телеканаллар жаҳон телевидениеларида қўлланилаётган янгича усул ва креатив ёндашувни контентга ҳам олиб кирмоқда. Бу жараёнда масаланинг нозик жиҳати нодавлат телеканаллардаги тижорий инқилиб, “оммавий маданият”

---

<sup>35</sup>“Реал хит”, 29.03.2018.

<sup>36</sup>“Реал хит”, 05.04.2018.

кўринишида янги авлод онгини заҳарламаслиги жоиз. Бу жихатни назардан четга қочирмаслик ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Телевидение бугунги кунда ҳаётнинг асосий қисми сифатида ўз ўрни ва мавқеига эга бўлди десак, муболаға бўлмайди. Чунки, ҳар бир оилада телевизион каналларда берилаётган сериал ёки кўрсатувларнинг ҳеч бўлмаса битта ашаддий мухлислари бор. Кеч бўлганда оилалардаги телевизорни талашадиган тамошабинларнинг сон саноғи йўқ. Албата бу яхши, ижобий ҳолат. Аммо ТВ орқали намоёиш этилаётган барча маҳсулотларнинг савияси ҳам бугунги кун талабига жавоб бериётими? Улар телетомошабинларнинг маънавий оламига бирдек ижобий таъсир кўрсатаяптими? Айниқса, хусусий каналларнинг сони ортиб бориши натижасида ТВ каналлари ўртасидаги рақобат қандай тус оляпти? Бу рақобат соғломми ёки енгил-елпи, савияси паст, шов-шув тарқатувчи кўрсатувлар орқали жамоатчилик эътиборини ўзига тортишми? Бу кўрсатувларда давр руҳи, ижтимоий сиёсий ҳаёт ўзининг реал ифодасини топяптими? Тележурналистика билан телережиссура қайси даражада шаклланиб камол топиб боришти? Одамлар чанқоқлик билан кузатаётган хорижий телесериалларнинг заминида қандай мафкура яширинган? Улар бизнинг томошабинга қандай маънавий озуқа бериши мумкин? Умуман ТВ нинг жамиятдаги ўрни қандай акс этяпти? У жамиятимиздаги ўзгаришларга Президент олиб бораётган ислохотларнинг ижросига қандай таъсир кўрсатаяпти, деган бир қатор саволларга бугунги кунда телевидениешунослик четда турмасдан ўзининг муносиб баҳосини бериши керак.

Телевизион маҳсулотларнинг савияси бирдек эмас, уларни тайёрлаётган мутахассисларда профессионализм етишмайди. Агар Россия тележурналистлари билан, маҳаллий тележурналистлари тайёрлаган маҳсулотларни бир-бирига қиёсласак, Milliy тележурналистикамизнинг савияси қандай эканлиги ёрқин намоён бўлади. Худди шу маънода, телережиссура ҳам бундан кам эмас. Хўш, бу нималарда намоён бўлади? Энг

аввало танланган мавзуларга шакл ифодасининг ғариблигида. Яъний жанрларнинг тўғри танланмаслигида.

Информацияни телетомошабинларга етказиш бўйича “Uzreport” ва “Менинг юртим” телеканалларинг ижодий изланишлари киши эътиборини ўзига тортади. Айниқса бошловчилардаги юксак маданият, кийиниш одоби, нутқ маданияти Milliulik руҳи билан суғорилгани эътиборга лойиқ. Улардаги қисқа ва лўнда маълумотлар инфорацион дастурларни ҳам телетомошабинни қизиқиб тамошо қилишга чорлайди. Айниқса, “Менинг Юртим” телеканалдаги “Марказий студия” саҳифалари ўзининг ранг-баранглиги, ижтимоий-сиёсий жиҳатдан долзарблиги, Амирхон Умаров ва Сарвар Баҳодировлар юксак маданият билан мулоқот қилиб, бир-бирини тўлдириб олиб боришлари сиёсий спектакль каби телетомошабиннинг онги ва ҳисларига ижобий таъсир кўрсатаолади. Ёшларнинг изланувчанлиги, материалга санъат нуқтаи назаридан ёндошаолишини алоҳида таъкидлаш жоиз. Бу кўрсатувларда режиссура билан тележурналистиканинг уйғунликда аҳамият касб этаётганлиги учун ҳам телеканаллардаги томошавийлик руҳи ортиб бораяпти.

