

ЖУРНАЛИСТИКА



АУДИОВИЗУАЛ ЖУРНАЛИСТИКА



ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ПРЕЗИДЕНТИ
АДМИНИСТРАЦИЯСИ ҲУЗУРИДАГИ
АХБОРОТ ВА ОММАВИЙ КОММУНИКАЦИЯЛАР
АГЕНТЛИГИ



АУДИОВИЗУАЛ ЖУРНАЛИСТИКА

VI жилд

ТОШКЕНТ
«O'ZBEKISTON»
2019

УЎК 070:654.19
КБК 76.01+76.032
А 88

Муаллифлар:

Амрулло Каримов – ЎзДЖТУ халқаро журналистика
факультети декани, ф.ф.н., доцент;
Наргис Қосимова – ф.ф.н., ЎзДЖТУ доценти;
Климентина Исмоилова – ф.ф.н., ЎзДЖТУ доценти;
Юсуф Ҳамдамов – ф.ф.н., ЎзМУ доценти;
Юлдуз Ортикова – ф.ф.н.;
Ирисмат Абдухоликов, Хайрулло Жўраев,
Ҳилола Файзуллаева

Нашрга тайёрловчи:

Амрулло КАРИМОВ

А 88 Аудиовизуал журналистика [Матн] Ж. 6. – Тошкент:
«O‘zbekiston» НМИУ, 2019. – 432 б.

ISBN 978-9943-25-924-9

Мазкур жилда аудиовизуал журналистиканинг, хусусан, радио, теле-
видение, ҳужжатли кино, фотожурналистиканинг жамиятда тутган ўрни,
вазифалари, ижодий маҳсулот тайёрлаш жараёни, шартлари ва бошқалар
хақида сўз боради. Китоб журналистика соҳасида таҳсил олаётган талаба-
лар, хаваскор ижодкорлар ва барча кизикувчиларга мўлжалланган.

УЎК 070:654.19
КБК 76.01+76.032

ISBN 978-9943-25-924-9

© А.Каримов ва бошқ., 2019
© «O‘ZBEKISTON» НМИУ, 2019

І БЎЛИМ

ФОТОЖУРНАЛИСТИКА

КИРИШ

Фотография – инсоният яратган буюк кашфиётлардан бири. Тарихга бир умр муҳрланган лаҳзалар, сиймолар, калблар, шаҳарлар, кадрдон кўчалар, якинлар, оила аъзолари. Инсон суратга тушар экан, фотокамера ҳаётининг айнан ана шу оний лаҳзасини, ҳолатини қувонч билан, юздаги табассум билан акс эттиришини истайди. Кўзлар қулмаса-да, жилмаяди, ёнидаги кадрдони билан уришиб қолса-да уни кучоклаб, суратга тушишга интилади. Чунки ҳар бир инсон бир умрга эсдалик бўлиб қоладиган фотосуратда ўзгалар уни бахтиёр кўришини истайди. Сураткаш эса унинг ана шу истагини бажо келтиради. Агарда сураткаш ўз касбининг маҳоратли устаси бўлса, у фотосуратда ҳаётнинг оддий бир лаҳзасини эмас, тарихга муҳрланадиган соғиналарнинг акс этаётганини ҳис этиб, инсонни эмас, унинг қалбини, табиатнинг гўзал манзарасини эмас, тирикликнинг бир бўлагини, жамиятнинг бир қунини эмас, унинг ютуқ ва муаммоларини кўрсатишга ҳаракат қилади. Оламни фақат фотокамера нигоҳи билан кўради.

Ахборот асрида аудиторияга ахборотни тўлиқ етказишда фотосурат муҳим аҳамият касб этади. Зеро, бугун фотографиясиз оммавий ахборот воситаларини тасаввур этиш қийин. Фотосуратсиз газета, журнал қанчалик кўримсиз, ғариб бўлиб қолишини бир тасаввур қилинг-а? Фотография газета ва журналларни жонлантирди, кўримли, кизикарли, мазмундор қилди. Фотографиясиз кинони, айниқса ҳужжатли кинони тасаввур этиб бўлмайди. Бадий фильмдаги ролларга, айниқса

бош ролларга актёр танлаш жараёнларида бир канча актёрлар, оддий одамлар фотосиновдан ўтади. Фотогеник актёрлар режиссёр, бадий кенгаш жамоасидан ролга тасдикланади.

Фотографиясиз телевидение, унинг жанрлари, айниқса, репортаж, ҳисобот, интервью, суҳбат, тарихий очерк, эсселар кўп нарса йўқотган бўлар эди. Интернетда ҳам фотонинг ўз ўрни, ўз мавқеи бор. Ижтимоий тармоқларда фавқуллодда ҳолатлар содир бўлган ҳудудлардан қўйилаётган тезкор фотосуратлар журналистлар учун яхшигина ахборот манбаи бўлиб хизмат қилмоқда. Спорт мусобақаларини ёритиш, уларни бевосита кўрмаган, томоша қилмаган кишиларда аниқ тасаввур пайдо қилишда фотографиянинг ўрни катта. Масалан, енгил атлетиканинг энг тезкор тури – юз метрга югуришда ғолибни аниқлаш учун кўп ҳолларда фотофинишдан фойдаланилади. Футбол, хоккей ўйинлари жараёнида голни қайд этиш ниятида дарвоза ортида фотоафлар хушёр туради.

Ушбу қўлланма халқаро журналистика соҳасидаги бакалавриатура талабаларига мўлжалланган бўлиб, унда фотожурналистиканинг тарихи, ривожланиш босқичлари, фотожурналист ўз фаолиятида фойдаланаётган рақамли техника турлари ва русумлари, суратга олиш технологияси, фотожурналистика жанрлари, босма ва интернет ОАВда фотоиллюстрациялар салмоғи, уларни тайёрлаш ва чоп этиш жараёни, сураткашлик техникаси маҳорат сирлари, фотожурналист касб этикаси ва ушбу назарияни журналистик амалиётда қандай қўллаш мумкинлиги тушунтирилади.

1-БОБ. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА ШАКЛЛАНИШИНИНГ ТАРИХИЙ БОСҚИЧЛАРИ

1-§. Халқаро фотожурналистиканинг ривожи

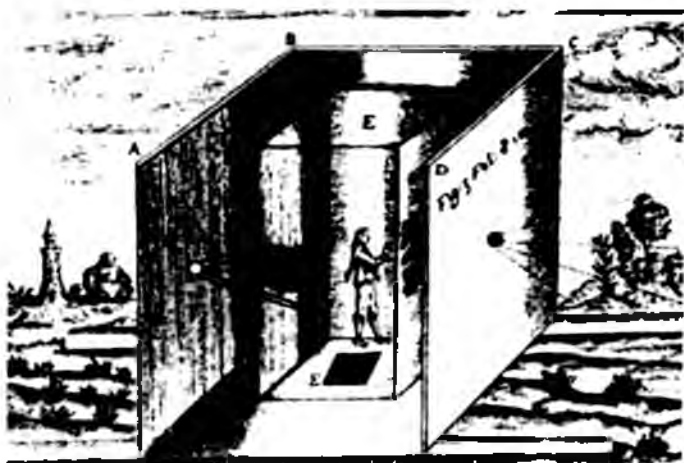
Фотожурналистика — журналистиканинг ўзига хос тури бўлиб, воқеани баён этишнинг асосий воситаси сифатида фотосуратдан фойдаланади. Фотожурналистика фотографиянинг жанрлари – ҳужжатли фото, бадий фотодан қуйидаги хусусиятлари билан ажралиб туради:

– **вақт** — суратлар воқеа ривожининг хронологик тартибида аҳамият касб этади;

– **ҳолислик** — фотосуратда воқеалар ҳолисона, қандай содир бўлган бўлса, шундайлигича акс этиши назарда тутилади.

– **баён этиш** — фотосуратлар янгиликнинг бошқа элементлари билан биргаликда томошабин ва ўқувчини воқеа мазмунидан хабардор қилади.

Фотожурналистиканинг пайдо бўлиши бевосита фотография тарихи билан боғлиқ. Фотографиянинг кашф этилишида асосий роль ўйнаган французлар Ньепс ва Дагер, инглиз Тальбот номлари тилга олинсада, уларнинг кашфиётига қадар ёруғлик, нур ёрдамида тасвир яратиш соҳасида изланиш, тажрибалар бўлган. Масалан, машҳур рассом Леонардо да Винчи камера-обскура деган асбоб чизмасини яратган. Камера-обскура туйнуги орқали ўтадиган куёш нурлари экранда муайян тасвир ҳосил қилган. Камера механизмидан ҳозирда ҳам фойдаланилмоқда. Камера-обскуранинг тузилиши қуйидагича: катта кутининг бир томони тешилиб, иккинчи томонига линза ўрнатилади. Орқадаги объект унда ўз аксини топади.



Суратчи икки ўлчамли форматда мазкур ойна устига бир парча қоғоз ёки калькани жойлаштирган ва ушбу усул ёрда-

мида расмнинг умумий пропорциясига эга бўлган. XIX асрда сайёҳлар ўзлари кўрган нарсаларни бир умрга муҳрлаб қолишни истардилар. Мазкур қурилма уларнинг ушбу орзуларини амалга оширишга имконият яратди¹. Бу асбобни бошқа бир италиялик – Жованни Батиста Белла Порто бир қадар мукамаллаштирган: камера-обскурандан сайёҳлар, меъморлар, рассомлар фойдаланишган.

Нурли тасвирни қотиришни узоқ вақт излашган. 1725 йилда рус кимёгари Бестужев-Рюмин қизиқ ҳолатнинг, яъни темир тузи эритмаси қуёш нурлари таъсирида рангини ўзгартиришини аниқлайди. Орадан икки йил ўтгач, немис олими Иоганн Шульц ўхшаш тажриба ўтказиб, азотли қумуш бўлган қуқунга кесиб олинган ҳарфлар қўяди, қуқунни муайян трафарет билан териб чиққач, маълум бир вақт ўтганидан сўнг унда аниқ ёзувлар пайдо бўлганлигини кўради. Бу илк фотогамма-нурли тасвир эди. Афсуски, «расмлар» ёруғда тез ўчиб кетади.

Нисефор Ньепс² (1765–1833) 1826 йилда ёруғлик нурлари ёрдамида гравюра нусхасини олишга, шу билан репродукция техникасига асос солади. Шу йилнинг ўзида Ньепс устахонаси деразасидан камера-обскурани қўшни иморатларга йўналтиради ва хира бўлса-да нурли расм олишга муваффақ бўлади.



Ньепс ўлимидан кейин унинг тажрибаларини рассом, театр декоратори **Луи Жак Манде Дагер** (1787–1851) давом эттиради. Дагернинг ғояси симоб бўғлари ёрдамида тасвир ҳосил қилиш эди. Дастлаб у симоб биохлориди билан тажриба ўтказди. Кейин жараёни мураккаблаштириб, шакар ёхуд хлор қотмасидан фойдаланади. Ниҳоят, 1837 йили, яъни ўн бир йиллик тажрибадан

¹ Ross Collins. A Brief History of Photography and Photojournalism. North Dakota State University, Fargo. 2012., – P. 11

² Ўша ерда, 12-6.

сўнг симобни киздириб, буги оркали тасвир ҳосил қилишга эришади. Дагер топган усулни ўз номи билан *дагеротипия* деб атаган. Янги усулнинг бир камчилиги – тасвирни кўпайтириб бўлмасди¹.



1826-йилда Ньепс томонидан дунёда биринчи марта олинган гелиографик сурат, - устахона деразасидан кўриниш

Ушбу камчиликни инглиз олими **Фокс Тальбот** (1800–1877) йўқотишга эришади². Кенг соҳали олим, математика ва кимё, археология ва лингвистика бўйича асарлар муаллифи Тальбот ярим соатлик кўриниш оркали ўз дала боғини суратга олишга муваффақ бўлади. «Бино ўзини ўзи суратга туширди», – дейди олим. Тальбот ўз кашфиётини «калотипия», яъни гўзаллик, нафосат деб атайдди. Тасвир камера-обскурининг ёруғликка сезгир эритма сингдирилган қоғозида пайдо бўлади. Негатив қоғоздан ёруғликка сезгир қоғоздан позитив тасвир олинади. Айнан калотипия фотографияга асос солди, деб ҳисоблашади.



Луи Жак Дагер (1787–1851)

¹ Ross Collins. A Brief History of Photography and Photojournalism. North Dakota State University, Fargo. 2012., – P. 12.

² Ўша ерда, 12-б.

1839 йил 7 январда таникли фан тарғиботчиси Доминик Франсуа Араго Париж академиясида нурли тасвир яратилган-лигини тантанавор эълон қилади. Кейинрок, 19 августда у дагеротип олиш тамойилларини баён қилиб, уларнинг намуналарини кўрсатади. Луи Дагерни олтин медаль билан тақдирлаб, олти минг франк миқдорида умрбод нафақа тайин қилишади. Ньепс издошларига ҳам нафақа белгиланади. Дагеротип портрет жанрининг илк намунаси ҳисобланади¹.



1837 йилда олинган Дагернинг дагеротипи

Айни чоғда янги кашфиётга қарши чикувчилар ҳам пайдо бўлади. Улар жонли мавжудотларни, айниқса одамларни техника воситасида тасвирга олишни шаккоклик, динни тахқирлаш, деб ҳисоблашади. Шундай бўлса-да, Дагерга буюртмачилар кўпайиб борарди. Одамлар мўйкаламда чизилган расмлардан кўра арзонгаров фотопортретларни устун кўра бошлашди. 1840 йилда Дагернинг ҳамкасблари – Леребур ва

¹ Ross Collins. A Brief History of Photography and Photojournalism. North Dakota State University, Fargo. 2012. P. 13.

Кладолар кирол Людовик Филиппни сарой айвонида суратга олишади. Уларнинг омадини матбуот олқишлайди. Танкид ўрнини мактов эгаллай бошлайди.

Бошқа бир ғайратли фотограф Надар (Феликс Турнашон) ҳаво шари саватида баландга кўтарилиб, Парижни суратга олади. Ўша давр сиёсий ҳажвчиларидан бири Оноре Дамье бу ҳақда ҳазил сурат чизган ва тагига истехзо билан: «Надар фотографияни юкори санъат даражасига кўтарди», деб ёзган эди. Карангки, ҳажвчининг кесатиғи йиллар ўтиб башорат бўлиб чикди. Дарҳақиқат, фотографиянинг пайдо бўлиши рассомларни безовта қилиб қўйган эди¹.

1851 йили фототехниканинг ривожини ташқарида бемалол суратга тушириш имкони пайдо бўлди. Аммо ҳали фотонинг санъат даражасигача чиқишига анча вақт бор эди. 1842 йили Карл Стелзнер Гамбург шаҳридаги ёнгини суратга туширади. Бу ҳўлланган пластиналар ёрдамида амалга оширилади. 1855 йили Роджер Фентон тарихга биринчи ҳарбий фотосуратчи сифатида кирган. У Қрим уруши лавҳаларини тарихда қолдирди. Чикаголик фотосуратчи Александр Хеслер Миннесота кўринишлари, шунингдек Санкт-Энтони-Фолс, Форт Снеллинг ва Минихоҳа Фаллс кўринишларини суратга туширган ва Ўрта Ғарбнинг буюк фотосуратчиси номини қозongan². Бундан безовталанган Э.Дега бошлик 25 француз рассомлари 1862 йили ҳукуматга норозилик хати йўллаб, фотографияни рассомчиликка тенглаштиришдан ҳимоя қилишларини сўрашади. Бальзак, Гоголдек ёзувчилар ҳам фотографияни ёқтиришмаган. Шундай бўлса-да, фотографлар саъй-ҳаракати, топқирлиги билан адибларни бир-икки марта суратга туширишган. Гоголнинг портрети ҳақида таниқли мунаққид В.Стасов шундай ёзган эди: «Ёзувчининг қадди-қомати бениҳоят кўркем. Бошини буриши, кўзлари, қарашлари ҳар биримиз учун қандайдир янги, ҳали кўрилмаган нарсга бера-

¹ Ross Collins. A Brief History of Photography and Photojournalism. North Dakota State University, Fargo. 2012. – P. 13.

² Ўша ерда, 14-б.

ди. Биз Гоголни ҳеч қачон бу ҳолатда кўрмаган ва тасаввур этмаган эдик». «Инсоният комедияси» муаллифини ҳам бир мартагина суратга туширишга зўрга кўндиришган экан. Адиб дегеротипда ёқаси очик кўйлақда, сержун кўкрагини кафти билан тўсиб турган ҳолда, жиддий киёфада гавдаланган. Бошқа бир француз адиби Эмиль Золя эса фотографиянинг чин ишқибози бўлиб, суратга тушишни ҳам, суратга туширишни ҳам ёқтирган экан. Кариндош-уруғларида натуралист адиб туширган 7000 та сурат сақланиб қолган. Виктор Гюго ҳам фотография ихлосманди бўлган. Унинг номидаги музейда ўзи туширган 120 та сурат мавжуд. Машҳур адибларнинг энди урф бўлаётган фотографияни хуш кўриши ёки ёқтирмаслиги мухлислар назаридан четда қолмаган, албатта. Россияда янги ихтирони инкор этгандан кўра қўллаб-қувватловчилар кўп бўлган: XIX асрда нашр этилган «Будильник», «Искра», «Стрекоза», «Сверчок», «Осколки», «Развлечение» ва бошқа журналлар ҳам фотографияга эътибор бериб туришган. 1858 йили Петербургда фотографияга оид илк журнал – «Свет и светопись», олти йил ўтгач, «Фотограф» номли журналлар нашр этилган.

Рус профессионал фотографиясининг етук намояндаларидан бири С.Л.Левицкий (1819–1898) жаҳонда илк бор олтин медаль билан тақдирланган. Фотограф олган ғалати бир сурат – стулда ўтирган Герцен ва қаршисида тик турган... Герцен кўпчиликнинг диққатини унга тортган. Ушбу ҳазил суратни кизига совға қилган адиб: «Ольгани имтихон қилаётган икки ота ёхуд синовдан кейинги мулоқот. 10 апрель 1865 йил», – деб ёзган экан. Ёш Лев Толстойнинг ҳарбий кийимда «Современник» журнали ҳамкорлари – И.Тургенев, А.Островский, И.Гончаров, А.Дружинин, Б.Григоревичлар билан бирга тушган сурати ҳам яхши маълум. Лев Толстойнинг турли йилларда А.П.Чехов, А.М.Горький ва бошқалар билан бирга ҳамда яққа ҳолда тушган суратлари бор. Уларнинг адиб аёли С.А.Толстая, ота-бола К. ва В.Буллалар ва бошқалар туширган суратлари китоб, журналларда кўп бор келтирилган. 1900 йили Л.Н.Толстой ва А.П.Чеховни С.А. Толстая олган суратни чор ҳукумати бо-

сиб чикаришни такиклаган. Чор Россияси маъмурлари «Осо-йишталикни бузувчилар» деб ҳисоблаган икки адабнинг халқ орасида янада машҳур бўлиб кетишларини исташмаган, албатта. Сурат, барибир, яширинча хорижга юборилган ва кўп ўтмай почта откриткаси сифатида Россияга қайтиб келган. Россияда С.А.Левицкий, А.И.Денъер, А.О.Карелин, В.Каррик, С.А.Любовиков, М.П.Дмитриев, Н.А.Петров; Англияда Ж.Кэмерон, Г.Робинсон, Хилл; Францияда Надар, Ньюо, Этьен Каржа; Германияда Р.Дюркооп, Г.Эрмург, Н.Першайд, АҚШда А.Сибиглиц, Г.Стехен, Г.Кэзибир, Эккеймеэр ва бошқалар фотопублицистика, фотосанъат ривожига салмоқли ҳисса қўшганлар.