Ундан ташқари “Zo’r TV” телеканалининг “Дугоналар” шоусининг “Келинлар мактаби” саҳифаси, бачкана. Бошловчилар кимни танқид қилиб кулишаётгани номаълум. Шеваларни тарғиб қиляптими ёки интервью бераётган меҳмонними ёки ўзларинг қахрамонлари устидан кулишяптими? Кулиш мақсади номаълум бўлиб қолган. Афтидан санъат олийгоҳидаги талабалик йилларида импровизация бўйича қилинган машғулотни ёдга олиб кенг жамоатчиликка олиб чиқишган эксперимент яхши натижа бермади<sup>37</sup>. Юморда мақсад очилмай қолса, у бачканаликдан нарига ўтмайди. Экспрементни кенг томошабинларга ҳавола этиш мутлақо мумкин эмас. Чунки, томошабин умид билан экран қаршисига ўтиргандан кейин бирон маълумот ёки ибратли хулосага келмаса унинг бебаҳо вақти бекорга кетади.

---

<sup>37</sup> “Дугоналар”, 24.04.2018.

Умуман олганда, хусусий телеканалларда профессионал, тажрибали тележурналистларнинг кўрсатувларининг савияси юқори даражада. “Zo’r TV” нинг Хотира ва кадрлаш куни муносабати билан тайёрлаган лойиҳаси анча самарали чиққан. Уруш минглаб хонадионларга ўз асоратини қолдирган. Асрор Абборхўжаев ўз тажрибасини ишга солиб, кун давомида бир қанча реал факт ва далилларни тақдим этиб борди<sup>38</sup>.

Лекин, тажрибаси кам бўлган тележурналистларнинг маҳсулотлари экспериментдан нарига ўтмайди. Давлат ва хусусий телеканалларнинг концепцияси бир-биридан фарқ қилиши керак. Аммо, назаримизда барча телеканаллардаги кўрсатувлар бир-бирларини такрорлаб, бир хилликни ташкил қилади. Давлат телеканалларида имконият бўла туриб студиядан ташқарига чиқмасдан одамларни йиғиб, баҳс-мунозара ўрнига, дидактик мазмундаги бир-бирини такрорлайдиган фикрларни акс эттирувчи кўрсатувларни намойиш этиш штампга айланган.

Кузатувлар асосида шуни айтиш керакки, ҳозирги кунда “Zo’r TV”, “Milliy”, “Sevimli”, “Менинг юртим” телеканаллари кенг аудиторияни жалб қилмоқда. Хусусий телеканаллар чэт эл мафкурасини тарғиб қилувчи, Milliy кадриятларимизга зид бўлган хорижий телесериаллар орқали телетомошабинларни жалб қилишга ҳаракат қилаётганликлари маънавиятимизни инқирозга олиб келиши мумкин. Масалан, “Севги изтироби”, “Косем”, “Ичкарида” сингари телесериаллар шахвоний хирссларни очикдан-очик тарғибот қилишдан ташқари, дунёни зўравонлик ва қонхўрлик бошқаради деган ғояни илгари сурмоқда. Уларга қарши Milliy телесериаллар яратиш ўрнига хориж мафкурасига таъзим қилиш ва ундан фойдаланиш охир-оқибатда катта фожеага, ёшларнинг ҳаёт ҳақида нотўғри хулоса чиқаришига олиб келиши мумкин.

Санъат инсониятнинг ҳисларини, унинг онгини тўғри шаклланиши учун хизмат қилиши лозим. Телевидение эса ўзининг катта аудиторияни ўзига жилб қилаолиш имконияти орқали фақат яхшиликни, гўзалликни, эзгуликни

---

<sup>38</sup>«Хотира ва кадрлаш куни»га бағишланган лойиҳа, 09.05.2018.

тараннум этиши лозим. “Zo’r TV”нинг “Бу менинг онам” лойиҳаси қисқа муддатда минглаб томошабинлар қалбини забт этди. Мисол учун, кўрсатувнинг 2017 йил 17 декабрь сонида болалар ва ўсмирлар колониясига бориб, тўғри йўлдан адашган бола билан гаплашиб, унинг ички дунёси, орзулари, қилган айбидан пушаймонлиги кўрсатиб берилди. Кўрсатувнинг иккинчи қисмида эса кафедра официантлик қилаётган она билан гаплашиб, боласи номидан унга гул тақдим қилди. Боланинг онасига саломини йўллади. Бу ерда эмоционал вазиятда томошабин қалбига ҳам кириб борилган. Дастур ниҳоясида блиц-интервью қилиниб, оналарга “Мен сизни севаман” деган сўзларни телефон орқали изҳор қилиш сўралди. Кутилмаган дил изҳори оналарни ҳам, болаларни ҳам ҳаяжонга солди. Кўрсатув муаллифи ўз олдига кўйган мақсадга тўла эришган<sup>39</sup>.

“Яхши журналистика” деб эса, тингловчиларни, томошабинларни бефарқ қолдирмайдиган, уларга ҳар қандай ахборотни қизиқарли қилиб етказиб берадиган журналистикага айтилади, деб ёзган эди швед журналисти Э.Фихтелиус<sup>40</sup>. Ғоя ва мавзу, режиссура ва имидж жиҳатдан замонавий кўрсатувлар рўйхатига киритилган “Бу менинг онам” кўрсатувида кўринаётган янги чехралар, уларнинг ғоялари натижаси ўлароқ, томошабин эътиборини қозонмоқда. Телевидениедаги ижодий фаолиятда янгилик яратиш, яратганда ҳам унинг самарадорлигини таъминлаш, доимий аудиторияни топиш ғоят мушкул иш. Ўзбек аудиториясининг Sevimli мавзуси бўлмиш самимият ҳақида ҳикоя қилувчи “Бу менинг онам” кўрсатувининг биринчи сонидаёқ, ижодий гуруҳнинг катта меҳнати кўриниб турарди. “Бу менинг онам”

- Ўзбекистон телеканалларида учрамайдиган формат бўйича суратга олингани;
- бошловчиларнинг самимияти;
- тасвирнинг бўёқдорлиги;

---

<sup>39</sup>“Бу менинг онам”, 17.12.2017.

<sup>40</sup> Фихтелиус Э. Журналистиканинг 10 қониси, Шарқ НМАК, Т.: 2002.

- фондаги Milliy va zamonaвий дизайннинг уйғунлиги;
- режиссёрнинг “деталь билан ишлагани”;
- тасвирчининг маҳорати туфайли “ҳаракатланувчи” ва “жонли” кадрларнинг “тилга кириши” ва яна бошқа бевосита ва билвосита сабаблар унинг муваффақиятини таъминлаб бера олган.

Телевидение оммавий коммуникациянинг энг кучли воситаси сифатида алоҳида одамлар, умуман жамиятга таъсир кўрсатади. Телевизион ахборотнинг томошабинлар аудиториясига таъсир даражаси коммуникатор шахсига кўп жиҳатдан боғлиқ. Чунки, телевидение орқали эфирга узатилаётган ахборот телетомошабинлар кўз ўнгида худди муайян шахс томонидан етказилган маълумотдек қабул қилинади. Шу боис унинг қабул қилиниши кўп жиҳатдан бошловчи шахси билан боғлиқ. Яъни, ижтимоий дунё образи қайсидир маънода коммуникатор(бошловчи)га хос образ билан уйғунлашган бўлади. Шу боисдан ҳам бошловчининг шахси, тўғрироғи, шахсий жозибаси ва бир қатор қобилиятлари кўрсатувнинг муваффақиятли чиқишида муҳим роль ўйнайди. Мисол учун, “Milliy” каналининг тонгги “Ширчой” кўрсатувида бошловчиларни танлаш масаласига алоҳида эътибор қаратилган.