Фотожурналистика 1880 ва 1897 йилларда жанр сифатида шаклланиб, матбаачиликда қўлланила бошланди ва босма нашрлар ҳаётига кириб келди. Биринчи нашр этилган ярим қоғозли репродуктив янгилик «The Daily Graphik» (Нью-Йорк) газетасида 1880 йил 4 мартда босиб чиқарилди. Инглиз сураткаши Жейкоб Рийс томонидан олинган бу сурат матбуот тарихида биринчи фото иши сифатида муҳрланди. 1897 йиллардан кейин фотография газета ва журналларнинг бир бўлагига айланди. 1927 йилда қўлаб шов-шувли газеталар (сарик матбуотларда ҳатто рангли фотосуратлар) чика бошлади. Биринчи фототелеграмма эса 1921 йилда «Western Union» орқали узатилган. «Leica» компанияси фаолиятидаги 35 мм.ли камера ва 1925–1930 йиллар оралигида пайдо бўлган «вспышка»лар фотожурналистиканинг олтин асрини бошлаб берди.

Олтин даврда (1930–1950) гуллаган нашрлардан «Picture Post», «Paris Match», «Life», «Sports Illustrated» журналлари ва «The Daily Mirror», «The Daily Graphik» газеталари айнан фотосуратлар чоп эттириш туфайли улкан аудиторияга эга бўлди. Аввалига газета ва журналларда фотографларнинг исм-шарифлари қайд этилмасди. Бунга муаллифларнинг ўзларида ҳам хоҳиш бўлмаган. Кейинчалик журналларда чоп этилган фотосуратлар тагига муаллифларнинг номлари ҳам ёзила бошланган. Бу борада «Life» журнали доимий равишда етакчилик қилиб, унда чиқаётган фотосуратлар аудитория томонидан илик қабул қилина бошланди.

2-§. Ўзбек фотожурналистикаси журналист нигоҳида

Ўзбекистон фотожурналистикасининг тарихи жаҳон фотосанъатининг ажралмас қисми бўлиб, Марказий Осиё, хусусан мамлакатимиз мазкур санъатга қизикканлар учун ўзига хос полигон вазифасини ўтади, десак муболаға бўлмайди. Ажойиб табиати, дунёга машҳур тарихий обидалари, маҳаллий аҳолининг такрорланмас миллий ўзлиги, турмуши янги санъат шайдоларини ана шу такрорланмас ҳаётни фотоаппарат объективи орқали таништиришга ундарди. Бунга жаҳон ҳамжамияти ахлининг Марказий Осиё тарихи ва маданиятига нисбатан ортиб бораётган қизиқиши ҳам ўз таъсирини ўтказмай қолмади. Тошкент шаҳрининг илк фотосуратлари шахсан Туркистон генерал-губернатори К.П. фон Кауфманнинг буйруғи билан Политехника кўргазмаси учун шарқшунос ва этнограф Александр Кун томонидан 1871–1872 йиллари тузилган «Туркистон альбоми»да чоп этилган эди. Шаҳар фотосуратлари Н.Нехорошев, К. Сциборовский, Д. Назаров ва С.Николялар томонидан олинган эди. 1910 йили шаҳарда 20 та фотоателье фаолият юритарди. Уларнинг ичида энг машҳури Тошкент гимназиясининг расм ўқитувчиси Дмитрий Назаров томонидан очилган ателье эди. Д.Назаров ёшлигидан сурат олишга қизикарди. У олган суратлари ўзига хос ёндошув ва маҳоратни мужассам этади. 1908 йили Франциянинг Марсель шаҳрида ўтказилган Бутунжаҳон фотоқўргазмасида унинг 14 та сурати юқори баҳоланиб, олий мукофот – Гран-прига сазовор бўлган эди. Аммо XIX асрнинг охири ва XX асрнинг бошларида Туркистонда суратга тушириш шарият қонунлари томонидан йўл қўйилмас, муллалар бунга қарши тиш-тирноғи билан қурашарди. 1889 йили машҳур шоир Фуркат Тошкент сафарида турли хил янгиликлар билан қизикар экан, Д.Назаров уйда ва фотоательесида бўлади ва ундан фотоаппаратнинг ишлаши ҳақида сураб-суриштиради ва кейинчалик бу ҳақида «Туркистон вилоятининг газети»да катта мақола чоп этади. Мақоладан сўнг маҳаллий аҳолининг фотографияга бўлган қизиқиши янада ортади. Муллалар эса фотография шарият қонунларига зид

эмаслигини тан олади. Бу миллий профессионал фотографиянинг ривожини учун кенг йўл очади. Ўзбекистон Республикаси давлат архивида¹ Туркистон вилоятининг Сирдарё вилояти бошқарувига Тошкент шаҳрининг фукароси Шайхонтоҳур тумани Ҳовузбоғ маҳалласида истикомат қилувчи Ҳўжаев Илҳомжон Иноғомжоновичдан қуйидаги арзнома тақдим этилган эди:

«Менда фотоаппарат бор ва маҳоратимни ошириш мақсадида турли хил кўринишлар ва одамларнинг суратларини оламан. Менинг фаолиятим эски Тошкентнинг маҳаллий аҳолисини шу даражада қизиқтириб қўйдики, менинг олдимга баъзи бир ўзбеклар буюртма билан кела бошлашди. Аммо мен раҳбариятни ўзимга қарши қўйишни истамай, уларга рад жавобини бериб келдим. Эндиликда рус фотосуратчиларидан бундай фаолиятни амалга ошириш учун мазкур ишни давом эттиришга бирор бир гувоҳнома беришингизни ўғиниб сўрайман».

Архивдаги ҳужжатлардан маълум бўлишича, бундай гувоҳнома тезда сўровчига берилган². Шундай қилиб, эски шаҳарда илк «Илҳомжон миллий фотографияси» пайдо бўлди ҳамда у инкилобдан олдинги даврда каттагина довруқ қозонди. Илҳомжон ўз негативларини кетма-кет рақамлаб борган. Ана шу негативларнинг бугунги кунда маълум бўлган энг катта рақами 2454 тага тенг.

XIX аср охирида Тошкентда фотография ва нафис санъат турлари ишқибозларининг Туркистон жамияти ташкил топади. 1899 йилнинг 19 сентябридан 26 сентябригача Тошкентда биринчи Туркистон фотография кўргазмаси ўтказилди. Унда Туркистон ҳаётига оид расмлар аҳоли эътиборига ҳавола этилди.

¹ Государственный архив Республики Узбекистан. Свидетельство фотографа №739/6249 от 24 апреля 1902 года.

² Государственный архив Республики Узбекистан. Свидетельство о выдаче разрешения для фотографа Ходжаева Ильхомджана Инагамджановича №741/5424 от 30 апреля 1902 года.

Кўргазмадан сўнг ушбу жамият расман рўйхатга олинади. Мазкур кўргазма бугунги меъёрлар билан ўлчаганда кенг кўламли бўлган. Кўргазмада томошабинлар эътиборига ўн иккита бўлимдан жой олган икки ярим мингдан ортиқ фотосуратлар намойиш этилган.

Экспозицияда туркистонлик, хусусан, тошкентлик машхур фотосурат усталари В. Козловский, Е. Коркин, III. Немцевич, М. Смоленскийлар билан бирга ҳаваскор сураткашлар И. Гейер, П. Григорьев, С. Юдин, Г. Сваричевскийлар асарларини томоша қилиш имконияти бор эди.

Кўргазма муносабати билан махсус каталог ҳам чоп этилади. Ушбу каталогга зодагонлар, Туркистоннинг оддий ахли – қосиб, ҳунарманд ва савдогарлар суратлари киритилади.

Биринчи Туркистон фотография кўргазмаси ўтказилган вақт «почта откриткаларининг олтин асри» деб ном олган давр билан бир муддатга тўғри келади. Айнан шу даврда откриткаларда Тошкент, Самарқанд ва Бухоро шаҳарларининг суратларини чоп этиш бошланган.

Бугунги кунгача 1898–1918 йилларда чоп этилган ва Туркистон ўлкасининг пойтахти Тошкент шаҳрининг кўринишлари акс этган мингдан ортиқ откриткалар сақланиб қолган. Ўша пайтлар Тошкентда учта откритка чоп этадиган нашриёт фаолият олиб борган. Улардан бирининг эгаси Э. Хлубна иқтидорли фотосуратчи бўлиб, чоп этадиган откриткалари учун суратларни ўзи оларди. 1909–1914 йилларда Э. Хлубнанинг нашриётида автотипия усулида чоп этилган ва Тошкент шаҳри кўринишлари акс этган юздан ортиқ откриткалар Тошкент тарихий фотосуратчилигининг олтин фонидан ўрин олган.

XX асрнинг 20-йилларидан бошлаб Тошкент фотосуратчиларнинг сеvimли масканларидан бирига айланиб қолади. Кўплаб буюк фотосурат усталари фоторепортажлар тайёрлаш учун айнан Тошкентни танлашарди. Хусусан, дунё тан олган қоллажчи расомлардан бири Александр Родченко (1891 – 1956) 1934 йилда Ленинград (ҳозирги Санкт-Петербург)

шаҳрида чоп этилган «Ўзбекистоннинг ўн йиллиги»¹ деб номланган махсус совгабоп фотоальбомнинг яратувчиларидан бири бўлган.

2008 йилда Нью-Йорк шаҳридаги «Кристис» аукционидан ўтказилган кимошди савдосида мазкур фотоальбомнинг бир нусхаси ўттиз тўққиз минг тўрт юз долларга сотилгани ҳам унинг киммати ва аҳамиятини билдириб турибди. Тошкентда туғилиб ўсган Б. Кудояров (1898–1974) ва Г. Зельма (1906–1984) ўз даврининг энг мохир фотожурналистлари ҳисобланган. Уларнинг Тошкент шаҳри кўринишлари акс этган суратлари шаҳар фотойилномасининг олтин фондидан жой олган.

XX асрнинг 20-йиллари ўрталаридан фотосанъатда фотожурналистлар олдинги сафга чиқа бошлайдилар. Ўша даврда яшаб ижод қилган тошкентлик фотосуратчилар орасида «Правда Востока» газетасининг фотожурналисти **Макс Пенсон** (1893–1959)нинг алоҳида ўрни бор. С. Эйзенштейннинг сўзлари билан айтганда, «У фотоаппарат билан бутун Ўзбекистонни кезиб чиққан, шу боис унинг узок йиллар давомида йикқан ноёб архиви мамлакат тарихини саҳифама саҳифа тиклаш имконини беради»². Макс Пенсонни «Ўзбек мадоннаси» номли фототюди машҳур қилган. Ушбу сурат 1938 йилда Парижда ўтказилган Бутунжаҳон кўргазмасида бош соврин – Гран при билан тақдирланган. Ўша йилларда Тошкент матбуотида М. Пенсон билан бирга И. Збарский, Н. Рядов, К. Розиков, Б. Юсупов сингари фотожурналистлар ижод қилган. Тошкент кишлок хўжалик машиналари заводи, Тўқимачилик комбинати каби йирик саноат корхоналарининг қурилиши жараёнларидан тайёрланган фоторепортажлар газета ва журналлар саҳифаларида кетма-кет чоп этилар, фотокўргазмаларда намоиш қилинади.

Ўзбек фотожурналистикасининг асосчиларидан бири **Худойберган Девонов** 1879 йили Хивада, Қадам Ясовулбоши-

¹ Фотоальбом «10 лет Узбекской ССР». Ленинград, 1934 год.

² Макс Пенсон. Фотограф узбекского авангарда, 1920–1940. Arnoldsche Art Publishers, Германия, 2011 год.



нинг мирзаси бўлиб хизмат килувчи Нурмухаммад девон ва Рўзика ая хонадониди таваллуд топганди. Отасининг Хива яқинидаги Бадирхон кишлоғида 6 гектар ери, 4 та ҳўкизи ва 2 та оти бор эди. Отаси, кейинчалик Худойберганнинг ўзи ҳам саройдаги ишлар билан банд бўлганлиги сабабли, ерини яримчиларга бериб, келадиган фойда эвазига яшашган. Шу туфайли ҳам унда Хива яқинидаги Окмачит кишлоғидаги меннонит немислардан (меннонит немислари христиан динининг аннабати́зм мазҳабидан ажралиб чиққан оқим бўлиб, улар диний эътиқодига кўра кўлига курол ушлаб урушларда катнашиш, умуман одам ўлдириш, ҳаётига тажовуз қилишни гуноҳ ҳисоблаганлар. Шу боисдан ҳам улар ватанлари – Германия (Пруссия) нинг Марионбург ўлкасини ташлаб, Россияга келишади. Чунки, Пруссия ҳукумати XIX аср бошларида урушга тайёрланар экан, меннонитларни ҳам фронтга жалб этишга қарор қилганди. Бу эса меннонитлар эътиқодига зид бўлгани учун, Марионбурглик муҳожирлар Россияга келиб яшай бошлашади.



Худойберди Девонув ўз шоғирдлари лаврасида

Азалдан Чор империяси амалдорлари сиёсат юргизишда немисларга таянгани учун, меннонит миллатдошларига бу ерда яхши шароит яратиб берилди. Аммо Россиядаги барча эркакларни харбий хизматга жалб этиш тўғрисидаги император фармонидан кейин, меннонитлар у ерни ҳам ташлаб кетмокчи бўладилар. Шунда асли келиб чиқиши немис зодагонларига мансуб империянинг Кауфман, Дреш сингари генерали немис-рус оксуяклари меннонитларга Ўрта Осиёга боришни таклиф қилади. Шу тарика 1883 йилда улар Хива хонлигига келиб ўрнашишади. Хон Феруз меннонитларга биргина шарт—воҳада чўчка бокмасликнигина ўтиниб сўрайди ва уларни Хива яқинидаги Окмачит қишлоғига жойлаштиради. Ана шундан кейин Окмачит немислари деган атама ва хонликдаги этник жамоа пайдо бўлади), хусусан, фотосуратчи Вильгелм Пеннердан суратга туширишни ўрганишга имконият бўлган.

Агарда бўлажак фотокиночи оддий деҳкон ёки этикдўзнинг фарзанди бўлганида, XIX аср охиридаги тирикчилик ташвишидан умри ерга ишлов бериш, оёк кийим ямаш билан ўтиб кетарди.

Сарой мирзосининг оиласида туғилган, ўзига тўқ Худойберган аксарият воҳаликлар каби деҳкончиликка эмас, илму фанга, техникага кизикди. Мактабда таҳсил олди. Шу билан бирга Хивада кийим-кечак билан шуғулланувчи дўкон очиб, савдо билан машғул бўлди. Техникага кизикиш устунлик қилгач эса, савдогарчиликни йиғиштириб, соатсозлик билан шуғулланди. Бу ҳам катта янгилик бўлиб, XIX асрда факат хон, унинг баъзи амалдорлари ҳамда Хива хонлигидаги Чор Россияси аксарларидагина соат бор эди, Девонов уларга соат сотиш, бузилганларни таъмирлаш билан шуғулланди¹.

Вильгелм Пеннердан 1890 йилдан бошлаб фото, 1907 йилдан эса кино сирларини ўрганган Худойберган, оддий авом кишилар ва мутаассиб рухонийларнинг «Шайтон суратчи»,

¹ Умид Бекмуҳаммад. *Ўзбек фотокиносининг асосчиси*. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

«Афсунгар киночи» дея карашларига карамай, тараккиёт махсули бўлган мўъжизавий оламга кадам қўйди. Бу борада уни маърифатпарвар Хива хони Феруз қўллаб-қувватлаганини таъкидламоқ лозим.

Шу ўринда яна бир нарсани алохида таъкидламоқ лозимки, Худойберганнинг бахтига ўша вақтда Хоразм хукмдори со-занда, бастакор ва шоир Ферузхон эди. Худойберганни Феруз саройга ишга олади, ўзи билан бирга Россияга ҳам олиб кета-ди.

Мутаассиблик авж олган бир пайтда тараккийпарвар хон баъзи шайхулислом ва жаҳолатгўй бандалар Худойберганга фото билан, киночилик билан шуғулланиш гуноҳ дея зугум ўтказган пайтларда, ўзи ибрат бўлиб суратга тушди. Бирок Ферузхоннинг 1910 йилдаги ўлимидан сўнг вориси ва ўғли Асфандиёрнинг атрофини жаҳолатгўйлар камраб олгани, Ислохўжадек тараккийпарвар бош вазирнинг 1913 йилдаги ўлимидан сўнг Девоновнинг фотокино борасидаги ишларини қўллаб-қувватлайдиган инсонлар камрови камайди.

Аммо Девонов ҳам тараккийпарвар зиёли бўлгани учун XX аср бошларидаги жадидчиликдек миллий уйғониш ҳаракатига қўшилади. Хоразмлик жадидлар «Ёш хиваликлар» ҳаракатидаги Полёзхожи Юсупов, Мулла Бекчон Раҳмонов ва Бобоохун Салимов каби зиёлилар билан маслакдошликда иш олиб борди. Шу билан бирга хонлик саройида ишини давом эттириб, Хоразм пулларини босадиган зарбхонага мудирлик қилди. Асфандиёрхон, Саид Абдуллахон ҳамда уларнинг оила аъзоларининг, баъзи сарой амалдорларининг ҳам суратларини ишлади, уларга сураткашликни ўргатди. Чунончи, Асфанди-ёрхон ҳали шахзодалиқ пайтида «Фаррух» тахаллуси билан ижод қилган шоир географияга ҳам кизиқиб, Россия геогра-фия жамиятининг аъзолигига сайланган иктидорли инсон бўлгани сабаб, Худойберган Девоновдан фотография сирлари-ни ҳам ўрганганди.

1915 йилга келиб, Хоразмда унинг яратган янгилиги, яъни фото ва киночиликка одамлар қўника бошлаган эди. Шу боис у фото ва кинолавахалар яратиб, Абулғози, Огаҳий ва Баёний-

нинг тарихнавислигини давом эттирган ҳолда, ўз даврида рўй берган воқеа-ҳодисаларни фотокинотасмаларга муҳрлаб, тарихий вазифасини ҳам бажарган. Эътиборлиси шундаки, Девонов суратга туширган лавҳалар чиройли композициялар, озода кийинган, кинога тушишга шайланиб турган кишилар эмас, ҳаётнинг тасмадаги аксидир. Энг хайратланарлиси, бирорта яратилган лавҳада кишиларнинг объективни сезгани, нигоҳини, юриш-туришини ўзгартиргани, яъни сунъий ҳаракат этгани сезилмайди¹.

Айниқса, мутаассиблар таъсирида авом одамлар суратга тушмасликка ҳаракат қилган, кўрккан онларда, уларни бунга кўндириш кийин эди. Уларнинг муҳитига кириб, бу аппаратлар тараққиёт натижаси эканлигини тушунтиргани, одамларни фотокиноаппаратлар олдида эркин ҳаракат қилишга одатлантира олгани Девоновнинг нафакат оператор ёки сураткаш, балки билимдон режиссёр бўлганини ҳам кўрсатади. Шу билан бирга, у одамларни тўплаб, ўзи олган кинолавҳаларни намойиш этиб, киносеанс ҳам ўтказиб турганки, бу кинони XX аср бошларида кенг оммага тарғиб этган тараққийпарварлик ҳам бўлган.