Кўрсатув муваффақияти маъноли матн ва кучли тасвир билан белгиланади. Бундай дастурларда режиссёрнинг ўрни ва маҳорат даражаси алоҳида тилга олинади. Режиссёр ўз фикри, нуқтаи назари, ғоясини сўз билан эмас ракурс билан, кадр билан, монтаж билан томошабинларга етказди, ифода этади. Кинода, телевидениеда, умуман экран санъатида тасвир билан сўзнинг ҳамоҳанг бўлиши, бир-бирини тўлдириши инсон руҳиятига ниҳоятда қаттиқ таъсир кўрсатади. Бу аслида режиссёр, оператор, эфир муҳаррирининг маҳоратидан далолат беради. Буни ҳар бир режиссёр ўз ижодий усул арсенали(сандиқчаси)га йиғиши, тўплаши, керак пайтида эса уларни зўр муваффақият билан қўллаши керак.

“Энг аввало жамоатчилик онгига таъсир ўтказишнинг биринчи ва замонавий омили бу – телевидение. Унинг кўрсатувлари эса аудитория



фикрини бошқариш функциясини ташкил қилади”<sup>41</sup>. Дарҳақиқат, телевидение пайдо бўлганидан буён жамоатчилик онгига таъсир этиб унинг фикрини шакллантириш ва бошқаришда ўзига хос ўрин тутиб келади. Шу боис унинг жамият ҳаётидаги юксак ўрнини чуқур англаган сиёсий етакчилар телевидение кучига таяниб келади.

Ҳақиқатдан ҳам кейинги пайтда телевидение инсониятнинг энг зарур ва уни бошқа нарса билан алмаштириб бўлмайдиган эҳтиёжига айланди. Борган сари нодавлат телеканалларда кўрсатув сони ошиб бормоқда. Ўз ўрнида нодавлат телеканалларда берилаётган кўрсатувлар омма фикрини манипуляция қилмоқда. Манипуляция сўзи лотинча “manipulatio”, французча “manipulation” сўзларидан олинган бўлиб, “қўл”, “кафт”, “ҳовуч” каби маъноларни билдиради. Бунинг моҳияти шуки, олиб борилган жамоатчилик фикрини бошқариш ишларининг барчаси қўл ёки қўл орқали (албатта кўчма маънода) бажарилади. Манипуляция жамоатчилик фикрини бошқаришда айёрлик усулларини қўллаш демакдир.<sup>42</sup>

Бир сўз билан айтганда, хусусий телеканаллар томошабинлар орасида оммалашди. Уларда янгича, ўзига хос йўналишларда кўрсатувлар пайдо бўлди. Энг асосийси, телеканалларнинг ижодий-ишлаб чиқариш жараёнлари таҳлил қилинди ва қуйидаги хулосаларга келинди:

- каналлар қиёфасига ўзгаришлар киритиб борилиши;
- заставкаларнинг мунтазам янгиланиши;
- мусиқий безакларга юқори эътибор берилиши;
- режиссурага кенг аҳамият қаратилиши;
- муаллифларнинг эркин фаолият олиб боришига шарт-шароит яратилиши кабиларни алоҳида санаб ўтиш керак. Бу жиҳатлар хусусий телеканаллар лойиҳаларида тўла ўз ифодасини топмоқда.

Шундай филиб, кўрсатувлар таҳлили шуни кўрсатмоқдаки, барча телеканаллар маҳсулотлари халқимиз маънавиятини ривожлантирувчи

<sup>41</sup>Қара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием – М.: 2000. – С.123.

<sup>42</sup> Ўша манба.– С.131.

кўрсатувлар тайёрлаши учун ижодкорларда профессионализм ва эркинлик, очиклик ва ошкоралик каби хислатлар, сиёсий мушоҳада юритиш, материалларнинг мазмун ва савиясини ошириш, халқнинг дилида турган муаммоларни санъат йўли билан экранга олиб чиқиш маҳорати етишмаяпти. Ижодий ишлаб чиқариш жараёнларида муваффақиятга эришаётган кўрсатувларнинг барчаси ҳам омма дунёқарашини бойитишга ҳисса қўшаётгани йўқ. Демак, хусусий телеканаллар олдида келгусида қилиниши керак бўлган қатор вазифалар турибди.

## ХУЛОСА

Тадқиқот натижасида қуйидаги илмий-назарий хулосаларга келинди:

1. Мамлакатимиздаги мавжуд телеканалларнинг тенг ярми хусусий тармоққа тўғри келаётгани, ўз-ўзидан уларнинг аудиторияси кенглиги бу борада илмий-амалий тадқиқотларни нақадар муҳимлигини кўрсатиб турибди.

2. Телевидениенинг таъсир доираси кенг эканлиги экранга чиқаётган телевизион маҳсулотнинг оммалашув имкониятларини оширади. Аудитория эҳтиёжи натижаси ўлароқ, уларнинг талаб ва истаклари асосида кўрсатув тайёрланиши заруратини келтириб чиқарди. Бу жараённинг ўзига хос хусусиятлари, қонуниятлари таҳлили журналистиканинг бир қатор назарий ва амалий муаммоларини ҳал этиш имконини беради.

3. Хусусий телеканалларда аудитория, меҳмонлар ва асосий иштирокчилар билан мулоқотга киришиш, савол-жавоб қилиш маданияти профессионал нуқтаи назардан шаклланиб бормоқда. Кўрсатувларнинг қизиқарли ва томошабинбоп бўлишини таъминлаш ва мулоқот жараёнида қутилмаган (парадоксли) ҳолатларни юзага келтириш учун омма билан ишлаш тажрибасида ўсиш кузатилмоқда. “Меҳр кўзда”, “МТВ-шоу” бунинг исботидир.

4. Жамиятдаги мавжуд жараёнларни ёритишга ҳаракат қилинаётгани ҳам ўзига хос хусусиятдир. Махсус аудиторияга мўлжалланган, ёши, касби, жинси, қизиқишига, аудитория маълум қисми қатламларининг қизиқишларини қондираётгани ҳам уларда такомиллашув жараёни кетаётганини кўрсатади

5. Хусусий телеканаллардаги кўрсатувларда ижодий-ишлаб чиқариш жараёнлари таҳлили натижасида қуйидаги нуқсонлар аниқланди:

- хусусий телеканалларда техник имкониятлар юқори, бошловчи, журналист ва режиссёр улардан тўлақонли фойдаланиляпти. Аммо, жиддий

мавзудаги тўғридан-тўғри чиқишлар, интерактив лойиҳалар ҳалигача ташкил этилмаган.

- ижтимоий-сиёсий, иқтисодий, муаммоли кўрсатувлар оз, мавжуд кўрсатувлар аудиториянинг талаб ва истакларини тўлиқ қамраб ололмагани, жиддий мавзудаги чиқишларда кенг жорийланмагани, мавзуларнинг томошабинлар учун муҳим аҳамият касб этмагани учун бу йўсиндаги дастурларнинг оммавийлиги паст;

- кўрсатувларда аксар ҳолларда пала-партишлик сезилади, мавзу муҳокамасида изчиллик етишмайди. Буни тўғрилаш йўлларида бири – маълум бир мавзуга ихтисослашишдир;

- журналист ва бошловчиларда таҳлил этиш маҳорати талаб даражасида эмас. Мавзунини чуқур ўрганмаслик натижасида айрим масалалар тўлиқ очилмай қолаётир. Бу танланган экспертлар ва студияга таклиф этилганлар билим ва салоҳиятига ҳам боғлиқ;

- бошловчининг имиджи кўрсатувларда алоҳида ўринга эга. Ҳар бир бошловчининг ўз услуби бўлиши лозим. Бу – кийиниш, нотиклик, савол кўйиш, жавоб бериш, топқирлик, импровизация, мулоқот маданияти, тил ва услубда намоён бўлади. Бошловчи кутилмаган янги унсурлар, усуллар излаб топиши, изланишларда давом этиши, тажрибасини ошириб бориши зарур. Дастур қанчалик машҳур бўлмасин, унинг шаклу-шамойилига мунтазам ўзгариш олиб кирилмас экан, томошабин эътиборини қозонолмайди. Бу ҳозирда бошловчилар фаолиятидаги кемтик нуқталардан бири сифатида юз кўрсатмоқда;