1917 йил апрелида Хивада жадиidlар – «Ёш хиваликлар» Асфандиёрхонга давлатни Идораи Маршрутия, яъни парламент оркали бошқаришни талаб қилиб чиқишади. Халқ ҳам жадиidlарни қўллаб-қувватлагач, Асфандиёр олдиниға Кенгаш-парламент тузишға рози бўлади. Бирок мутаассиблар таъсирида ва чор армияси генерали Мирбадалов ёрдамида «Ёш хиваликлар»ни таъқиб қилиб, ҳатто уларни ўлдиришға ҳаракат қилади².

Шундан сўнг «Ёш хиваликлар»дан Полёзхожи Юсупов, Худойберган Девонов ва бошқалар Тошкентга кетиб,

¹ Умид Бекмуҳаммад. Ўзбек фотокиносининг асосчиси. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

² Умид Бекмуҳаммад. Ўзбек фотокиносининг асосчиси. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

мухожирликда яшашга мажбур бўлишади. Девонов Тошкент-далик пайтида фотография билан шуғулланиб, кўплаб суратлар ишлайди.

1920 йилда хонлик тугатилиб, ХХР ташкил этилгач, Худойберган Девонов жадид дўстлари билан ёш республиканинг ҳукумат таркибига киради. Молия нозир, тафтиш комиссияси раиси каби лавозимларда ишлади, Ўрта Осиёда биринчи бўлиб Хоразм коғоз фабрикасини куришга интилди.

Молия нозир сифатида ХХРнинг мато ва коғоз пуллари билан бирга, чака-танга пуллар зарб этишни ҳам йўлга қўйди. Шу билан бирга у фото ва киночилар ҳаракатини кенг камровда давом эттиришга интилиб, республиканинг турли жойларида фототўғараклар очди, мактаб, интернат ва билим юртларида ўқув курслари ташкил этди. Фотокино тарихи, босиб ўтилган жараён, тажрибалари ҳақида мақолалар ёзди.

Айни пайтда эса ўзи шоғирдлари билан Хоразмнинг турли жойларидан лавҳалар ишлади, ташкил этилган газеталарга суратлар бериб борди. Кинотеатр очишга ҳам ҳаракат қилди. ХХР ҳукумат аъзоси сифатида Х.Девонов сиёсий фаолият ҳам олиб бориб, 1923 йилнинг август-декабрь ойларида Москвада халқ хўжалиги кўргазмасини ташкил этишда қатнашди. Кўргазмага нафакат сиёсий арбоб, балки етук кино устаси сифатида ташриф буюриб, «Хива ва хиваликлар», «Ўрта Осиёнинг меъморий ёдгорликлари» номли кинолавҳалар ишлаб, уларни россияликларга намойиш этди¹.

1924 йилда ХХР тугатилгач, у сиёсий фаолиятдан четлашиб, умрини санъатга бағишлади. Шоғирдлари билан фотокинолавҳаларни суратга олди. Кейин эса «Узбекистанская правда» газетасининг Хоразмдаги, Москвадаги «Совкино»нинг Ўзбекистондаги махсус мухбири бўлиб, суратлар олди, кино ишлаш билан машғул бўлди. Аммо 1928 йилдан шўроларнинг мажбурий равишда авж олдириб юборган коллективлаштириш сиёсати Худойберган Девонов ҳаётига ҳам таъсир қилди.

¹ Умид Бекмуҳаммад. *Ўзбек фотокиносининг асосчиси*. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

У бор ери, мол-мулкини Хивада ташкил қилинган колхозга топширишга мажбур бўлади. Бу ҳол сабабини у кейинчалик шундай тушунтириб ўтган: «Агар 1926–1927 йилларда ўн беш ярим танов келадиган ер-сувимни давлатга топширганимда, мени ўша вақтдаёқ, албатта кулоқ қилган ва бутун хўжалигимни тортиб олган бўлардилар. Мен шу ҳолни эътиборга олган ҳолда шундай қилишга мажбур бўлдим»¹.

Девонов мол-мулкини колхозга топширишга мажбур қилган ҳолат, 1926 йилда ЎЗССР МИК Жиноят кодексининг 80-моддасига киритилган қўшимча, яъни «Ер майдонини яширган ёки қишлоқ хўжалик асбоблари сони ҳақида нотўғри маълумот берганлик учун 3 йилгача муддат билан озодликдан маҳрум этилиб, мол-мулки мусодара қилиниши» назарда тутилган эди².

Бундан ташқари, ЎЗССР Халқ комиссарлари советининг «Меҳнат тўғрисидаги қонунлар кодекси татбиқ этилиши лозим бўлган кулоқ хўжалиқларининг белгилари ва шундай хўжалиқларни ҳисобга олиш тартиби тўғрисида» 1930 йил 6 апрелда 52-сонли қарори чиққанди.

Мазкур қарорнинг турли бандларида, «Қишлоқ хўжалик ишларида, касб-хунармандчиликда, корхоналарда мунтазам равишда ёлланма меҳнатдан фойдаланувчи деҳқон хўжалиқлари, оиласида меҳнатга яроқли эркеклар ва ўз ерига ишлов бериш учун хўжалик имкониятлари бўла туриб, ўзининг ерини ижарага берувчи ёки унга чорикорлар орқали ишлов берувчи хўжалиқлар кулоқ сифатида жазога тортилиши, ўз юртларидан бадарға этилиши» белгилаб қўйилганди.

Девоновлар оиласи эса Хивадаги Бадирхон қишлоғидаги ери ва 4 хўқизи, 2 та отини мудом ижарачиларга бериб келганди. Юқорида чиққан қарорлардан сўнг Девоновлар оиласи бор молу мулкини колхозга топширишга мажбур бўлди. Ана шу воқеалардан сўнг Девоновнинг ҳаёти оғирлашиб, моддий

¹ Умид Бекмуҳаммад. *Ўзбек фотокиносининг асосчиси*. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

² «Қизил Ўзбекистон» газетаси, 1926 йил 25 декабрь.

томондан ахволи кийин бўлиб қолади. Чунки нафакат у, балки отаси ҳам ер, мол-мулкни ижарага бериб, шундан келган фойда ҳисобига яхши яшашган, Девоновнинг ҳам ижод қилиб, фотокиночилик билан машғул бўлишига имкон бўлганди. Коллективлаштиришдан кейин ахволи оғирлашганидан бошқа танишларидан ёрдам сўрашга мажбур бўлади. У 1928 йилда Тошкентга, яъни ер ишлари халқ комиссарлигида ишлаётган Карим Болтаев ёнига боради. Девоновнинг Тошкентга келишига сабаб, янги фотоаппарат олиш учун у ерга борганди. Бироқ, пули етмагани боис, Карим Болтаевдек ҳамюртидан ёрдам сўрайди. Девонов Фарғона водийсига бориб, бораётган жараёни суратга олмокчи эканлигини айтади. Хуллас, Болтаевнинг берган ёрданидан сўнг у водийга бориб суратлар ишлайди. Натижада 1928 йилда «Узбекистанская правда» газетаси саҳифаларида Девоновнинг водийдан суратга олган фотолавҳалари чоп этилади. Ўша таҳликали, аини пайтда Девоновга ўхшаш зиёлилар ҳўрланиб қолган пайтда биринчи фотокинооператорга Акмал Икромов, Файзулла Хўжаев каби республиканинг раҳбарлари аҳволни тушуниб ёрдам беришган.

Хусусан, 1935 йилнинг сентябрида Акмал Икромов Урганчга келганида Девонов олий мартабали меҳмон ва яқин таниши бўлган давлат арбобини суратга тушириш учун олдига боради. Ана шунда А.Икромов ҳоразмлик раҳбарларга қарата, «Бунни қаранглар-а, Девонов ота ҳам кексайиб қолипти. Унга нафақа тайинлашни сўраб, округ ижроия комитети номидан хат тайёрланг ва тезроқ Тошкентга юборинг», дейди¹.

Шу сабаб, Девонов тегишли ҳужжатларни тайёрлаб, Тошкентга боради. Бироқ Акмал Икромов йўқлиги туфайли у ҳамюрти, Ўзкомпартияда ишлаётган ижодкор Қурбон Берегин билан учрашади. Мазкур сабб-ҳаракатлар сабабли Файзулла Хўжаев имзоси билан Девоновга нафақа тайинлаш

¹ Умид Бекмуҳаммад. *Ўзбек фотокиносининг асосчиси*. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

тўғрисидаги халқ нозирлари кенгашининг қарори чиқади ва у ойига 300 сўм нафақа оладиган бўлади.

У нафақат Хоразмдан, балки Тошкент ва Фарғона водийсидан ҳам лавҳалар яратиб, 1937 йил августигача давр солномачиси сифатида фаолият кўрсатган. Ўша йилнинг 17 августида унинг олийжаноб фаолиятига чек қўйилди – хонлик даврида зарбхона мудир, сарой амалдори бўлгани, хонларни суратга туширгани, жадидларга қўшилгани, ХХР пайтида нозир бўлиб ишлагани, қисқаси, миллий кайфиятдаги зиёли бўлгани учун «халқ душмани» тамғаси билан ҳибсга олинади.

Мудҳин 17 августда Девоновлар оиласи Урганчда истикомат қилар, қариндоши Гавхар Юсупова кинооператорни энг сўнгги кўрган инсонлардан бўлиб, бу ҳақда у шундай ҳикоя қилгани: «Кечкурун соат 11 лар чамаси эди. Эшик зулфи қаттиқ шарақлаб ундан кайнотам Ҳасанбой ота, унинг изидан, олдинда бир мелиса, кейинда яна бир мелиса, Девонов бува (яъни, Худойберган Девонов) кириб келдилар. Девонов бува: «Буви, суратлар турган жомадонни олиб чиқ», деб синглиси Бибижонга айвонда терс турганича ноҳушгина буюрди. Бу пайтда бир мелиса ҳужжатларни титкилаш, суратларни излаш билан овора эди. Девонов буванинг кўзларидан ёш оқар, йиғламсираб, «Биби, сув бер», дея синглиси олиб келган сувдан ичарди. Девонов бувани охириги кўрганимиз шу бўлди»¹.

Девоновнинг Урганч ва Хива шаҳарларидаги уйини тинтув қилиш пайтида Худойберганга тегишли қўшотар милтиқ, 300 га яқин фотосурат, 120 варақдан иборат ёзишма, 17 та турли-туман ҳужжатлар олиб кетилади.

Девоновнинг махбуслик анкетасида, унинг тергов давомида айтган гап-сўзлари келтирилганки, булар орқали ўша даврдаги вазиятни билиб олиш мумкин. Маълумки, Девонов Хоразм Халқ Республикасининг молия нозири бўлиб ҳам ишлаган. Жадид дўстлари мустамлакачилик бошқача кўринишда давом этмаслиги ва фожияларнинг олдини олиш учун Худой-

¹ Умид Бекмуҳаммад. Ўзбек фотокиносининг асосчиси. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

берганни Москвага ёш республиканинг мухтор вакили килиб тайинлашади. Бироқ, Москванинг ХХРдаги вакили Бик Девоновнинг Москвага боришига рухсат бермайди ва Худойберган молиячи сифатида Хивада ишини давом этдираверади. ХХРнинг биринчи рахбари бўлган Полёзхожи Юсупов ўз хотираларида Бик Девоновни Москвага юборишга норози бўлганини айтиб, «Худойберган Девоновдан бошқа кимни олиб кетсангиз сизга ихтиёр» деган. Ҳа, мустамлакачилар Девоновдан шунчалик чўчирдилар.

Аммо Девоновнинг мохир дипломатик қобилияти борлигини яхши билган «Ёш хиваликлар»дек жаҳид маслакдошлари уни 1923 йили Москвада очилажак кўргазмани ташкил этиш комиссияси таркибига киритиб, Россияга юборишади. У комиссия билан 12 августда Москвага бориб, декабрнинг сўнгги кунларида ишларни яхши йўлга қўйиб воҳага қайтиб келади.

Уларнинг юртга қайтиши мудҳиш кунларга тўғри келади. Девонов ва ХХРнинг зироат нозири Муҳаммад Аминатдинов биргаликда Хонкага етиб келишганида Хива Жунаидхон томонидан қуршаб олинган, шу боис Москвадан келаётган комиссия бир қанча муддат у ерга бормай, Тўртқўлга боришга мажбур бўлади¹.

Орадан бир неча кун ўтиб, Жунаидхон шўролар томонидан қаттиқ зарбага учрагач, Хива қамалдан озод этилади. Шундан сўнг у Хивага кириб келади, аммо тезда хибсга олинади. Унга Жунаидхон билан тил бириктириб Хивани қамал қилганларида ёрдам берганлик, унинг фотосуратчиси бўлганликда, Жунаидхон талаби билан айрим саҳналарни суратга олганлик, Москвага борганда мустамлакачилар рухсатисиз Мадрахим Девонов Германияга пахта сотганида уни тўхтатиб қолмаганликда айблашади. Ваҳоланки, Жунаидхон Хивани қамал қилган пайтда Девонов эндигина Москвадан Хоразмга келаётган, ҳатто Хивага ҳам қираолмаганди. Шун-

¹ Умид Бекмуҳаммад. Ўзбек фотокиносининг асосчиси. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-асосчиси.html>

дай тўқима айблар қўйилган вазиятда яна уни жадид дўстлари айби йўқлигини исботлаб озод этишади.

1937 йилда унга қўйилган айблардан яна бири Хивага келган туркий халқлар озодлик ҳаракати йўлбошчиларидан бири Закий Валидий воҳага келганда, у билан маслакдошлик қилганлиги эди. ХХР даврида Хивани кўриклаш гуруҳи, яъни милиция раҳбари бўлиб ишлаган Назар Шоликоров ўз хизмат бурчига кўра Хивага келган ҳар қандай кишини кузатиб юришга, шу туфайли бўлиб ўтган воқеаларни 1937 йилда ҳибсга олингач, айтиб беришга мажбур бўлганди.

Шунга кўра, Девонов ва Валидий ҳақида бундай дейди: «Мен уч кунгача (Хоразмга) кимнинг келганини билолмай юрдим. Юсупов (ХХР ҳукумати бошлиғи бўлган Полёзхожи Юсупов) бошлик барча халқ комиссарлари уйларига ҳам келмай қаердадир йиғилиш ўтказаятган эдилар. Бу ҳол менда шубҳа уйғотди. Хоразм билан Бухоронинг бирлашган ҳолда кураш олиб бориши учун Хоразмга бухоролик вакиллар келишган эди. Мен музокара олиб бориш учун вакил этиб тайинландим. Романов мен билан бирга эди. Мени ёнимда ўтирган Мулла Бекчон орадан бир неча соат ўтмай кенгашни эртага қолдиришимни сўради ва ўзининг бу илтимосини уйида меҳмони борлиги, кетиши зарурлиги билан изохлади. Мен рози бўлдим ва биз иккимиз бир отга миниб у билан бирга кетдик. Девоновнинг уйига яқин қолганимизда у отдан тушиб қолди. Мен уйга келганимдан сўнг тоғам Олланазарни халқ комиссарларининг уйдаи, йўқлиги эканликларини текшириш учун юбордим. У милиция билан юриб, кечаси соат учда Юсуповни тутиб келтирди, аммо мен уни қўйиб юбордим.

Эрталаб Юсуповнинг олдига бориб, ўтган кеча қаерда бўлганини суриштирдим. У Раҳмонов Бекчоннинг, Жуманиёз хожи Полвонниёзовнинг, сўнгги кечада Худойберган Девоновнинг уйида бўлганини айтди. У ерда Закий Валидий билан бирга Айдаров ҳам бўлган. Юсуповнинг сўзларига қараганда,



И.Панов. «Эски шаҳар ва Кўкалдош мадрасаси кўриниши».
1892 йил. Тошкент

уларга кийим-бош ва пул бериб, Бухорога кузатиб қўйишган экан»¹.

Хуллас, 1920–1924 йиллардаги ХХР даврида бундай зиддиятли воқеалар кўп бўлиб турарди. Девоновнинг мохир дипломат эканлигини шу нарсадан ҳам билса бўладики, хонлик даврида туркман уруғлари билан давом қилиб келаётган можароларни у ХХР даврида оқилона тинч йўлга қўя олди.

Девонов ана шундай мураккаб вазиятда ҳам фото ва кино билан машғул бўлишни унутмади. Шогирдлар тарбиялаб, бор билимини ёшларга ўргатди. Умуман олганда, ўша даврдаги қийин вазиятга қарамай, Девоновнинг кино ва фотосанъатга қўшган ҳиссасини билиш учун бир манбага мурожаат қилайлик. «Инкилоб куёши» газетасининг 1928 йил 27 июлдаги сонида ёзилишича, «Хивада 16 июнь куни Девонов иш фаолиятининг 25 йиллик юбилеи ўтказилади. Юбилейда катнашган Девонов тадбир иштирокчиларининг савол-

¹ Умид Бекмуҳаммад. *Ўзбек фотокиносининг асосчиси*. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

ларига жавоб кайтариб, йиғилганларга иш бошлаган илк даврлари хакида сўзлаб берди»¹.

Девонов ёш хаваскорлар етиштиришда ҳам катта хизматлар килди. Бир хивалик йигитни шогирд килиб олиб, уни яхши фотографчи килиб тайёрлади. Шу каторда яна бир йигитни 3 йилдан бери ўргатиб келадир. Бу йигит ҳам ҳозир ғайратли фотограф бўлди. Девонов хусусий кишиларни етиштириш билан каноатланмай, мендан Хива учун эсдалик колсин деб, 1924 йилда Хивадаги таълим-тарбия фото шўъбаси очди. Бунда ўз аппарати, ўз ғайрати билан 13 болани текинга фотограф ишига тайёрлади.

Вилоят ижрокўми Девоновнинг ишларини баҳолаб, ишчидехконлар номидан бир олтин соат тақдим этди. Девонов кино ва фотосанъатга кўпроқ ҳисса кўшиш ниятида эди ва шунга интиларди. Аммо... аммо 1937 йилдаги катағон «машинаси» уни ўз домига тортди.

1938 йил 5 октябрь кунини эрталаб соат 10 дан 35 дакика ўтганда бошланган машъум суд 20 дакика давом этиб, унда Девонов тақдири ҳал этилади – биринчи ўзбек фото ва кино оператори, режиссёри, ана шу санъатларнинг тарғиботчиси Худойберган Девонов отишга ҳукм этилади. Ҳукм ўша даврдаги одатий тарзга кўра шошилишча ижро этилган²...

1920-йилларнинг биринчи ярмида ўзбек фотографиясининг шаклланиши ва камол топишига фотосанъат усталари билан бир каторда кинооператорлар ҳам самарали ҳисса қўшдилар. Улар меҳнат шижоати авж олган жойларда кинокамера ва фотоаппарат билан умрбокий лавҳаларни суратга олдилар. Биз бу борала кинооператорлардан Д.Вертов, Х.Девонов, М.Қаюмов, В.Шевченко, Ф.Назаров, М.Арабов, Д.Демуцкий,

¹ Умид Бекмуҳаммад. *Ўзбек фотокиносининг асосчиси*. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

² Умид Бекмуҳаммад. *Ўзбек фотокиносининг асосчиси*. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html> <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

М.Ковнат, Д.Сода, В.Усова ва бошқаларнинг меҳнатларини миннатдор бўлиб эслаймиз. Улар ажойиб асарлар яратиш билан кифояланмасдан, ўз тажрибаларини маҳаллий ёшларга ҳам ўргатишда катта фаолият кўрсатдилар. Булар А.Раҳимов, А.Саидов, О.Турсунов, К.Розиков ва бошқалар эди. Кейинчалик уларнинг сафига «Қизил Ўзбекистон» ва «Правда Востока» газеталарига фотомухбир бўлиб келган И.Глауберзон, В.Сироткин, И.Збарский, Г.Перменев қўшилади. Шу туфайли республикамизда нашр этилган газета ва журнал саҳифаларида фотосанъатга оид асарлар, кўплаб кадрлар ўрин ола бошлади. Улар мавзу жиҳатидан ранг-баранг эди.