- студияга ташриф буюрганлар билан мулоқот суст ёки умуман йўлга қўйилмаган ҳоллар ҳам мавжуд. Асосий эътибор меҳмонлар ёки экспертларга қаратилиб, аудитория иккинчи даражага тушиб қолади. Бу замонавий телевидениенинг энг муҳим қонуниятларидан бири – интерактивлик талабига риоя қилмаслик натижаси. Студияда олиб бориладиган кўрсатувлар аудиториянинг фаол иштироки билан муваффақиятга эришади;

-каналлар ўз-ўзини маблағ билан таъминлаши боис, айрим кўрсатувлар савияси паст. Рейтингни ошириш учун дуч келган санъаткор кўшиғини эфирга узатиш, ҳар хил сериаллар намойиши, бўлар-бўлмас бизнинг менталитетга тўғри келмайдиган айрим кўрсатувлар эфирга узатиляпти. Мисол учун, “Адреналин” кўрсатувида оилали, бола-чақали одамларнинг оталарга хос бўлмаган қилиқлар билан экранда намоён бўлиши на Milliy менталитетга, на одоб-ахлоқ қоидаларига мос келади.

Халқ орасида машҳур бўлган лойиҳани ўз эфирида кўришни истаётган телеканаллар ижодкорлари бир жиҳатни унутмасликлари лозим. Бугунги ижодкорга қўйилаётган биринчи талаб креативликдир. Ҳар бир кўрсатувни тайёрлаш учун журналистда янгича қараш, янгича ёндашув, янгича тафаккур бўлиши лозим.

“Меҳр кўзда”, “Бу менинг онам”, “Келин-куёв шоу”, “Реал хит”, “МТВ шоу” сингарикўрсатувларни тайёрлашда бу жиҳатлар эътиборга олинмоқда. Ижодкорлар мавзуга ўзига хос ёндашувлари билан томошабинда илиқ таассурот уйғотмоқда. Кўрсатувларда мавзулар хилма-хиллигига, режиссурага алоҳида эътибор билан қаралган. Муаллиф сўзи, режиссёр ғояси кўрсатувни бир бутунликда ижодий асарга айлантиради. Бу жиҳатдан кўрсатувларга катта аҳамият қаратилмоқда. Кўрсатувларда муаллиф позицияси яққол намоён бўлаётганини ҳам қайд этишимиз керак..

Кўрсатувларда жаҳон тажрибасидан ўтган энг яхши жиҳатлардан фойдаланилмоқда. Аудитория талаб ва таклифларидан келиб чиққан ҳолда фаолият олиб бораётган кўрсатувлар ижодкорлари ижод дунёсига кенг йўл очиб ва бир кўринишдаги “шаблон” кўрсатувлардан қочаётганини ижобий баҳолаш жоиз.

Шунингдек, бошловчиларнинг тили, услуби борасида қатор камчиликлар мавжуд. Шева сўзларнинг тез-тез қўлланилиши, адабий тил қоидаларига риоя этмаслик, метономия ва бошқалар. Ўзбек адабий тили қонун қоидаларини яхши билмаслик оқибатида, эга ва кесим, келишиқлар, гап тузилишида қўпол хатоликлар юзага келмоқда. Бу айниқса нодавлат

телеканаллар фаолиятида кузатилади. “Zo’r TV” телеканалининг бир қанча лойиҳаларида сценарийларга таянилмай, импровизацияга берилиб кетиш оқибатида услубий ғализликлар учрамоқда.

Бу сингари камчиликларнинг бартараф этилиши телекўрсатувларнинг замон талаблари даражасига кўтарилишида алоҳида аҳамиятга эга.

### **Тавсиялар:**

- Телевидениеда берилаётган энг яхши лойиҳалар, фаол журналистлар ва бошловчилар рейтинги оммавий ахборот воситалари фаолиятига тегишли нашрларда бериб борилса, муаммо ва камчиликлар кўрсатилса, кўрсатувлар савияси ошган бўлар эди. Кўрсатувни ташкил этувчи шахс бир қанча қатъий қоидаларга амал қилгани маъқул: а) иштирокчи гарчи бир қарашда номақбул фикр айтаётган бўлса ҳам, уни тинглаш, тўхтатиб қўймай, одоб доирасида тушунтириш лозим; б) билдирилаётган фикр-мулоҳазалар ва таклифларни ҳурмат қилиш зарур. Муайян фикрни кескин танқид қилиш номақбул.