Иккинчи жаҳон урушидан кейинги йиллар. Республика фотосанъатининг урушдан кейинги тараққиёт босқичи 1946–1955 йилларни ўз ичига олади. Бу давр кун тартибига республика халқ хўжалиги ва маданиятини янги иқтисодий ва тарихий шароит асосида қайта қуриш ва янада юксалтириш масаласи қўйилган эди. Зотан, шу даврда уруш туфайли ўз фаолиятини вақтинча тўхтатиб қўйган газета ва журналлар нашр қилина бошланди. Бу нарса матбуот соҳасига фотомухбирларнинг кўплаб кириб келишига имконият яратди. Бу даврда катта тажриба ортирган фотожурналистлардан А.Турсунов, К.Розиков, Н.Ключнев, Г.Перменов, И. Глауберзон, В.Сироткин, И.Збарский, А.Безносков ва бошқалар ҳаётнинг қайноқ ўчоқларида бўлиб, кўплаб суратлар ишладилар.

1950-йиллар жамият ҳаётида, шу жумладан, фотография соҳасида ҳам бурилиш даври бўлди, фотография соҳасига кўплаб ёшлар дадил кириб келдилар ва улар ҳаётда муносиб ўрин топдилар. Газета ва журнал саҳифаларида эълон қилинган суратларда, фотосанъатга бағишланган кўргазмаларда ҳаётнинг ўзи бутун қарама-қаршиликлари, зиддиятлари билан намоён бўла бошлади.

1960-йиллардан кейин нашр этилган газета ва журналларда чоп қилинган фотосуратларнинг тематикаси ғоят ранг-баранглашди. Фотомухбирларнинг асарларидан иборат фотокўргазмалар ташкил этиш йўлга қўйила бошланди.

Ўтган асрнинг олтмишинчи, етмишинчи йиллари, саксонинчи йилларнинг биринчи ярми тургунлик даври сифатида тарихга кирди. Бу даврда шахсга сиғиниш, муваффақиятларни қаламга, тасвирга олиш авж олиб, камчилик, нуксонлардан кўз юмилганди. Оммавий ахборот воситалари, унинг бир қисми бўлган фотография ҳам асосан ижобий фактларни сурагга олиш билан машғул бўлди.

Иккинчи жаҳон урушидан кейин Тошкентда «Еженедельная фотогазета»нинг чоп этила бошлаши фотосанъат, хусусан, фотожурналистика ривожига туртки беради. Газета саҳифаларида Г. Перменёв, В. Косовский, Р. Шамсутдинов сингари фотожурналистларнинг ижтимоий, маданий, сиёсий, иқтисодий ҳаётнинг турли жабҳалари ва муҳим воқеалари акс этган суратлари мунтазам чоп этиларди.

XX асрнинг 1950-йилларидан Журналистлар ижодий уюшмасининг фотосекцияси, жойларда фотоклублар ва фотогуруҳлар фаолият олиб бора бошлайди. Барча кўргазмаларда, вақтли матбуот саҳифаларида меҳнат мавзуси ҳамда портрет суратлар асосий ўрин эгаллай бошлайди.

1966 йилда Тошкентда ер кимираши ва ундан кейинги улкан қурилишлар ҳужжатли фотожурналистикани янги босқичга кўтарди, дейиш мумкин.

Фотографиямизнинг ҳам сон, ҳам сифат жиҳатдан ўсиши мустақиллик йилларига тўғри келди. Соҳага янги, истеъдодли кучлар кўшилди. Фотография техникаси ўсди, янги аппаратлар пайдо бўлди. Таникли фотографияларимиз кўргазмалари намойиши яхши бир анъанага айланди. Россия, Франция, Япония, Бельгия ва бошқа мамлакатларда фотосанъатимизнинг энг яхши намуналари намойиш этилди ва юқори баҳо олди. Ҳар бир воқеа тасвирга олинса, у ўз ижодчиларигагина эмас, балки кенг жамоатчиликка аён бўлди. 1960–1970 йилларнинг газета ва журнал саҳифаларига назар ташлар эканмиз, уларда берилган фотосуратларнинг изоҳида фотомухбирлардан Р.Альбеков, С.Маҳкамов, Р.Шарипов, В.Молгачев, Н.Муҳаммаджонов, Ш. Шаропов, А.Тўраев ва бошқаларнинг номларини учратамиз.

Республикамизда чоп этилаётган кўплаб газета, журнал, китобларда иложи бориचा кўпрок, кизикарлироқ ок-кора ва рангли фотосуратлар беришга, нашрни жозибадор, мазмундор қилишга интилиш кучаймоқда. Айни чоғда фотография санъатига бағишланган махсус журналга эҳтиёж, зарурат йилдан-йилга ортиб бормоқда.

1879–1940, 1941–1990, 1991–2004 йилларда яратилган энг сара суратлардан ташкил топган, 2007 йили нашр этилган «Ўзбек фотографияси. 125 йил» номли уч жилдлик, рангли антология маданий ҳаёт идизида катта воқеа бўлди. Ноёб суратларнинг бари ва ҳар бири ўқувчи, томошабин онги, шуурига мўл озиқ беради, билим, тасаввурларни бойитади, эстетик лидни ўстиришда муҳим аҳамият касб этади. Туркистонда, ҳозирги Ўзбекистонда кенг тарқалаётган, бир вақтнинг ўзида бу ўлкада ҳам фотосанъатнинг ўзига хос мактаби юзага келиб, шиддат билан ривожланиб боргани ҳақида негадир сўз юритилмаган. Ватанимиз фотографияси ижодий пойдевори асосчиси Х.Девоновдан бошлаб, ниҳоятда ноёб дурдоналарни яратиб, маданиятимизнинг тарихан ўзига хослиги, таъсирчанлигини бутун борлиги билан сақлаб қолган ҳолда, келажак авлодларга интилган фотоусталарнинг илмий услуби шакллана бошлади.

3-§. Фотожурналистикада оддийликдан машҳурликкача

Фотография оммавийлиги, эстетик завқ бериши билан қимматли, аҳамиятли ва бу сифатлари билан санъатнинг анъанавий турлари билан ҳамкадамдир. Ўқувчини рангтасвир, меъморчилик, ҳайкалтарошлик асарлари билан тарбиялаш мушкул, фотография бўлса ҳамма жойда ҳозир у нозир, унинг кучи ҳам, ожизлиги ҳам ана шунда. Савол туғилади: «Фотография санъат деб аталишга ҳақлими ёки шунга яқин бир нарсами?» Айтиш жоизки, нисбатан оз сонли фотосуратлар чинакам санъат асари ҳисобланади. Бугун ҳар ким фотосурат олиш имкониятига эга. Сўнгги русумдаги уяли алоқа телефонларининг бу борада имконияти катта. Аммо уларда олинаётган ва ижти-

мой тармоқларга жойлаштириладиган суратларнинг аксариятини, афсуски, санъатга ҳеч қандай алоқаси йўқ. Зар кадрили заргар билар, деган гап бор. Фотография сир-асрорларини, мавзу танлаш, композицион ечим, характер яратиш, ёритиш маҳорати ҳақида энг муҳим, керакли фикрларни етук фотограflар айтишган. Машҳур француз фотопублицисти **А.Картье-Брессон** фикрлари бу жихатдан, айниқса, диққатга сазовордир. «Мен учун фотография секунднинг қандайдир лаҳзаларида ҳодисанинг моҳиятини идрок этиш ва уни шундай бадий шаклда беришдирки, токи томошабин ҳодиса маъзини аниқ ва ёркин ҳис этсин. Сурат олиш учун йўлга отланар эканман, кўнглимдан: «Шундай тасвирга туширгинки, мана буни чинакам асар деса бўлади, дейишсин», – деган ният ўтади. Суратга олиш жараёнининг ўзи мен учун ҳузурбахш. Мен воқеа рўй бераётган жойда ҳозир бўлишни яхши кўраман. Токи мен «Ҳа! Ҳа! Ҳа!» – дейдиган, ҳеч қачон «бўлиши мумкин», «Эҳтимол» демайдиган бўлайин. «Агар-магарлар»дан воз кечиш керак. «Ҳа» – бу лаҳза. Бу – ҳақиқий ҳолат. Затворни босишинг ниятинг билан қўшилиб кетсин. Суратга тушуришни ўрганиш техник нуқтаи назардан мусиқани, ранг-тасвири ўрганишга караганда осонроқ. Бундан, ҳунаримизни эгаллаш осон, деган фикр туғилмаслиги керак. Бундан ташқари, бизнинг ишда фикрнинг йўқлигини қандайдир устамонлиқлар, техник бежаб-бўяшлар, ғалати объектив, филтрлар ва ҳоказо «хунар»лар билан пардозламокчи бўлади. Суратга туширишни осонлиги, чиройли фотографик инсценировка, фотореклама жанрининг гуллаб-яшнаши, савдо-сотиқдаги омад – фоторекламаларга катта гонорарлар тўланади, ахир буларнинг бари ҳатто истеъдодли одамларни ҳам бузади. Улар маҳоратини ўстириш, изланиш ўрнига буюртмачининг кўнглини топиш, навбатдаги «хайратангиз» картинани яратиш пайи-



дан бўлишади. Сюжет фактларни калаштириб ташлаш дегани эмас, негаки, фактларнинг шунчаки ўзи кизикарли эмас. Уларнинг ичидан нимани танлаш – теран ҳаётийлик нақши бўлган фактни бера билиш, қандай нуқтаи назардан туриб ёндашиш муҳим... Фотографияда новеллани эслатадиган нимадир бор. Бир лаҳзалик сурат баъзан катта баённинг ўрнини босади»¹.

В.А.Никитин «Фотографлар ва фотографиялар ҳақида» китобининг «Ҳал қилувчи лаҳза» очеркида ҳамкасбининг А.Картье-Брессон билан Ўрта Осиёда бирга бўлган онларини эслаб, шундай ёзади: «Улар Тошкентда меҳмонхонадан чиқиб, ўзларини олиб кетадиган машинани анча вақт кутиб қолишади. Брессон кўп одам тўпланган такси тўхташ жойига боради-да сурат олишга тушади. Уч соатча одамларни кузатади, сурат олади. Ҳар доим сурат олишга шайлик унинг қонига сингиб кетган эди»².

Таникли фотограф Абдуғани Жуманинг кўпгина суратлари ўзбек фотопублицистикаси, фотосанъати намуналари бўла олади.

Ўз вақтида иктисодиёт институтини битирган Абдуғанини фотография ўзига ром этади, сеҳрлаб қўяди. Ҳаёти, фаолиятини шу соҳага бағишлайди. Ҳозирга қадар Абдуғани Жуманинг тўрт марта шахсий кўргазмаси ўтказилди. Абдусатид Кўчимовнинг «Биз сув ичган дарёлар» китоби **Абдуғани Жума** фаолияти, маҳоратига бағишланган «Фотограф» очерки билан бошланади. Публицист таҳлиллари, фотографнинг айрим суратлари олинishi жараёни ҳақидаги хикоялари мароқли ва таъсирли.

«Абадият қонуни» суратини режиссёр Али Ҳамроев билан мусаввир Раҳим Аҳмедов дала боғига борганда олганини эслаб, фотограф шундай дейди:

¹ <http://www.si-foto.com/wp-content/uploads/2013/01/henri-cartier-bresson-age-of-silver-c2a9-john-loengard.jpg>

² Никитин В. А. Рассказы о фотографах и фотографиях. Решающее мгновение (Анри Картье-Брессон). <http://spbphotographer.ru/2015/11/nikitin-cartier-bresson/>

«Атрофни айланиб юриб, ариқдаги кўприкка кўзим тушди. Ёғоч чўплари эскириб кетган. Кимсасиз кирда қилпилаб турибди. Мошин-пошинни кўтариши маҳол, арава ўтсаям синиб кетиши



мумкин. Сув бир хил жимирлаб оқиб, сув ўтлари титраниб говланиб турибди. Натура. Юз йилдир, минг йилдир ахвол шу. Инсон умри кўприкдан бир марта ўтиб қайтгандай гап. Шуларни ўйлаб ўтирсам, кўприкдан бола кўтарган аёл ўтиб қолди. Туширдим. Ўйлаганимча чиқмади. Бироздан сўнг бузук стаклаган бола ўтди. Нимадир етишмаётгандек эди – олмадим. Устига икки боғ ҳашак ортган эшак ўтди, елкасига ўрок ташлаган икки йигит ўтди. Мен кутяпман. Кўприкка яқин тепаликда ёнбошлаб кутаяпман. Эсимга Баҳодир Йўлдошев тушди. Унинг расмини олиш учун ҳам бир соатдан ортиқ кутгандим. Бир маҳал йўл бошида жуни тўкилган қари кўппак кўринди. Судралиб кўприкка етди. Тахта-ёғочлар орасидаги катта-катта ёриқлардан чўчиб, сакраб ўтмоқчи бўлди. Кўркиб кетдим. Шундай қилса тарихий ҳолат бузилиб қоладигандек эди. Йўк, ҳар қалай, сакрамади. Кувониб кетдим. Кўзимни ракурсга босиб пойлаяпман. Нафас олишдан чўчийман. Ит пайкаб қолиб, изига қайтиб қолса нима бўлади, деб ташвишланаман. Ит аста кўприкка чиқди. Юриб боряпти. Олдинги оёғи ерга тегди, кейингиси кўприкда. Олдим! Инсонни чуқур хаёлларга толдирувчи бундай манзара ҳар донм учрамайди». Абдуғани Жума ушбу сурати – санъат асарини гурур билан «оддий расм эмас – шедевр, менинг шедеврим!» – дейди. Абдуғани Жума уста-хонасида бўлган киши хос хоналари, деворлари ранг-баранг фотосуратлар, рангтасвир асарлари билан безангани, ўнлаб, юзлаб негативлар сақланаётганини кўриб қойил қолади.

Бизга фотография ҳақида катта-кичик китоблар кўрсатиб қувонганича: Россияда фотопублицистика, фотосанъат, унинг муаммоларига бағишланган бир қанча номзодлик, докторлик



диссертациялари ёқланган. Бизда эса лоақал бирорга номзодлик диссертацияси ҳам ёзилмаган», – дейди.

Фотограф ҳақ гапни айтиб, қуюнганича бор. Номзодлик диссертацияси у ёқда турсин, бир-иккитасини ҳисобга олмаганда, магистрлик диссертациялари, малакавий-битирув ишлари ҳам деярли ёзилмаётир.

Ҳолбуки, бундай ишларга эҳтиёж, зарурат кагта.

Таникли фотопублицист **Рустам Шагаев** ЎзДЖТУ халқаро журналистика факультети билан учрашувида ўттиз икки йиллик ижодий тажрибасидан келиб чиқиб, мавзу топиш, ракурс танлаш, характер яратиш, расмга ҳос, мос матн бериш, алоҳида мақола, очерк ёзиш, қаҳрамон, персонажлар билан мулоқот одоби ҳақида қизиқарли, ибратли ҳикоялар айтиб берди, альбомидаги бир канча суратларни кўрсатиб, уларнинг яратилиш тарихини марокли ҳикоя қилди: «Сергелидаги машина бозорини вертолётдан туриб олганман»; «Минораи Калонни олишим учун Мерседес-бенсинг махсус мосламашотиси эллик метрча кўтариб турган»; «Тўлишиб пишган мана бу бугдойзордаги отахон деҳқонни суратга туширишим учун мени ўзимдан ҳам бўйдор-барваста меъзон ўз хоҳиши билан, елкасида кўтариб турган эди»; «Афғонистонда бир ой юрганимда мусулмонлигим, самимий муомалам, бегараз, соф ниятда суратга олаётганим иш берди».

Ўзбекистон мустақилликка эришгандан сўнг бошқа соҳалар катори фотосанъат, фотожурналистика ҳам янгича руҳ, янгича шиддат билан ривожлана бошлади. Сурат олиш ва чоп этишнинг замонавий воситалари кенг қўлланилиши боис тақдим этилаётган фотоасарларнинг сифати ва бадний даражаси ҳам кескин ўсди. Бугунги кунда Эрнест Куртвелиев, Турсунали Қўзиев, Рустам Шокиров, Ҳасан Пайдоев, Ҳус-

ниддин Атоев ва бошқаларнинг маҳорати ва фаолияти ўзбек фотожурналистикасининг ривожига хисса қўшмоқда.

Ўзбекистон Республикаси санъат арбоби, Ўзбекистон Фанлар академиясининг академиги **Турсунали Қўзиев** миллий фотожурналистикамизнинг бугунги кунига баҳо берар экан, шундай дейди:



«Ўзбек фотожурналистикасининг ҳақиқатдан ҳам шонли тарихи, тап олинган мактаби бор эди. Бу, ўз навбатида, миллий фотожурналистикамизнинг тарихини, унинг ўзига хос олтин даврларини, миллий мактабининг яратилишига ва юксак чўққиларга чиқишига ўз ҳиссаларини қўшган ёрқин номларни санаб ўтишимиз, уларни доимо ҳурмат билан эслашимиз зарур. Бугунги кунда улардан бир-иккитаси қолган, холос.

Албатта, миллий фотожурналистиканинг янги авлод вакиллари етишиб чиқмоқда. Хуснитдин Ато, Ҳасан Пайдов... Бирок ушбу авлод фотожурналистларининг ижодига назар ташлар экансиз, улар ўта замонавий фототехнадан, уларнинг мураккаб имкониятларидан самарали фойдаланаётганлиги қанчалик билинса, шунчалик старлича «мактаб» кўрмаганликлари сезилиб туради.

Бугунги кунда фотожурналистикани «умри тугади»га чиқариб қўйганлар анчагина.

Бирок, тарихга бир назар ташлайлик, фотография пайдо бўлганда башоратчилар бир овоздан: «Ана энди рассомчилик ўлди», деб жар солишганди. Мана 180 йил ўтди ҳамки, рассомлар тирик. Кино пайдо бўлганда театрга марсия ўқилганди, телевизор пайдо бўлгач, театрни йўқолдига чиқаришганди. Фотожурналистика ўлиши, йўқолиши мумкин эмас, чунки тасвирсиз далил йўқдир. Ибтидоий даврларда аудиофайллар, кейинчалик эса «юз марта эшитгандан бир марта кўрган аф-



зал» визуаллар даври келганди, энди эса кинетиклар даври келган экан, фотография, фотожурналистика айнан аудиовизуал кинетиклар талабларини яхлит шаклда етказиб бера оладиган муҳим воситага айланди. Унинг аҳамияти ва мазкур хусусияти якин орада ўз муқобилини топа олмайди. Демак, биз замонавий фотожурналистика

миллий мактабининг асосларини, услубиятини қайтадан тиклашимиз шарт. Бўлмаса бугунги кунда босма оммавий ахборот воситаларининг саҳифаларида чоп этилаётган «рекламасифат», паст савияли, сифатсиз фотосуратлардан безиб юраверамиз, чоп этилган фотолар эса фақат суратда ўзини таниган фермернигина хурсанд қилишдан нарига ўтмай қолаверади»¹.