-Телебошловчиларни танлаш борасида муайян талаблар ишлаб чиқиши ва шу асосда бошловчиликка қабул қилиш керак. Улар учун тил, услуб ва этиканинг бузилиши ҳамда риоя қилишга доир бўлган илмий ишлар йиғилиб, қўлланма тарзида чоп этилиши ва ёш мутахассисларга фойдаланиш учун тақдим этилиши мақсадга мувофиқдир. Журналистика факультетлари, журналистлар малакасини ошириш маркази, телеканалларда иш олиб бораётган журналистлар учун махсус ўқув курслари ташкил қилиниши яхши натижа беради.

-Ривожланган давлатлар тажрибаларини ўрганишда уларнинг Milliy урф-одатлар, анъаналар, кадриятлар умуман олганда менталитетга мувофиқлиги масаласига эътибор қаратиш зарур. Баҳс-мунозара чоғида томошабин ҳар бир сўзни одоб доирасидан чиқмасдан, катталарга ҳурмат билан айтиши керак. Кўрсатув якунида муаммонинг мутлоқ ечими тақдим этилмайди. Хулосани томошабиннинг ўзи чиқаради. Бу эса холис журналистиканинг ўзгармас қоидаси саналади.

-Халқ билан мулоқот кучайган бир пайтда, аҳоли, муаммоларига бағишланган, таҳлилий-танқидий дастурларга бўлган эҳтиёж жуда катта. Аммо, ҳозирда мулоқотга асосланган жонли мулоқот деярли йўқ. Буни йўлга қўйиш керак.

## **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

### **Расмий адабиётлар:**

1. Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз. Тошкент, “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 29 б.
2. Мирзиёев Ш.М. Қонун устуворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш юрт тараққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови. “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 47 б.
3. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга курашимиз. “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 485 б.
4. Каримов И. Юксак маънавият – енгилмас куч. Тошкент. “Маънавият”, 2008.- Б.136.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” ги ПФ-4947-сонли Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 6-сон, 70-модда

### **Илмий адабиётлар:**

6. Арифханова С. Телевизионная журналистика. – Т.: 2007.;
7. Артиқова Ю.А. Ўзбекистон радиосида интерактивлик: тамойиллар, усуллар, эфирда ишлаш воситалари. Филология фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. – Т.: ЎзМУ, 2009 ва бошқ.
8. Акбаров Ҳ. Кино ва телевидение оламида: Мақолалар. –Т.: Ғафур Ғулом номидаги нашриёт-матбаа бирлашмаси, 1991.
9. Асадуллаев М. Давлат ва хусусий телеканалларнинг қиёсий таҳлили, (ЎзДЖТУ да бўлиб ўтган конференциядаги маърузадан), 30.04.2018.
10. Вакурова Н.В., Московкин Л.И. Типология жанров современной экранной продукции. – М.: 1998.;



11. Голядкин Н.А. ТВ информация в США. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1995.,
12. Гидденс Э. Социология, “Шарқ”, Т.: 2002.
13. Засурский Я.П. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий, Изд-во МГУ, 2000.
14. Замонавий электрон ва онлайн ОАВ фаолиятининг тараққиёт тенденциялари. Республика илмий- амалий конференция материаллари тўплами. Т.: “Turon- Iqbol” 2016.
15. Каримов А. Аудиовизуал журналистика (тележурналистика), Т.: ЎзДЖТУ, 2012.
16. Каримов А. Ток-шоудан... шок-шоугача, Электрон оммавий ахборот воситаларида маънавий-маърифий масалаларнинг ёритилиши: назария ва амалиёт (илмий мақолалар тўплами), Т.: 2011. - Б.66-68.
17. Картозия Н. “Программа “Намедни”: русский инфотейнмент” // Меди@льманах. – 2003. – №3. – С. 10 – 25.
18. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием – М.: 2000. – С.123.
19. Кидмон М.Л “Ахборий жамият шартлари”, Бонн, 2002.
20. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. 2-е изд. – М.: МГУ, 2004.
21. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л. Юровский А.Я. Телевизионная журналистика, Изд-во МГУ, 4-е изд. М.: 2002.
22. Кэрролл Маккаллах, Виктория, Новости на ТВ : пер. с англ. / В. Кэрролл Маккаллах. - Москва : Мир, 2000. - 285 с. : ил. - (Мультимедиа для профи). - Пер. изд. : Writing news for television. Style and format / Carrol McCullough V.
23. Локтев Д.С. Организация работы европейского информационного канала euronews. - М.: Изд-во МГУ, 2008.
24. Луғат-маълумотнома. Журналистика, Реклама, Паблик Релейшнз. 1700та атама. Муаллифлар ҳайъати. Ф.П.Нестеренко ( раҳбар) Т.: “Зар қалам”, 2003.- Б.103.
25. Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.