Ўзбекистоннинг етакчи фотожурналисти, замонавий фотосуратчи, ўзининг бетакрор, ғоявий жиҳатдан ранг-баранг ишлари билан бир неча бор юртимизни жаҳон айвонида намойиш қилган **Эрнест Куртвелиев** ўз ижоди ва бугунги замонавий фотожурналистика хусусидаги фикрлари билан миллий журналистиканинг ўзига хослигини очиб беради:

«Яхши фотосурат аввало ўзида ҳаракатни мужассамлаштириши лозим. Мен саёҳат қилишни хуш кўраман ва қаерда бўлмай айнан ўша ҳудуд, халқ, мамлакатга хос бўлган, оддий одам эътибор бермайдиган деталарни кўрсатишга ҳаракат қиламан. Юртимизни деярли тўлиқ айланиб чиқдим. Кўхна шаҳарларимиз, қадимий обидалар, тенгсиз кўллар, бетакрор табиатини суратларимга муҳрладим. Индонезияга сафарим жараёнида у ердаги бетакрор урф-одатларни, оддий одамларнинг ҳаётини, жунгли ўрмонларининг салобатини, Европанинг дурдонаси Прага шаҳрининг меъморчилиги, Барселонадаги фламенко ракси, Шимолий Америка ландшафтининг

¹ Қосимова.Н. Турсунали Қўзиев: «Бугунги кундаги ўзбек фотожурналистикаси фотопублицистикага муҳтож». http://nargis.uz/article_view.php?id=249

Ўзига хослиги ва гўзаллигини ўз суратларимда кўрсатишга ҳаракат қилдим. Фотография дунёга объектив орқали бошқа кўз билан қарашга имкон беради. Масалан, мотокроссни олаётганимда, спортчидан кичкинагина қўлмақдан мотоциклини ҳайдаб ўтишини сўрадим. Ҳосил бўлган сув томчилари эса суратдаги мотоциклчини бошқача ракурсда кўрсатди. Албатта ҳаракатдаги жараёни олиш учун маҳорат ва озрок иктидор керак, деб ўйлайман. Афсуски, орадан 25 йил вақт ўтганига қарамай Ўзбекистон босма ОАВда берилаётган суратларда динамика ва ёрқин ранглар, ҳиссиёт етишмайди. Фотожурналист кўз илғамайдиган оддий нарсаларни кўрсата олиши, ОАВ учун олинаётган ҳар бир сурат ўзида фойдали ва зарур маълумотларни акс этиши лозим»¹.

Ўзбекистон Бадий академияси қошидаги фоторассомлар секцияси, Тошкент фотография уйи, мамлакатимиз ва хорижда мунтазам ўтказиб келинаётган фотокўргазмалар юртимиз фотосуратчилари ва фотожурналистларининг имконият ва ютуқларини намоён этмоқда.

2-БОБ. ФОТОЖУРНАЛИСТИКАНИНГ ТЕХНОЛОГИК ВА ТАШКИЛИЙ АСОСЛАРИ

1-§. Фотожурналист қуроли: фототехника

Биз кўзларимиз билан кўраётган ҳар бир нарсани ўтқинчи. Инсон кўз садафига олган оламни эслаб қолиши мумкин, лекин уни хотирага ёзиб олиб ҳам, бошқаларга кўрсатиб ҳам бўлмайди. Бу вазифани бажариш учун эса бизга ФОТОКАМЕРА керак. Бу ёруғлик ўтказмайдиган қутича фаолияти учун қуйидаги беш унсур талаб этилади:

1. Бирор бир объектдан ёруғликни ёзиб олувчи, оптик тасвир ҳосил қилувчи сенсорлар;

¹ Қосимова Н., Эрнест Куртаелиев: «Фотожурналист ёлғон сўзламаслиги, аксинча одамларга ҳақиқатни кўрсатиши лозим». http://nargis.uz/article_view.php?id=402

2. Сенсорга объектдан таркалаётган ёруғлик нурларини йиғувчи линзалар;

3. Линзалардаги сенсорга қанча ёруғлик етиб боришини назорат қилувчи аппаратура ва диафрагмалар;

4. Сенсорга қачон ва қанча ёруғлик тушиши мумкинлигини назорат қилувчи затвор;

5. Камерани сурати олинадиган объектга тўғирловчи мослама (виевфиндер).

Фототехника тарихига назар ташлар эканмиз, юқорида тилга олинган камера-обскурадан сўнг айнан унинг тамойиллари асосида ишлайдиган бир объективли ойнали фотоаппарат инглиз кашфиётчиси Т. Саттон томонидан 1861 йили патентланади. 1896 йили И.Карпов томонидан Россияда ҳам фотоаппарат ясалади. Икки объективли ойнали фотоаппаратни Р. ва Дж. Беклар патентлашади. 1929 йили немис конструкторлари Р. Гейдике ва П. Франкелар ойнали фотоаппарат – «Роллейфлекс»ни ясаб, у мунтазам равишда такомиллаштирилган ҳолда 60 йил давомида сотувга қўйиб келинди. 1855 йили эса кичик, қутили фотоаппарат ихтиро қилинади. У осонгина аёлларнинг сумкачасига сиғар ҳажмда эди. Полиция учун инглиз ихтирочиси Т. Болас 1881 йили иккита «детектив» фотоаппаратларни ясайди. Уларда олинган суратларни шу заҳотиёқ чиқариш мумкин эди. Бундай фотоаппаратлар сумка, бинокл, соат кўринишда бўлар эди. 1890–1950 йилларда бокс-камера номини олган фотоаппаратлар кенг тарқалади. Уларнинг ичида энг машҳури «Kodak» фотоаппарати бўлиб, у фототехника ривожининг янги босқичини бошлаб берди. Фотоаппарат плёнкага 100 та сурат олиш имконига эга эди.

1890-йилларда нурга нисбатан юқори сезувчанликка эга бўлган фотоплёнканинг яратилиши фототехника ривожини янада жадаллаштирди. Айнан янги модификациядаги фотоаппаратлардан бири 1929 йили Германияда ишлаб чиқарилган «Иконта» эди. Янги изланишлар стерео ва панорамали фотокамераларнинг яратилишига олиб келди. Стереоскопик суратга олишнинг биринчи тажрибаси Мозер томонидан 1844 йилда амалга оширилди. Айнан унинг иш-



лаш принципини 1849 йилда машҳур инглиз физик-оптиги Д. Брюстер тасвирлаб берган эди. 1850 йили Милле ва 1852 йили Дансер дагеротип платиналарда суратга олиш учун фотокамералар яшади. Россияда стереоскопик аппарат Н.Ф. Александров томонидан 1854 йили ясалган эди. Конструктор Д.П. Езучевский 1875 йили стереоскопик фотоаппарат яратиб, у олдингисидан 12 та 7X8,5 см хажмли курук бром-желатин пластинкаларда суратга олишга мўлжалланган эди. Фотокамеранинг шу захотиёқ суратга олиши учун затвор ва видержкаси мавжуд бўлган. У 1878 йили Париждаги кўргазмада бронза медалига лойик деб топилган.

1912 йили америкалик Ж. Смит 35 мм.ли киноплёнкага суратга оладиган кичик хажмдаги фотоаппаратни ясайди. Кейинчалик Францияда шутурдаги «Хомеос-3», Германияда «Минограф» ва бошқалар ишлаб чиқарила бошланади. 1913 йили Э. Лейц фирмасининг муҳандис-конструктори О. Барнак кичик форматли фотоаппаратни ясаб, унга «Ur Leica» деб ном беради. 1925 йили эса 1000 донга «Leica-1» фотоаппаратлари

ишлаб чиқарилади. 1935 йили жуда кичик ҳажмли «Минокс» (В. Заппа), Германияда «Линхоф», Швейцарияда «Синар» фотоаппаратлари яратилади.

2-§. Рақамли фотокамералар

Бугунги кунда компьютер тугмачаларига боссангиз, монитор экранида виртуал ёзадиган машинка, рассом устахонасидаги энг бой рангли бўёқлар ва чўткалари, мусикий транзисторлар, катта кутубхона пайдо бўлади. Бу ерда бадиий фильм ёки мусикий видеоклип кўрсак ҳам, модем ёрдамида дўстларимизга кўнғирок қилиб, ишдан чалғимай, гаплашиб олсак ҳам бўлади.

Энди эски фотоаппаратингизни унутсангиз ҳам бўлади. Чунки рақамли камера кичик компьютер бўлиб, барча амалларни ўзи бажаради. Сиз фақатгина тугмачани боссангиз бўлди. Рақамли фотокамеранинг афзалликлари:

биринчидан, ҳеч қандай фотоплёнка керак бўлмайди, демак, суратларни чиқариш ҳам керак эмас. Агар сизда рангли принтер бўлса, натижани дарҳол чиқариб кўрсангиз бўлади;

иккинчидан, муваффақиятсиз кадрларни расмга олиш жараёнининг ўзида йўқ қилиш мумкин, бу кўп харажатлардан озод қилади;

учинчидан, фотосуратни телевизор ёки монитор экранида кўриш, бир қисмини компьютер хотирасида сақлаш ҳам мумкин;

тўртинчидан, кўп камералар узоқлашиб қолган объектларни яқинлаштириш мумкин, овозли таҳлилларни ёзиб олиш ва видеога олиш (юқори сифат бўлмаган ва фақат қисқа муддат – 12 с.гача ёзиш) мумкин;

бешинчидан, суратларни дарҳол ўрнатилган ЖК дисплейда кўриш мумкин.

Ҳар бир фотокамерада ёруғлик сезувчи матрицаси мавжуд. Уни CCD (Charge Couple Device) ёки ПЗС (зарядли алоқа ускунаси) дейилади. Кўпинча камераларда 1/3 дюймли матрица ўрнатилади. У электр сигналлар орқали объект ёритилганлиги

хақидаги маълумотни етказадиган ёруғлик сезувчи элементлардан иборат. Фотокамеранинг хусусияти тўғридан-тўғри матрица элементлари миқдориغا боғлиқ. Ишлаб чиқарувчи фирмалар доим қатъи ўлчамли русумларни ишлаб чиқармоқда, демак, матрица элементлари миқдори ҳам ошиб бормоқда. Агар эски русумларда бундай элементлар 350 мингга яқин бўлган бўлса, янги аппаратларда икки миллиондан ортиқ. Матрицалар анчадан бери нафақат рақамли фотокамераларда, балки маиший видеокамераларда ҳам қўлланилади. Сурат сифати матрицанинг ёруғлик сезувчи элементлар сони билан аниқланади: энг муҳими, фототехникада оптика сифатида бўлади. Рақамли фотокамералар фокус масофаси 8 мм ($f=8$ мм. F3 эквивалент 35 мм.ли камералар учун $f=35$ мм.) атрофида ўзгариб туради. Фотокамералар диафрагмаси одатда мустақамланган бўлади. Камера танлаганда оптик ўзгарувчан фокус масофанинг мавжудлигига эътибор бериш керак. Бундай фотокамералар қиммат туради. Рақамли фокус масофани ишлатиш фотосуратдаги сифатида ёмон томонга акс этади.

Фотокамераларнинг кўп русумлари автоматик ҳолда тартибга солинади, қимматроқ русумларда эса видержкани қўл билан ҳам тўғрилаш мумкин. Деярли барча замонавий рақамли камераларда LCD-дисплейлари бор. Бундай дисплейлар диагональ ўлчами 2 дюймга яқин бўлади. Уларнинг асосий функциялари хотирада сақланган суратларни кўриш ҳамда оптик видеокидировни тўлиқ алмаштириш ёки дубллашдан иборат. Ўрнатилган дисплейнинг яна бир функцияси – экранли менюсидир. Шу сабабли фотокамера панелидан кўпгина бошқариш тугмачалари олиб ташланади. Интерактив меню ёрдамида ўзингизга ёқмаган суратларни танлаб ўчириш мумкин.

Олинган фотосуратлар қаерда сақланади? Сақлаш ускуналари кўп эмас. Асосан камерани махсус слотига ўрнатиладиган флеш-картадир. Хотира картасини энг тарқалган тури Smart+Media.4-Mb Smart Media картасига 1680x1280 кенгайтмалар 12 та кадр сиғади. Сақланадиган кадр-

лар сони камерада ишлатиладиган тасвирни сиқиш даражасига боғлиқ. Олинган тасвир машхур JPEG сиқиш форматида сакланади. Баъзи бир фотокамераларда (масалан, EPSON PhotoPC 50) ички хотира мавжуд. Бирок деярли ҳаммасида хотирани кенгайтириш слоти бор. Кадрларни саклаб қолишни бошқа усуллари ҳам мавжуд (оддий дискеталарда, 40 Мб дискета, «Clik Iome»га).

Фотокамерадаги суратларни саклаш, тахрирлаш ёки фотопринтерда босмага чиқариш, компьютерга ёзиб олиш учун баъзи бир камералар босқич портли уланиш жойлари билан жиҳозланган бўлади. Камера компонентига қирадиган уланиш шнури ёрдамида компьютерни босқичма-босқич бир учини портга, иккинчи учи билан камерага уланиб, тасвир узатилиши содир бўлади. Маълумотларни бундай узатиш кўп вақтни олади. Компьютерлар билан интерфейс ва алоканинг энг қулайи Smart-Media карталари учун адаптердир. Ажойиб уч дюймли дискета сифатида ишланган, лекин оддий дискета эмас. Бу дискетада батареякалар мавжуд. Флеш-карта ёнидаги тешикка ўрнатилади, диск юритувчига адаптер қўйилади. Батареядан ёкиш факат диск юритувчига адаптерни махсус микроўчирувчи жавоб беради. Компьютер билан алоқа учун энг тез ёкилиш USB шина орқали уланишдир.

Биринчи рақамли «Mavica» фотокамераси «Sony» компанияси томонидан 1981 йилда ишлаб чиқарилган эди. 1994 йили эса рақамли камеранинг такомиллашган варианты – «Apple Quick Take 100» яратилади ва барча фотонишкибозлар

ундан фойдаланишлари мумкин эди. 1995 йили VGA-камералар – «Apple QuickTake 150» ва «Kodak DC40» яратилади.

Уларнинг нархи ўша пайт 1000 доллар атрофида эди. Шу йили энг муваффақиятли модель – «Casio QV100» яратилади. 1996



йили жаҳон фотобозори-
ни «Olympus» компанияси
эгаллай бошлади. У яратган
ракамли фотокамераларда
бир канча жамланма амаллар
мавжуд эди: камера + прин-
тер + сканер + фотоахборот-
ни сакловчи персонал омбор.



Шундан сўнг ракамли фотокамералар ишлаб чиқариш жадал-
лик билан «Fujifilm», «Canon» ва «Nikon» компаниялари то-
монидан йўлга қўйилди. «Kodak» Япония фирмалари билан
ракобатлаша олмади. Машҳур «Polaroid» эса синди.

Ягона линзали рефлексив фотокамералар. Сони кун-
дан-кунга ошиб бораётган кўпгина нашриёт фотосуратчилари
ягона линзали ракамли рефлексив DSLR-камералардан фой-
даланишади. Бундай камера бир-бирига боғлиқ бўлган турли
линзалардан иборат ва тасвир аксланадиган кўзгудан экран
оркали образни тўлиқ акс эттира олади. Ушбу акс эттирилган
сурат линза оркали кўрилганда, худди кўз кўриш даражаси-
даги масофада тургандек намоён бўлади. Айни дамда суратга
олиш жараёнида ёруғликдан объектив ойнаси кўтарилади ва
нур кўрсаткичини сошлаш учун суратга олиш тугмаси очила-
ди. Сўнгра ушбу тугма экспозиция тамомлангунича ёпик ту-
ради, ойна тушганидан кейин эса кейинги экспозиция учун
тайёр ҳолатга қайтади.

Замонавий DSLR-камералари авваллари фильмлар сурат-
га олиш учун ишлатилган камераларнинг авлодларидандир.
Ҳақиқатдан ҳам, энг биринчи DSLR-камералар фильмлар
съемкасида ишлатилиб, орқа қисмлари камеранинг пастки
қисмига булутланган бўлиб, уларга хос катта ҳажмдаги мо-
дуль, электроника ва ҳажми ўз ичига жамлаган¹.

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*



Бирок, эндиликда DSLR-камералари жуда ривожланган бўлиб, уларнинг кенг тарқалган моделлари, турли нархли ва ҳар хил мукаммаллик даражасидаги хиллари мавжуд. Ҳар бир камеранинг янги авлоди ўзида суратларнинг каттарок ўлчами (мегапиксель), юкори ISO бошқаруви, батарея қувватининг кўп муддатга етиш давомийлиги ва суратга олиш тезкорлигини ўзида мужассам этган. Қўшимча маблағ талаб этиладиган моделлар фақат жуда тезкорлиги билангина эмас, сув ва чанг киришдан қилинган муҳофаза, такомиллашган Wi-fi ёки интернет тармоқларига уланиш имконияти билан ҳам бугун кенг тарқалмоқда.

«Kodak DSS 620» энг биринчи DSLR-камералардан бири бўлган.

У ўзида оғирлиги 1,58 кг бўлган 2 мегапикселли «Nicon F5» прототип танасини мужассам этгани билан характерланади. У бир сонияда 3,5 fps мўлжални буфер тўлишидан олдин беш сония ичида суратга тушириши мумкин. Сўнгра ушбу суратлар «twin PSMSIA» карталарига махсус «Adob Fotoshop»ни талаб қиладиган «Raw» форматида ёзиб олинади. 1999 йилда бу камералар 10 000 фунт стерлингга сотувга қўйилганига қарамай, ҳар бир замонавий «Nicon» фотожурналистларнинг орзу ва хохиши бўлган¹.

Бундан ўн беш йил ўтиб, 46 мегапикселли, 11 fps рамкали сурат ва оғирлиги 1,35 кг бўлган «Nicon»нинг D4s модели пайдо бўлди.

«Canon EOS 1 DX» 2011 йилда 18 мегапикселли, бир сонияда 12 fps гача тасвирга оладиган камерани йўлга қўйди, унинг устки қисми ечиладиган, магнезиум танаси эса тиник кўринишга эга эди.

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*



Камера сенсори. Сенсор – ракамли камеранинг юраги, яъни ёруғликни маълумотга айлантирувчи кремнийдан ишланган яримўтказгичдир. Бугунги кунда DSLRларнинг кўпчилиги бир-бирини тўлдирувчи металл оксидли яримўтказгич (SMOS) дан унинг муқобили, нархи қимматроқ бўлган заряд олувчи қурилма (SSD)га нисбатан кўпроқ фойдаланадилар¹.

Содда килиб айтганда, камерадаги сенсор қанча катта бўлса, шунча яхши. Негаки, ҳар бир сенсор уларга тушадиган ёруғликни ёзиб олувчи фотоўринлардан иборат бўлади. У фотосуратнинг асосини шакллантирувчи зарядга айлантирилади. Каттароқ фотоўринлар кўпроқ ёруғликни жамлайди ва шу сабабли яхшироқ динамик имкониятга эга, овозга кам таъсир этувчи ва ёнидаги фотоўринларда содир бўлган йўқотишлардан кам таъсирланувчи бўлади. Йирик сенсорлар факатгина катта фотоўринни эмас, балки уларнинг кўпчилигини сенсорга жойлаштириш имконини беради ва фотоўрин қанчалик катта бўлса, шунчалик катта тиниқликка эришиш мумкин, қисқача килиб айтганда, расмнинг сифати яхшироқ бўлади.

Фотоўринлар уларга тушаётган ёруғлик қучланишини осонгина ёзиб олса-да, бироқ ранг ажрата олмайди. Шу сабабли тўлиқ рангли расми яратиш учун кўпчилик сенсорлар тўплами қизил, яшил ва кўк ранглар билан тўлдирилган ранг филтрловчи мозаика қоплами билан ўралган бўлади. Бу ҳар бир фотоўринга асосий ранг қучланишини ёзиб олиш имкони-

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*

ни беради. Сўнгра «demosaising» деб аталувчи жараён ёрдамида рақамли тасвирнинг тўлиқ рангдаги тиниқ шаклини яратиш учун қўшимчалар қўшилади.



Дэвид Ческин Шотландия чегарасидаги кишлок ва шаҳарларда тезликни пасайтириш таклифи билан келган Шотландиянинг Транспорт вазири Ксйт Брауннинг олдида ўтиб кетаётган машинани хиралаштириш учун секинлашган затвор тезлигидан фойдаланган.

Тасвирни сақлаш ва кейингисига ўтказиш механизми (затвор). Камерадаги затворга белгиланган тезлик замонавий камераларда 30 сониядан 1/4000 сониягача бўлади. Тўлиқ тўхтовлардаги ҳар бир тўхтов икки баробар кўп ёруғликка ёки унинг ярмига тенг бўлади (1/1000 сониядаги бир тўхтов 1/2000 сонияга нисбатан сустрок бўлади. Масалан, экранда икки баробар ёруғроқ кўрсатади. 1/4000 сония бир тўхтови 1/2000 сония тўхтовидан тезроқ ҳисобланади. Шунинг учун сенсор икки баробар кўп ёруғлик қабул қилади). Тез бажариладиган ҳаракатларни музлатиш учун затворнинг қисқа тезлиги энг макбул ҳисобланади. Шунингдек, камера силжишида юзага келган эффектлар телерасм линзаси билан камайтиради. Затворнинг катта тезлиги эса, элементларнинг силжиши оқибатида расм хиралашшига олиб келиши мумкин¹.

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*

DCLPлар экранга якин бўлган марказий текис затвордан фойдаланади. Марказий текис затвор экран оркали силжийдиган хира материалдан ташкил топган пардалар жуфтлигидан иборат: биринчи парда экспозиция (eksposure)ни бошлаш учун очилса, иккинчи парда уни ёпади ва затвор тезлиги жараён вақти, деб белгиланади.

Затвор тезлиги 1/250 сониядан пастрок тезликка эга бўлганда биринчи парда иккинчи парда ёпилишидан олдин тўлиқ очилади ва экран тўлиқ кўрсатилади. Бирок иккинчи парда тезлашган затвор тезлиги билан биринчи парда рамканинг ҳар тарафидан ўтиб бўлгунига қадар ёпилиши зарур. Бу нарсa ёруғликнинг экран бўйлаб тез тарқалишини таъминлайди.

Шу сабабли, синхронизация ва электрон фотоаппарат ёриткичи затвор тезлиги бўлганда ва бутун экран очилганда ишлайди (одатда 1/250 сек. ёки ундан кўпроқ). Ультрақиска экспозиция вақти тез ҳаракатланадиган предметларни аниқ ёмонлашувига олиб келиши ҳам мумкин. Агар уларнинг рамкадаги жойлашуви экспозиция давомида силжиса, унинг таъсири муҳим аҳамиятга эга бўлмайди.

Кўринишни топиш (the Biewfinder). Ягона шаклдаги линзали камералар расмга олиш оптикasi орқали экраннинг уст қисмида ёруғликни акс эттиради. Бу схеманинг фойдали томони шундаки, сураткаш тасвири аниқ ва бор ҳолича кўрсатиб бериши мумкин. Бирок, ойна ярим шаффоф бўлганлиги учун ҳамма ёруғлик кўриш ойнасига таъсир қилмайди. Экран устида тарқалаётган баъзи ёруғликлар экспозицияни ҳисоблаш учун ёрдам беради ҳамда расмни марказда аниқ ва тўғри ушлаб туришни таъминлайди. Автофокус учун ишлатилган жойлар ҳақида маълумотларга «Biewfinder»да алоҳида эътибор берилади.

«Biewfinder» атрофида, DSLR (рақамли ягона линза шакли) сураткашга бир қатор ахборот беради. Булар затвор тезлиги, диафрагма, излаш (ISO), таъсир қилиш тартиблари, ҳотирада қанча жой қолганлиги ва камеранинг буфери, чирок



ёнишга тайёр ёки тайёр эмаслиги, кувватнинг ҳолати ва бошқалардан иборат.

Бугун замонавий DSLR турдаги камералар «жонли кўриниш» турини ҳам таклиф қилмоқда. Бунинг учун LSD (суюк кристалли дисплей) камеранинг орқа томони

электрон «Biewfinder» ўрнида ишлатилади. Баъзи моделларда экран белдан букилган ҳолатда бўлади, бу эса сураткаш уни хоҳлаган томонига буришига имкон яратади. Жонли кўринишнинг фойдали томонлари қуйидагилар:

- сураткаш расмини тўғридан-тўғри экран орқали кўра олиши муҳим нуктани таҳлил қила олиши учун ёрдам беради. Агар расм жонли кўринишда олинган бўлса, тайёр бўлган сурат аниқ фокус ичида бўлади. Нурларни фокусга тўплаш жараёнида ойна пастга туширилса, муаммо келиб чиқиши мумкин;

- автофокусни экраннинг исталган жойига жойлаштириш мумкин;

- LSD экран билан камерани паст даражада ишлатиш мумкин¹.

Жонли кўринишнинг камчиликлари қуйидагилар:

- LSD экранга қуёш нурлари тушганда камерада суратни кўриш қийинлашади;

- автофокус секин ишлайди;

- камера сураткашдан узокроқда туриши керак, бунда камеранинг силкиниб кетиш даражаси юқори бўлади².

Одатда, «жонли кўриниш» матбуот ходимлари учун параметрларини соzлаш учун вақт бўлмаган пайтларда қўл келади. Кам бошқариладиган камералар учоёкли ускунага ўрнатилиб,

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*

² *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*

катта планда олинган суратлар ёки жонли суратларни олишда фойдали хисобланади.

Камеранинг орка тарафидаги LSD экран олган суратларингизни тезда қайта кўриб чиқишга,

рамкалар, фокус нукталар ва ҳолатларни текширишга имкон яратади. Кўпгина камераларда «жонли кўриниш» режими мавжуд бўлиб, олинган кадрларни экран орқали кўра олиш мумкин¹.



Камеранинг бошқа хусусиятлари. Суратга олиш режими. Барча DSLRлар сураткашлар танлаган ҳамда улар учта ўзгарувчан экспозициялар (затвор тезлиги, диафрагма ва ISO)ни бошқара оладиган суратга олиш режимларини таклиф этади:

- диафрагма режимида сураткашлар ISO ва диафрагма параметрларини танлайди ҳамда олинган расмни аниқ чиқиши учун керак бўлган тезликни аниқлайди;

- затвор (shutter) режимида эса, сураткаш ISO ва затвор тезлиги билан бирга камерага мос диафрагмани танлайди;

- ҳар иккала ҳолатда ҳам қўшимча параметрлар ISO даги ўзгаришларни кучайтириши мумкин. Агар затвор тезлиги паст бўлса, камеранинг силкиниб, суратнинг сифатсиз чиқиши деярли кузатилмайди.

Расмнинг жойлашуви экраннинг ҳар бир қисми учун мос бўлади. Агар уларда диафрагма аҳамияти сақлаб қолинган бўлса, сурат учун фойдали бўлади. Худди Левис Вайлднинг марказий Лондондаги Англия банки ҳовлисидаги баҳор гуллари тасвирланган суратдек. Унда диафрагма мос танланган: гуллар ва биноларнинг ҳар бирини аниқлиги сақлаб қолинган

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*

холда гул япроқларининг тасвири чироклар ёрдамида ёритиб, олдинги фонда тасвирлаб берилган.



Бошқа усуллар қуйидагиларни ўз ичига олади: **авто усул** – бу ерда камера ISO, затвор тезлиги ва диафрагмани танлайди; **дастур усули** – бу ерда камера затвор тезлиги ва диафрагмани танлайди, лекин сураткаш соғламани ўзи учун мослаштириш имкониятига эга; **мануал** (қўлда соғлаш) **усули** – бу ерда сураткаш ўзи барча таъсир параметрларини ўрнатади.

Мануал усулидан бошқа усулларда камера, одатда камерага бириктирилган чакнаш (вспышка) ёки ўрнатилган чакнаш актив ҳолатда эканини текширади. Агар шундай бўлса, камера тортишиш тезлигининг чакнаш (вспышка) билан биргаликда синхрон бажарилишини таъминлайди.

Автофокус режими (AF) – кўпгина DSLR лар «фош этиш фазалари» автофункциясида, унинг оддийрок формасида ушбу тизимдан камерадаги асосий ойнанинг ортида жойлашган иккинчи ойнадан экран устига нурни қайтариш учун фойдаланилади. Нур экранга етиб келишидан олдин кичик линзалардан ўтиб, иккига ажралади. DSLR типдаги камeralар экранда акс этадиган турли позицияларни аниқлаштириб берувчи бир эмас, кўплаб автофокус сенсорларига эга. Уларнинг баъзи турлари $f/2.8$ ёки ундан кенгрок ўлчамдаги тирқишга эга линзаларда ишлайди. Масалан, баъзилари ҳам вертикал, ҳам горизонтал чизиқларга фокус нуктасини қарата

олиш имкониятига эга «кесиб ўтувчи» турдаги камералар бўлса, бошқалари тасвирнинг бирор мўлжалинигина (ёки горизонтал ёки вертикал, бироқ икки томонлама эмас) нурнинг марказий нуктаси сифатида белгилай олувчи «чизикли» камералар ҳисобланади¹.

Фокусга, яъни нурнинг марказий нуктасига эга расмлар фокуси аниқланмаган расмларга нисбатан юқори контрастга эгадир. Бундан ташқари, автофокуснинг иккита тури мавжуд бўлиб, улар бир тасвири ёки давомли бўлиши мумкин.

Расмнинг бир тасвири турини суратга олиш давомида фотограф тугмачани тасвир тиникрок чиқиши учун қисман каттикрок босади. Шунда камера линзалар орқали фокус нуктасини аниқлашга киришади. Фокус аниқлангач, камера бу ҳақида сигнал орқали хабар беради. Агар сигнал мавжуд бўлмаса, буни экрандаги тиниклик даражасининг юқори босқичга кўтарилганидан ҳам билиб олиш мумкин. Ана энди фотограф тугмачани охиригача босади ва сурат олинади.

Давомли тасвирларни суратга олишда эса камера тасвирнинг ҳар бир қисмига фокус нуктаси сифатида қарашга ҳаракат қилади.

Drive режими – қисқа вақт ичида кўплаб расмларни суратга олиш имкониятига шундай дейилади. Мазкур режимнинг мавжудлиги оммавий ахборот воситалари фотографлари учун жуда муҳим саналади. Айниқса, спортга тааллуқли ёки тез содир бўладиган янгиликлар ёритиладиган нашр фотографларидан ўта тезкорликни талаб этади.

Бундан ташқари, кўп сурат олиш камерадаги буфер хотирасининг ҳажмига, файлнинг форматига, тасвирларнинг хотира картасига ёзилиш тезлигига ҳам боғлиқ бўлиши мумкин. Чунки буфер хотираси тўлгач, суратга олиш тугмачаси «қулфланади» ва хотирадаги расмлар ўчирилмагунча ёки бошқа буфер хотира жойланилмагунча суратга олиш имкони бўлмайди. Масалан, «Nikon» компаниясининг D4s ҳамда «Canon»нинг EOS 1DX

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*

камералари жараён секинлашмасидан аввал тўхтовсиз 50 та расмни кетма-кетликда олиш имконига эга.

Барча DSLR-камералар ҳам битталаб, ҳам тўхтовсиз кетма-кетликда суратга олиш имконини беради. Бир донa расмни суратга олиш учун камера тугмачаси тўлик бир марта босилади. Давомли кадрлар учун эса тугмача босилиб, ушлаб турилади. Тугмача қўйиб юборилгач ёки камеранинг буфер хотираси тўлгач, давомли суратга олиш жараёни тўхтади. Камераларнинг баъзи моделлари давомли суратларни олишда икки хил режимни: «юқори тезланиш» (high speed) ҳамда «паст тезланиш» (low speed) режимларини такдим этади.

Баъзи камераларда «овозсиз» (silent) режими ҳам мавжуд бўлиб, у суратларни ҳеч қандай шовкинсиз олиш имконини беради.

Кўпчилик DSLR-камераларда «Self-timer» хизмати ҳам мавжуд бўлиб, бу сураткашга белгиланган маълум вақтдан сўнг камеранинг ўзи суратга олиш имконини беради.

Мазкур расмда «Nicon» компаниясига тегишли камера (The Nikon Df) тасвирланган бўлиб, унда донaлаб (S) суратга олиш, юқори тезланишда давомли суратга олиш (Sh), паст тезланишда давомли суратга олиш (Sl), овозсиз (Q) ва таймерли суратга олиш имкониятлари мавжуд¹.

Кўпчилик DSLR-камералари «Compact Flash (SF)» ёки «Secure Dijital (SD)» хотира карталарида ишлайди.

Боғланиш. DSLR-камераларда бошқа турли воситалар билан боғланиш имкониятлари мавжуд. Боғланиш тирқишлари кўпинча камеранинг ён тарафида ҳимоя билан копланган ҳолда жойлаштирилган бўлади.

USB: USB воситаси учун ажратилган жой камерани компьютер билан боғлашга хизмат қилади. Содда қилиб айтганда, мазкур қурилма камера хотирасидаги расмларни компьютерга ўтказиб бериш вазифасини бажаради.

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*

Видео out: Боғла-
нишнинг мазкур тури ка-
мера хотирасидаги видеони
тўғридан-тўғри каттарок
экранда кўриш имконини бе-
ради. Бундан ташқари, маз-
кур қурилма каттарок экран-
даги видеони худди камера
суратга олаётгандек ёзиб
олиш имкониятига ҳам эга.



Аудио in/out: «Аудио out» тизими асосан видео ёзиб оли-
наётган вақтда ундаги овознинг баландлик даражасини белги-
лашда ишлатилади. «Аудио in» хизмати эса қўшимча микро-
фон ўрнатиш вазифасини бажаради¹.

Ихчам камералар. Булар – жамиятдаги барча инсон-
лар ишлатадиган оддий камералар. Бундай камера турлари
одатда кичик сенсор ёрдамида бошқарилади ва ажралмас
яқинлаштирувчи ва узоқлаштирувчи мосламага эга бўлади.
Баъзи пайтларда ушбу мосламалар 3:1 диапазонни қамраб
олади. Камеранинг 50:1 диапазонни қамраб оладиган турла-
ри жуда қиммат туради. Харидорлар орасида бир вақтнинг
ўзида баъзи бир ихчам (компакт) камераларда оптик кўриниш
кидирувчилар ҳам топилади, уларга фойдаланувчига қулайлик
яратиш мақсадида олинаётган суратни кўриб туриши учун
камеранинг орқа тарафига суюқ кристалли LSD экран
ўрнатилган. Кўплаб ҳолатларда қурилма бирлаштирилган
бўлади.

Диапазон кидирувчи камералар. Бундай камера-
лар компакт камераларга нисбатан анча такомиллашган
бўлиб, улар интер-ўзгарувчан линза, диапазон кидирувчи
фокус ва тўғридан-тўғри, тўлиқ тасвирлаш имкониятини
беради.

¹ *Dominick Joseph R. The Dynamics of mass communication. New York.: 1996.*



Бундай камераларни ишлаб чиқарувчи энг машхур компания «Leica»дир. Камералар ҳажми кичиклиги, жараённинг товушсиз амалга ошиши, асосан, кенг бурчакли линзалар ёрдамида паст ёруғликда ҳам аниқликни таъминловчи фокус олиш тизими мавжудлиги уларнинг асосий афзал-

ликлари саналади. Линзалар 16 мм.дан 135 мм.гача марказий узунлик (давомийлик)га кодир¹.

Камерадан келиб чиқиб, муҳим ва ажралмас тасвир кидирувчи 24 ва 85 мм оралиғидаги линзаларга мослашиши мумкин. Калта линзалар учун махсус тасвир кидирувчилар камеранинг қўшимча қисмларига мослаштирилиб-қискартирилишига тўғри келади.

Компакт (ихчам) тизимли фотокамералар. Компакт тизимли камералар ойнасиз, аммо интер-ўзгарувчан линзаларни ўз ичига олади. Бу эса уларга DSLR-камераларидан кичикроқ ва ёркинроқ бўлиш имкониятини ҳамда солиштирма сенсор ўлчами ва сурат сифатини таъминлайди.

Ҳозирда кўплаб ишлаб чиқарувчилар «Olimpus» ва «Panasonic»лардан келиб чиккан машхур «SSS» моделларига эга. Ушбу камералар «Micro Four Thirds» (17,3 x13 мм сенсор ўлчами) ва «Fujifilm» (APC —ўлчамли сенсор) нинг стандартларига асосланган.

Ҳозирги вақтда SSS нинг икки хил шаклдаги кўриниши мавжуд. Бирига DSLR-камералар каби дизайн берилган бўлса, иккинчиси компакт камералар каби моделлаштирилган. Иккисида ҳам суратлар орқа тарафда жойлашган LSD экранда тасвирланади (кўринади) ёки электрон тасвир кидирувчи оркали ифодаланади.

¹ Dominick Joseph R. The Dynamics of mass communication. New York.: 1996.

Чунки компакт тизимли камера-ларда кўшимча хусусиятлар кўшиш осон бўлган электрон кўриниш системасидан фойдаланилади. «SSS»-ларда камера шакли юпқарок бўлишини таъминловчи, DSLR-камераларидан кўра масофани яхшироқ пайқовчи калтарок объектив мавжуд.



«Olimpus» Pen E-P5 ҳамма жойда олиб юриш мумкин бўлган идеал камера. Ушбу камерада Wi-Fi , Stabilization, Micro Four Thirds Sensor мавжуд.

Қай бирини сотиб олган маъқул? Кўплаб профессионал фотожурналистлар DSLR-камераларидан фойдаланишади ва улар, одатда иккита камера билан ишлайди. Турли хил ҳолатларнинг олдини олиш учун фотографада 3 ёки 4 та кўшимча камера корпуси бўлиши керак. Улар энг юқори даражадаги моделларда бўлиши шарт эмас. Мисол учун, улардан бири арзонроқ кўринишдагиси бўлса, бошқаси илк авлодларидан бўлиши мумкин.

Профессионал фотожурналистларнинг жуда катта қисми ҳам «Nikon» ҳам «Canon» камераларидан, ускуналаридан фойдаланишади, лекин баъзилар ўзларининг шахсий кизиқишларидан келиб чиқиб камера танлашади. Мавжуд ускуналар билан бир-бирига тўғри келувчи ускуналарга бўлган эҳтиёж туфайли танлов чегараланади. Мавжуд бўлган бутун бошли анжомларни бошқа бир брендга алмаштириш имконияти жуда камёб ва ноёб ҳолатдир. Бугунги кунда энг машхур фотокамералар бу «Nikon D3200», «Nikon D3300», «Canon EOS 1200D», «Sony Alpha 7 III» ва бошқалардир. Албатта, агарда сиз профессионал даражада фотожурналистика билан шуғулланмоқчи бўлсангиз, камера танлашда албатта ўз касбининг усталари билан маслаҳатлашиши мақсадга мувофиқдир.



Фойдаланилган, ишлатилган асбоб-ускунани, камерани согиб олмаган маъқул. Улар нисбатан арзон турса-да, аммо тезда ишдан чиқиши мумкин.