25. Муҳаммедов М, Файзиева Ф, Аблаева Ф.: Телевидение асослари. Тошкент “Ворис” , 2009.
26. McNeill Robert, “The manipulative machine”, New York, 1968.
27. Микоян А.С., Проблемы перевода текстов СМИ: учебное пособие. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / отв.ред.М.Н.Володина. М.Изд-во МГУ, 2003.-С.23.
28. Нишонова Г. Кино ва телевидение:коммуникатив фаолият қирралари, “Барҳаёт мерос бадиий коммуникация таркибида”(илмий очерк ва мақолалар тўплами), Т.:2013.
29. Ортиқова.Ю Интерактив журналистика. –Т.; “Мумтоз сўз”, 2011.
30. Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия. Интерактивное поле общения. – М.: Аспект Пресс, 2004.
31. Рўзиев Ф., Жўраева Х. Тележурналистга тавсиялар. Т.: Шарқ. 2013.
32. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д.Борисов. – М.: Ультра. Культура, 2003.;
33. Раҳматуллаева И. Телевидение ва ёшлар: кеча ва бугун. – Т.: Янги аср авлоди, 2005;
34. Струкова Е.В.Телевизионный новостной сюжет как разновидность медиатекста, Вестник Ставропольского государственного университета, 56/2008.
35. Уэбстер Ф.Теории информационного общества. Пер с англ. М.В.Арапова, Н.В.Малыхиной. Под ред. Е.Л.Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С.177.
36. Эрназаров Қ, Маматова Ё, Тошалиев И, Эрназаров Ш: Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. Ўқув қўлланма. Тошкент: 2002. – 27 б.
- 37.Фихтелиус Э. Журналистиканинг 10 қоидаси. –Т.: 2002.

#### **Интернет манбалари:**

38.<http://press-service.uz/uz/lists/view/707>

39. Caught up in a Korean wave (англ.), The Star Online (онлайн-сервис малайской газеты) (12 August 2012).
40. Arirang TV Fighting Do-or-Die Fight (англ.), The Korea Times (20 May 2009).
41. Norihiro Tanaka. Overview of KBS World/[[https://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/09\\_no7\\_05.pdf](https://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/09_no7_05.pdf) International
42. Television Broadcasting in East Asia: Current Situation and Challenges (статья в NHK Broadcasting Studies 2009 No. 7)]. — NHK, 2009.
43. <https://www.xabar.uz/jamiyat/tanlov-va-raqobat-etarlicha-telekanallarni-tomoshabop>
44. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Телевидение>
45. Television (англ.). Online Etymology Dictionary. Проверено 15 декабря
46. <http://mymedia.org.ua/about.html>
- [https://radonvideo.ru/vid/watch/\\_LJivzuOdEo](https://radonvideo.ru/vid/watch/_LJivzuOdEo)
47. Milliy telekanal halitdan aynimokda(ми?), <http://sayyod.com/>
48. Шайхов Қ. “MY5”, “Milliy TV”, “Zo’r TV”: Кимда қандай савия-ю, телеаудитория? <http://mail.zakovat.uz/content/read9426.html>,
49. Рўзиева Д. Ойнаи жаҳон маънавиятимиз кўзгуси бўлсин, 29.03.2017. <http://milliytiklanish.uz/>