Смартфон камералар. DSLR – бу экстремал даражадаги эгилувчан ва

мослашувчан ускуна, аммо жуфт корпус билан анжомлар, бир канча объектив ва линзалар ҳажман катта ва оғир, шунинг учун фотограф ҳар доим ҳам уларни ўзи билан бирга олиб юра олмайди. Репортёрда DSLR бўлмаслиги мумкин, лекин барибир у сурат олишни хоҳлайди. «Қани энди менда ҳозир камера бўлганида» дейиладиган вазиятларда, камераларни ҳар ерда ҳозир у нозир бўлган смартфонлар ортида қолдиради. Улар асосан 8 ёки 16 мегапиксель бўлган суратни ола олади. Баъзи бир такомиллашган, замонавий русумларида каттарок объектив ва сенсор мавжуд. Мухими, батареянинг қуввати чидамли. Барча камераларда суратга олишнинг турли хил усуллари мавжуд. Улар ҳаракатланаётган объектлар ёки тунги сурат каби соғламалар ва ускуналар панелидан иборат. Бундан ташқари, уларда юзни аниқлаб фокусга олувчи автофокус технологияси ҳам бўлади¹.

Кўплаб смартфонларда паст ёруғликда ёрдам берадиган ёритиш чироғи (вспышка) бўлишига қарамасдан, уларнинг ёритиш қучи жуда паст. Шунинг учун уларнинг факатгина суратга олинаётган объектларни камера объективига яқинроқ тутиб суратга олишдагина нафи тегади. Лекин ҳар бир смартфонда сурат олинган, уни кўриш ва e-mail ёки турли хил ижтимоий тармоқлар орқали улашиш имконияти мавжуд. Шу сабабли смартфонда суратга олиш ҳар бир журналист иш қурилининг асосий қисмига айланди.

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015. – P. 36.*



Фотожурналист Дэвид Янг ўзининг смартфондан куйидаги максатда фойдаланган эди: Шимолий Ирландиядаги суд жараёнидан сўнг судланган шахсни олиб кетишаётганини у ўз телефонига мухрлади. Одатда суд биносида ўтказилаётган жараёнларни одатий камераларга олиш конун билан тақиқланган бир пайтда Шимолий Ирландияда уяли алоқа телефонлари билан боғлиқ ҳеч қандай чекловлар йўқ. Бу мамлакатда полиция ходимларининг юзи пикселлаштирилган тарзда берилади, яъни майда катакчалар орқали уларнинг юз қиёфаси яширилади, бундай йўл тутиш полиция ходимлари шахсий дахлсизлигини сақлашга кўмак беради, бу ҳолат Шимолий Ирландияда одатий ҳол ҳисобланади.

Таникли фотожурналист Мартин Кейне суратнинг сифатли чиқиши учун куйидагиларни тавсия этади¹:

Камера соғламаларини текширинг. Сиз ўз расмингизни турли ҳажмларда тақдим этиш имкониятига эгасиз (одатда ўлчов мегапикселда берилади). Бунда энг юқори сонни

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015. – P. 57.*

танланг. Агар сизда созламалар ичида сифатни белгилай олиш имконияти мавжуд бўлса, сифатли расм олиш учун энг юкори сифатни белгиланг. Шундай кадр олинки, у биринчи ўринда сизнинг мақсадингизни тўла акс этсин, сўнг етарлича информация ташувчи восита сифатида хизмат қилсин. Шунингдек, унда умумий карашлар акс этиши лозим, расм олаётганингизда йўл белгилари каби деталларга эътибор беринг, бу ўша жой мухитини ҳис қилишга ёрдам беради. Сиз кадрни турли нуктаи назардан, баландликлардан олишга ҳаракат қилинг, масалан, ер текислигининг баландлиги бўйича суратга олиш мумкин. Кадрни иккала кўринишда, яъни ҳам пейзаж, ҳам вертикал позицияда олиш яхши ва пухта режа ҳисобланади. Сабаби – бу муҳаррир учун танлаш имкониятини беради.

Агар телефонингизга қўшимча хотира қўйиш имкони бўлса, шундай хотира карталарини харид қилинг, чунки улар сиз учун расм ва видеоларни сақлаш имконини берувчи бўш жойлардир.

Ўз расмларингизнинг «захира»сини яратинг. Турли «булутли сақлаб қўйиш» хизматларидан (Clow, Drbobox, Flecker ва бошқалар) ҳам фойдаланишингиз мумкин. Шу йўл орқали сиз олган ҳар бир сурат ўз-ўзидан аввалги серверга ҳам юкланаверади. Агар сиз ҳар бир суратни бундай сақланиб қўйилишига қарши бўлсангиз, унда бошқа «захира»дан фойдаланинг, яъни телефондаги суратларни компьютерга ўтказиб қўйинг.

Ўз чегарангизни билинг. Албатта, ўнг қўлда ишлаш ва ўнг томондаги воқеа-ҳодисаларни кадрга муҳрлаш ажойиб суратларнинг пайдо бўлиши гаровидир. Аммо ҳар доим ҳам бундай бўлавермайди.

Смартфон фойдаланувчисининг якка ўзи воқеа жойида бўлиши яхши кадрдан даракдир; интервьюлар каби яккама-якка бўладиган вазиятларда ёки об-ҳаво ҳақидаги кўрсатувни кадрга тушираётганда биров вақт қандайдир бошқа чиройли, мавзуга мос келадиган кадрлар ҳам керак бўлади, ана шу вазиятда атрофда ҳеч кимнинг йўқлиги кўл келади.

Камеранинг яқинлаштириш функциясидан фойдалангандан кўра ўз оёқларингизни ишлатинг. Смартфонлар кадрдаги расмни четларидан катталаштиради, унинг ҳажмини шундай ўзгартириш керакки, расм кадрни тўлдириб турсин. DSLR (*Digital Single Lance Reflex*) турдаги ҳамда компакт турдаги камералардан фаркли ўларок, бошқа камераларнинг фокус масофаси унинг линзалари яқинлаштирилганда ўзгармайди. Агар объект рамкани тўлдириб турмаган бўлса, кадрни яқинроқдан олинг!

Камера линзаларини тоза сакланг. Смартфонлар чўнтакда туради, камера линзасининг эса копкоғи бўлмайди. Линзаларнинг марказидаги ойна турли чанг-ғуборлар ҳамда кирилишларга мустаҳкам, лекин линзалар марказидаги чанг ёки шу кабилар кадр сифатини тезда бузиши мумкин.

Камеранинг «Авто» режимини ёкиб фойдаланишдан уялманг (хаттоки бу режим сизнинг ягона вариантингиз бўлиши мумкин). Смартфон ишлаб чиқарувчилар унинг алгоритми хусусида қаттиқ бош котириб, камеранинг ёруғлик билан ишловчи томонини қайта ишладилар ва бу кўп вазиятларда самара бермоқда¹.

Тажриба қилишдан қўрқманг. Смартфонлар, одатда, маълум белгиланган масофани расмга тушириш учун турли режимда ишлаши мумкин, аммо улар фақатгина бундай вазиятлар учун яратилмаган. Масалан, спорт режими тез ҳаракатланувчи объектларни расмга тушириш учун яратилган. Шундай экан, бу режим майдон ташқарисидаги бирор инсонни кадрга тушириш учун қулай вазият бўлиши мумкин.

Кадрга олингандан сўнг. Расм аниқ чиқиши учун унинг деталларини қайта текшинг. Олинган расмларнинг қай бирини муҳаррирга жўнатиш лозимлигини танлаб олинг. Уларнинг миқдори ва турини чалкаштириб юборманг.

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*

Шуни унутмангки, мухаррирлар бир-бирига ўхшамайдиган расмларни ёктиради.

Муаллифлигингиздаги расмларни бегоналарга жўнатманг. Бирор кимга жўнатган такдирингизда уни қайси агентлик номидан эълон қилмоқчи бўлсангиз, ўша агентлик номини ҳам расмга ўзгартириб бўлмайдиган қилиб ёзиб қўйинг.

Телефон экранига «Камера» иловасини жойлаштириб қўйинг. Кадрга олинаётган вақтда камера вертикал ёки пейзаж режимида ишлаши мумкин.

1. Камеранинг олди ёки орқа томонини ёкиш.
2. Созламалар бўлими имкониятларини кўздан кечириш.
3. Камеранинг қайси режими танланганини кўрсатиш.
4. Видеога олишни бошлаш.
5. Расмга тушириш тугмаси.
6. Кадрга олиш режимларини ўзгартириш.
7. Эффектларнинг қай бири мос келишини танлаш.
8. Расм ҳамда видеони кўриш учун галереяга кириш.

Сизнинг телефонингизда кадрга олиш учун бир канча режимлар мавжуд бўлади, улар қуйидаги режимлар бўлиши мумкин:

Авто: Камера кадрдаги манзарани ўрганади ва идеал даражада расмга олади. Бу режим энг яхши вариантлардан биридир.

Continium Shot (давомли кадр) режими: агар сиз тез ҳаракатланувчи ниманидир расмга олмоқчи бўлсангиз, камеранинг давомли кадр режимидан фойдаланишингиз мумкин. Бу режимдаги расмлар тез ҳаракатланувчи кетма-кет бир неча кадрлардан иборат бўлади.

Best face режими: бу кадрларнинг бир канчасини бир вақтда олиш ҳамда уларни бирлаштириш орқали яхши кадр чиқариш учун мўлжалланган. Бу каби расмларни янгиликлар бериш учун сақлаб қўйинг.

Sound & shot (овоз ва кадр) режими: бу режим расм олиш билан бир каторда, унга овозни ҳам қўшиш имкониятини беради.

Rich Tone (HDR) режими: бу режим экспозиция созламаси турлича бўлган учта кадрни суратга олиш учун мўлжалланган. Бу режим ҳам агентликлар учун тўғри келади.

Панорама режими: бу режим бир канча кадрларни бирлаштириб панорама, давомли сурат ҳосил қилади. Панорама режимида яхши кадр олиш учун қуйидагилар талаб этилади:

1. Камерани маълум йўналишга бураётганда секинлик билан ҳаракатланинг.

2. Камеранинг манзарани мўлжалга олиб турувчи қисми билан камера рамкасини бирдек ушлаб турунг.

3. Бирор расмни суратга олаётганда унинг орқа фонида аҳамиятли бўлинг, бир текисдаги фон, масалан, кенг осмон ёки силлик девор кабилар расмни чиройли чиқишини таъминлайди.

Спорт режими: бу режим тез ҳаракатланувчи объектларни суратга олиш учун мўлжалланган.

Night режими: қоронғи муҳитда расм олиш учун мўлжалланган

Расм ҳажми. Расм ҳажмини катталаштириш ёки кичиклаштириш учун овоз баландлигини созлайдиган тугмаларни ишлатинг ёки иккита бармоғингизни телефон экранига ичкари ёки ташқарига томон ҳаракатлантиринг.

Созламалар. Кўпчилик камераларнинг созламасига гилдираксимон тишли ёрик орқали кириш мумкин. Аммо барча телефонларда ҳам бундай эмас¹.

Расм ўлчами / видео ўлчами. Сифатли тасвир учун 3264 x 1836 (16:9) пикселни ишлатинг ёки сизнинг телефонингиздаги энг катта ўлчамдан фойдаланинг.

Юзни аниқлаш. Камера юз (ёки юзлар)ни аниқлайди. Бу расмда мана шу объектларга урғу берилишини таъминлайди. Одатда, бу созламани ўчириб қўйган маъқулроқ.

¹ *Martin Keene. Practical Photojournalism a professional guide. United Kingdom Press Association, 2015.*

Ўлчаш. Кўп ҳудудли ўлчам созуламасини танланг. Бу одатда расмнинг орқа фони ёруғлигини созулаб беришга хизмат қилади.

ISO. ISO қийматини танланг. Бу камеранинг ёруғликка бўлган сезувчанлигини аниқлашга ёрдам беради. Пастрок қийматлар яхши ёритилган объектларга мўлжалланган бўлса, каттарок қийматликлари тез ҳаракатланаётган ёки хира объектларга мўлжалланган. Автоматик режимни танласангиз ҳам бўлади.

Силкитишга қарши. Ушбу созулама ёрдамида камера силкинишларидаги ноҳўя ҳолатларнинг олдини олиш мумкин.

GPS теги. GPS тегидан расмнинг қасрда олинганини белгилаб қўйиш учун фойдаланинг. Аммо бу созулама кўп қувват сарфлайди.

Шарҳ. Расмга қисқача таъриф ёзишингиз мумкин.

Овоз созуловчи тугмачалар. Овоз созулаш ёки расм ҳажмини созулаш учун фойдаланилади.

Таймер. Суратни кечиктириб олиш учун ушбу созуламани ишлатинг.

Оқ ранг мутаносиблиги. Бу созулама расмнинг ҳаётӣ ранглар билан олинishiга хизмат қилиб, уни АВТО-режимига қўйиб қўйинг.

Таъсир қилиш қиймати. Бу созулама расмни оч ёки тўқроқ қилишга хизмат қилади.

Кўрсатмалар. Расмга олиш ва унинг сифатини назорат қилиш бўйича кўрсатмалар.

Flush. Бу созулама ўчириб қўйилгани маъқул, объектга қўшимча ёруғлик керак бўлсагина ёқинг.

Овозли назорат. Баъзи камераларни овоз ёрдамида назорат қилиш мумкин.

Файл номи. Расмларга ном бериш.

Хотира. Камеранинг ўз хотирасига ёки (ўрнатилган бўлса) қўшимча флеш-хотираларга расмларни сақлаш мумкин.

Қайта ўрнатиш. Камеранинг барча созуламаларини қайта ўрнатиш.

3-§. Фотожурналистнинг иш жараёни: ташкилий асослари ва иш майдонидаги фаолият

Янги технологиянинг чексиз имкониятлари фотомухбирнинг тезкорлиги, тасвири тўғри танлай билиш, мазмун ва шакл уйғунлигига эътиборни кучайтириш санъати ва маҳорати билан яққол намоён бўлмоқда. Маълумки, яхши фотосурат яхши репортаждек ўқувчига керакли маълумотни бериши мумкин. Агар сурат ўқувчи эътиборини тортса, у албатта тагсўзга кўз югуртиради. Суратга муносиб тагсўз топиш, изохлашда тўғри иборалар топа билиш ҳам ижодкордан юксак маҳоратни талаб қилади. Бунда суратлардаги шахслар, жойлар, объектларнинг номларида хатоликларга йўл қўймаслик керак. Фотомухбир тасвирга олинган объектни таърифлашда, албатта, таҳририят ижодий жамоаси билан ҳамкорлик қилиш керак. Чунки тасвир бошқа, тавсиф бошқа. Бугун кўплаб босма нашрлар саҳифаларида суратлар мақолаларга мос танланмаганлиги ҳолатлари учраб туради. Замонавий журналист нафақат мақола ёзишни, балки сифатли суратга олишни ҳам билиши лозим. Кейинги пайтларда журналистларимиз диктофон ва рақамли фотоаппаратлардан оқилона фойдаланаётганлари қувончли ҳолатдир.

Сурат олиш деб, объектив орқали коронги камера ичидаги фотоплёнканинг ёруғликка сезгир қатламига суратга олинган объектнинг равшан оптик тасвири маълум муддат ичида туширилишига айтилади. Сурат олиш қуйидаги эпизодларни ўз ичига олади:

1. Кадр танлаш;
2. Равшан тасвир ҳосил қилиш;
3. Сурат олишнинг ўзи.

Сурат олишнинг ана шу уч нуқтаси тўғри бажарилган тақдирда, яхши расмлар чиқариш мумкин бўлади. Ёмон кадр танланганда расм «курук», ифодасиз чиқади. Оптик тасвирнинг норавшанлиги расм ёки унинг энг муҳим қисмлари хира чиқишига сабаб бўлади.

Нотўғри сурат олинган бўлса, негатив тим қора бўлиб чиқади. Буни вақтдан ўтказиб юбориш дейилади: ёруғлик

фотокатламларга керагидан узоқроқ туширилганда шундай бўлади.

Кадр деб, сурат олиш учун танланган муҳитнинг бир қисми, бирор нарса ёки унинг бир бўлаги, ҳуллас, расмда чиқадиган, унда кўринадиган нарса тушунилади.

Кадр танлаш:

- сурат олиш учун энг яхши нукта топишни;
- ёритишни ўз ичига олади.

Суратдаги энг муҳим нарса мазмундир. Чиқадиган расмнинг ғоявий бадиий қиммати, атрофимиздаги муҳитдан энг муҳим ва қизиқарли объект танлай билишга боғлиқдир. Кадр танлаш атрофимиздаги муҳитнинг энг керакли, аҳамиятли қисмларини, намуна бўла оладиганларини суратга олишда, ҳаёлни бўлмайдиган ва мавзуга алоқаси бўлмаган, унинг мазмунини очмайдиган ортикча нарсаларни кўра билиш керак. Кадр танлаш билан боғлиқ бўлган вазифа – фотоаппарат жойини ёки сурат олиш нуктасини белгилашдир. Суратга олинadиган объектнинг негативда катта, ўртача ёки кичкина бўлиб чиқиши фақат сурат олиш нуктасигагина боғлиқ бўлмай, сурат олиш бурчагига (аппарат позициясига) ҳам боғлиқдир. Мақсадга мувофиқ танланган сурат олиш позицияси объектнинг характерли хусусиятини юзага чиқаришга ёрдам беради. Расмнинг жозибали ёки зерикарли бўлиши ана шунга боғлиқдир. Сурат олиш нуктасини доимо тўғри топиш осон эмас. Бундай ҳолларда, имконият бўлса, объектнинг маъқул бўлган бир неча нукталаридан туриб суратга олиш керак. Бир ишчининг тўрт хил ҳолатда кўриниши: заводда, станок ёнида, уйда, дўстлари даврасида ва ҳоказо. Шароитга қараб мослашиш керак: қай вақт сурат чиройли чиқади.

Ёритилиш сурат олишда жуда катта аҳамиятга эга. Чунки фотографиянинг ўзи ёруғлик таъсирига асосланган. Турли нарсаларни ёритилганлиги учун кўрамиз ва суратга оламиз. Фотографияда асосан табиий ва сунъий ёруғликдан фойдаланилади.

Суратга тушириш натижалари фақат ёруғлик кучигагина боғлиқ бўлмасдан, ёруғликнинг суратга олинаётган нарсага ва

фотоаппаратга томон йўналишига ҳам боғлиқ бўлади. Куёш нурлари объективга бевосита тушишига йўл қўймаслик керак. Чунки куёш нури гушганда негатив бузилади, унда тасвирни хиралаштирадиган туман-доғлар пайдо бўлади. Демак, куёш – суратга олишда кишининг орқа томонида бўлиши керак. Қўпинча чироқда контраст ёки яқин нарсанинг суратини олсак, унинг орқасида албатта сояси ҳам тушиб қолади. Куёш фотоаппаратнинг орқа томонидан сал ўтганда объект олиш учун яхши ёритилган бўлади. Бунда объектнинг сояси объектив ўкининг йўналиши билан **45° бурчак** ҳосил қилиб учрашади.

45° бурчак атрофида ёритилиш портретлар, пейзажлар, архитектура объектлари ёки бошқа хажмли нарсаларни суратга олиш учун ҳам қулай ҳисобланади. Куёш аппаратнинг олд томонида, тепада ёки ён томонида турган шароитларда суратга олиш тўғри келиб қолса, объект куёшни тўсиб тура олмаса, куёш нурларини объективнинг олдинги линзасига туширмасликка ҳаракат қилиш керак. Сунъий ёруғлик манбаларидан фойдаланилганда юқорида айтилганларга риоя қилиш лозим.





Сурат таъсирчанлигини нима оширади? Қаҳрамонларни табиий иш жараёнида ва албатта, табиий кўринишда тасвирга туширмоқ керак. Шундагина тасвир ўқувчига ўша қаҳрамон, воқелик, иш жараёни хусусида тўла маълумот бера олиши мумкин. Иложи борича ҳар бир тасвирда бир киши бўлиши, агар жамоа суратга олинаётган бўлса, имкон қадар уларни ўзаро яқин ҳолда олиш керак. Асосий диққат суратнинг ўрта қисмига қаратилади, мабодо сурат қискартириладиган бўлса, унинг моҳияти ўз кучини йўқотмайди.

Умумий план

Агар муштарийлар бирор воқеа жойига борганида, оломон ичида туриб, ҳар томонга кўз югуртириб, яхлит манзарани кузатган бўлар эди. Умумий планда олинган яхши кадр томошабинга ўзини сахнада, кўча ёки майдон, турар-жой даҳаси, бино ёки хонада ҳис қилиб кўриш имконини беради.

Чоп этилган фотолавлаларни таҳлил қилинг. Суратлар ўқувчиларга нима бера олади? Балки уларда композиция муваффақиятли чиққандир, балки қандайдир хатолик-

лар бордир? Сизни суратдаги кишининг чехраси ўзига тортгандир? Балки тасвир мавҳумлигича қолгандир? Буни баҳолаш зукко ўқувчига кийинчилик туғдирмайди.

Хўш, ана шундай ўқувчи диққатини ўзига



жалб этадиган суратлар қандай олинади? **Биринчидан**, табиий ҳолатдаги чехралар, табиий шароитдаги воқелик, жараён ва ҳоказолар ўқувчи диққатини ўзига тартади. **Иккинчидан**, информацион шаклдаги фотолавҳалар ҳам ўқувчини безътибор қолдирмайди, чунки бунда ҳам тасвир, ҳам маълумот олиш имкони мавжуд. Агар фотомухбир моҳирона иш тутса, у албатта битта сурат орқали бир неча кадрни бирлаштириб, яхлит маъно бера олади.

Визуал хилма-хиллик деганда, бирор фотографик асарни яратиш жараёнида объектни уч хил (умумий, план ва йирик) планда суратга тушириш тушунилади.

Умумий план билан суратга олиш учун баландлик ёки кенгликдаги ракурс керак. Юқоридан туриб олинган суратлар аксарият ҳолатларда муваффақиятли чиқади. Профессинал фаолияти давомида фотожурналистлар «панорама» суратларни олиш учун бино томлари ёки вертолётдан фойдаланадилар.

Ўрта планда асосий объект ўртада, унинг нафакат бўйбасти, балки бошқа деталлар ҳам инобатга олинади. Бу план фотоасарнинг драматик таъсирини оширади ва уни «гапиртиради». Воқеа интирокчиларининг хатти-ҳаракатларини ифода этиш учун уларни нисбатан яқинроқ, лекин уларнинг





бир-бирига ёки атрофларига бўлган муносабатларини кўрсатиш учун узоклик киладиган масофадан суратга олинади.

Йирик планда эса, объектнинг энг кизикарли ва жозибадор бўлган бир қисми олинади. Мазкур план фото субъекти билан томошабинни

юзма-юз қўяди. Йирик план атрофдаги элементларни фокусдан чиқариб, бир жисмга эътиборни қаратиши лозим.

Одатда, хис-хаяжонни кўрсатиш учун инсон юзи йирик планда суратга олинади. Бу пландан кекса мусаввирнинг қўлларини, сув сачраганда ҳўл бўлган болакайнинг ўйинчоғини расмга туширишда фойдаланадилар.

Фотосуратда **фон танлаш** ҳам диққатга сазовор ишдир. Агар сурат бирор анжуман жараёнида олинган бўлса, воқеликнинг аҳамиятига қараб ранг танланади. Жиддий суратларга ўта ёрқин ранг танлаш мақсадга мувофиқ эмас. Ҳар қандай бинонинг сурат олишга мос ва хос жойини топа олиш ҳам маҳорат.



Фотоаппаратни тўғри ишлата билиш ҳам муҳим аҳамият касб этади. Фотожурналистикада «олтин кесим» деб аталган термин мавжуд.

Олтин кесим – фотосуратнинг геометрик пропорциясини тузишдир. Олтин кесимни билган фотожурналист тўғри ракурсда, табиий сурат олишга муваффақ бўлади. Бунга профессионал фотожурналистлар ҳамиша амал қилиб келишган.

Фотоаппаратни тўғри танлай билиш ҳам катта аҳамиятга эга. Бугунги кунда фотокамераларнинг икки хил тури мавжуд бўлиб, улар **плёнкали ва ракамли фотоаппаратлар**дир. Ракамли фотоаппаратнинг афзалликлари барчага маълум. Факат уни ишлатиш жараёнида нималарга эътибор бериш кераклиги муҳим.



Нур ва соя ҳамоҳанглиги. Фотожурналистнинг асосий қуроли фотоаппарат эмас, балки нур, ёруғликдир. Айнан нур ёрдамида учта фотографик вазифани ечиш мумкин: техник, тасвирий ва композицион.

Техник вазифа – суратни олиш – бу албатта, фотоаппарат ёрдамида амалга оширилади. **Тасвирий вазифа** айнан нур ва соя ўйинларини илғай олиш, тўғри ракурс танлаган ҳолда ноёб санъат асари, реал воқеаликни акс эттира олиш. Объектнинг гўзаллигини (инсон, жонли ва жонсиз табиат), жонлилигини (динамика) кўрсата билишдир. Айнан нур олманинг юмалоклигини, бола терисининг нафислигини, биллур кандилнинг гўзаллигини, эрталаб бош кўтараяётган қуёш нурларининг ўзига ҳослигини, тунги шаҳарда бир-бирига қарама-қарши бўлган кўринишларнинг мавжудлигини кўрсата олади. **Композицион вазифани** эса соя бажаради. Баъзида соя жуда ҳам оддий бўлса-да, гўзалликни янада бўрттириб кўрсатади, сирлилик ҳосил қилади. Баъзида эса соянинг ўзи суратнинг объекти бўлиши мумкин.



Соя туширилган фотосурат ўзига хос воқеа, ҳикоя бўлиши мумкин. Тўғри ракурс, тўғри танланган ёруғлик бурчаги ва албатта кутилмаган учрашувлар галати, ўзига хос, кулгили фотосуратларнинг олинishiга сабаб бўлади.

3-БОБ. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА ЖАНРЛАРИ

1-§. Фотожурналистиканинг ахборот жанрлари

Замонавий фотографиянинг ахборот жанрларига фотохабар, фоторепортаж; бадиий-публицистик жанрларига эса фотолавҳа, фотоочерк, фотофельетон, фотопортрет, пейзаж, натюрморт каби жанрлар кириб, жаҳон фотожурналистикасида улар бироз фарқ қилади.

Жанрлар бир-бирини тўлдириб, бойитиб туради. Европа ва Америка фотожурналистика мактабларида жанрлар таснифланиши собиқ Иттифок матбуотшунослиги таснифидан бироз фарқи бор. Фотографиянинг журналистик ижодий маҳсулот сифатида қандай намоён бўлиши, ифода йўсини ва воситаларигина эмас, балки материалнинг мавзулари ҳам ҳисобга олинishi ГАРБ фотожурналистикасига хос хусусият ҳисобланади.

Фотожурналистика жанрларини билиш учун визуал хилма-хиллик ҳақида тушунчага эга бўлиш, кадрларнинг турлари, яъни планларни фарқлай олиш муҳим аҳамият касб этади. Чунки, план фотографик материал жанр хусусиятларининг энг муҳим жиҳатларидан биридир.

Фотохабар долзарб мавзудаги ахборотларни ўзида ифода-
лайдиган фотожурналистика жанри бўлиб, улардан вақтли мат-



буот ва интернет нашрларда кенг фойдаланилмоқда. Фотохабарларда ижтимоий ҳаётнинг ижобий ва салбий жиҳатлари акс эттирилиши мумкин. Салбий ҳолатларни акс эттирувчи фотоасарлар *фотоайбно-*

матар деб ҳам аталади. Фотохабарларнинг тематикаси жуда кенг бўлиб, россиялик мутахассис Н.И.Ворон мулоҳазаларига таяниладиган бўлса, фотохабарларда бирор-бир воқеа-ҳодиса хусусида аниқ маълумот етказилади.



Аммо, унинг замирида таҳлил деярли кўзга ташланмайди. Унинг шарҳланмаган, изохли ва кенгайтирилган турлари учрайди.

Фоторепортаж бир нечта фотоасарлардан иборат бўлиб, унда воқеа-ҳодисанинг турли жиҳатдан тасвирланиши назарда тутилади. Фоторепортажнинг ўзига хос хусусияти, унда кўп кадрли тасвирий каторнинг мавжудлигидир. Ҳар бир сурат хроникал тарзда аниқ жойни ифодалайди. Фоторепортаж ахборот жанрларининг асосий хусусиятларини акс эттирувчи «Нима? Ким? Қерда? Қачон?» каби саволларга жавоб бериши билан бирга, «Қандай?» деган муҳим саволга жавоб бериши керак.

Фоторепортёр нафакат жараёни суратга олади, балки психологик нуқтаи назардан воқеа-ҳодисалар тўғрисида томошабинга ахборот етказди. Н.И.Вороннинг фикрича, фоторепортажнинг фотохабардан фаркли жиҳати, унда нафакат фабула, сюжет ҳам акс этади. Мазкур жанрда иш олиб боровчи журналист мунтазам ўзгариб турувчи ҳолатларни, характерли дақиқаларни тасвирга олиб, ўқувчига етказиши керак. Уларнинг икки тури мавжуд: *хроникал фоторепортаж ва интерпретация.*

2-§. Фотожурналистиканинг бадиий-публицистик жанрлари

Фотофельетон. Фельетон (*фр. feuilleton, feuille* — «варақ», «варақа») — киска сатирик хабар, очерк ёки мақоладир. Фотофельетон ҳам ўзида сатирага хос бўлган жиҳатларни мужас-

самлаштирган бўлиб, жамият ҳаётидаги иллатлар мазкур жанрдаги фотоасарларда акс этади.



Фотопортрет фотожурналистиканинг навбатдаги жанри ҳамда инсонни тасвирлашнинг бир шакли бўлиб, бунда шахснинг ташки кўриниши, ҳис-туйғулари, жамиятда тутган ўрни ва бошқа хусусиятлар унда ёрқин намоён бўлади. Фотопортрет орқали инсон қалби ва табиати ҳамда характери очиб берилади.

Аксарият мутахассислар уни икки турга: *якка ва гуруҳли портретга* ажратишади. **Якка турдаги портретни** суратга олишнинг бир неча усуллари мавжуд бўлиб, инсон бўй-бастининг тўлалигича, белгача бўлган қисми, бош қисмининг акс эттирилиши тушунилади.

Катта тадбирлар, байрам тантаналари, йирик анжуманлардан сўнг тасвирга олинган барча иштирокчиларнинг бирга тушган суратлари **гуруҳли портретларга** яққол мисол бўла олади. Олимпиада, жаҳон чемпионларини кутиб олиш пайтида олинган, матбуот саҳифаларида босилган фотоасарлар уларнинг энг яхши намуналари саналади.

Журналистика ривожланиб борар экан, унинг тип ва йўналишларга бўлиниши мазкур жанрнинг ривожига ҳам ҳисса

қўшди. Мисол учун, айрим манбаларда портретларнинг қуйидаги кўринишлари учрайди:

- классик фотопортрет;
- концептуал фотопортрет;
- имижли фотопортрет;
- романтик фотопортрет;
- лорпоратив фотопортрет;
- «Fashion» фотопортрет;
- репортаж фотопортрет;
- кенг кўламли фотопортрет;
- жанрли фотопортрет.

Юкорида тилга олинган фотопортретларнинг айрим турларига эътибор қаратилса, мода ва дизайн соҳасининг ривожланиши асносида матбуот, телевидение, интернетда ихтисослашган медиамахсулотлар ҳам берилиши кенг йўлга қўйилди. Фотопортретнинг «Fashion» турининг юзага келиши ана шу силжишнинг ҳосиласидир. Репортаж фотопортретда эса, бирор-бир воқеа-ҳодиса ёки инсон ҳақида маълумот беришга йўналтирилган бўлиб, мисол тариқасида никоҳ фотосессиясини келтириш мумкин. Фотопортретнинг қайси туридан фойдаланиш матбуот нашри типологиясига ҳам боғлиқ.

Сўзлашувда америкаликлар фотопортретни «mugshot» – «хужжат учун расм», «кидирилаётган инсон сурати» деб атайди.

Ўзига хосликлари:

- елка ва бош суратга олинади;
- объект фотоаппаратга тўғри қараб туради ёки бироз ёнга юз тутган бўлади;





– фонга эътибор катилмаслиги керак, у фокусдан ташқарида бўлади;

– объектлардан бир нечта бўлса, уларда ўзаро муносиблик бўлиши керак;

– кўзлар жуда муҳим.

Иложи борича суратга тушаётган одамдан куёшдан ҳимоя қилувчи кўзойнак ёки кўзларни тўсувчи бош кийим счиб турилиши керак.

Ушбу жанрда, шунингдек, сурат объекти ва фон рангларининг ўзаро мос тушишига эътибор бериш керак бўлади. Мисол учун, сочи оч рангда бўлган одамни оқ фонда суратга олиш ёки қорачадан келган одамни ўта тўқ фон билан расмга тушириш ярамайди.

Муҳитдаги портрет. Бу жанр бирор инсон, фотография субъектини ўз табиий муҳитида суратга туширишни кўзда тутди. Муҳит портрети инсоннинг юзи, унинг касби ёки айна дамда нима билан машғуллигини кўрсатиш учун ишлатилади. Шунинг учун ҳам бу жанрда фон субъект билан бир хилда аҳамиятли.

Фотопейзаж. Пейзаж – тасвирий санъат жанри бўлиб, французчадан таржима қилинганда (*Paysage*, «paɥs» сўзидан) «мамлакат», «замин» деган маъноларни англатади. Фотожурналистикада ҳам фотопейзаж жанри муҳим ўрин тутди. Унда гўзал табиат манзаралари, тоғлар, боғлар, дарёлар акс этади.



Натюрморт – француз тилидан таржима қилинганда «ўлик табиат» деган маънони англатади. XV–XVI асрларда бу жанр кўплаб рассомларни ўзига жалб этди.

Натюрморт тасвирий санъатдан фотожурналистикага кириб келди. Натюрморт фотожурналистика жанри сифатида объектдаги буюмларни янги ракурсларда кўриш имконини берди.

Фотоочерк – фотожурналистиканинг ўзига хос кўриниши бўлиб, реал ҳаётда содир бўлган воқеаларга асосланган ҳолда инсон калби, рухияти акс этган жанр деб баҳо бериш мумкин. Фотоочерк ҳужжатлилиқка асосланиши, унда бирор-бир инсон фаолияти акс этиши, реал фактларга таянилиши, жой ва вақт аниқ кўрсатилиши жоиз. У аудиторияга воқеа-ҳодиса ва фактлар тўғрисида ишончли манба бўлиб хизмат қилмоғи зарур. Фотоочерк жанрида иш олиб бораётган фотograф далиллар хронологиясини бериш билан бирга, инсон характери ва кузатишлар асосида аудиторияга санъат асари кўринишида тақдим этади.

Фотоочерк тематикаси хилма-хил бўлиб, унда жамоат ар-боблари, илм-фан, технология, қишлоқ ҳўжалиги, қурилиш, архитектура, меъморчилик, кино, театр, тасвирий санъат вакилларининг турли соҳаларда эришган ютуқлари мазкур жанрдаги фотоасарларда ёрқин акс этади. Жанр бир қанча фотоасарлардан иборат бўлиб, биринчи фотосуратда акс этган ҳолат кейингисида такрорланмаслиги, улар бир-бирини тўлдириши жоиз.

Фотоочерк композицияси воқеалар кетма-кетлигини акс эттирмоғи керак.



3-§. Хориж тажрибасида учрайдиган жанрлар



Сторителлинг. Энди қисман хориж фотожурналистикаси турлари хусусида ҳам сўз юритиш жоиз. Адабиётларда «сторителлинг» — «хикоя қилиш» жанри реал воқеадаги реал одамларнинг сурати, деб таърифланади. Одамлар, хатти-ҳаракатлар ва воқеалар борича, содир бўлаётган пайтида расмга олинниши билан ха-

рактерланадиган сторителлинг кўп томонлама фоторепортаж жанрини эслатади. Саҳналаштирилган ва атайин қўшилган реквизитларга бу жанрда ўрин йўқ.

Ушбу жанрда тасвир субъекти кадрнинг тўртдан уч қисмини эгаллаган бўлиши ёки умумий тасвирнинг кичик фрагменти бўлиши мумкин. Асосий эътибор воқеа мазмунига қаратилади.

Папарацци. Кутилмаган вазиятлар, оломон ичида олинган машҳурлар, муҳим инсонларнинг сурати ёки бирор йиғилиш ёки воқеага келган ҳукумат вакиллари ёки эстрада юлдузларининг «қизил йўлакча»даги сурати (яъни воқеа жойида пайдо бўлиб, бино ичи ёки майдонга киргунча бўлган вақт) энг кенг тарқалган папарацци суратларидан ҳисобланади. Шунингдек, чорраҳада тўхтаб турган актёрнинг машинасида ўтириши ёки бошқа бирор машҳур инсоннинг фарзандлари билан хиёбондаги сайри тасвири ҳам бунга мисол бўлади.



Бундай суратлар асосан узок масофадан фотоаппаратнинг «zoom-in» функциясидан фойдаланган ҳолда туширилади. Турли тўсиклар, баъзида одамларнинг атайин объективдан қочиши ёки беркинишини



четлаб ўтиб, сифатли фотоасар яратиш фотографдан маҳорат талаб этади.

«Папарацци» сўзининг келиб чиқиши: Бу сўз бугунги маъносида 1960 йилда Федерико Феллинининг «Ширин ҳаёт» кинофильми экранларга чиққанидан кейин ишлатила бошланди. Фильм бош қаҳрамонининг дўсти Папараццо исмли фотограф бўлади. Сураткаш образи эса режиссёр Феллинининг дўсти, машҳур итальян фотографи Тацио Секкьяроли прототиби асосида яратилган эди.

Режиссёр ушбу персонажни одамнинг жонига тегиб кетадиган, хира пашшага ўхшаган фотограф сифатида яратади. Феллинининг айтишича, у «Папараццо» исмини жуда тез гапиргани учун бу лакабни дўстидан олган. Кейинчалик, бу сўз кўпликда, «папарацци» шаклида турли тилларга компромат тасвирлар учун машҳурларни таъкиб этадиган фотографларга нисбатан ишлатилади.

Спорт нюз, спорт эжи ва ризкиш. Спорт мусобакаларида суратга олишни кўзда тутадиган **спорт нюз (sport news)** да воқеа мазмуни биринчи ўринда туради. У папарацци ва сторителлинг жанрлари чоррахасидаги жанр деб ҳам таърифланади.





Спорт экши (sport action) – спорт гадбирларидаги муҳим лаҳзаларни йирик планда ифода этувчи фотосуратлар ҳисобланади.

Спорт ризкши (sport reaction) – спорт ўйинларининг кульминацион лаҳзаларини муҳрлашга хизмат қиладиган фотожурналистик жанр. Ишқибозлар ўриндиғи, жамоалар, тренер ва бошқа субъектларни кузатиб, ўйин бошланиши ёки финал ҳуштаги чалиниши арафасидаги ҳаяжонли онларнинг тасвирланиши ушбу жанрнинг вазифасига қиради.

Уайлд арт. Кундалик турмушдаги машғулотлардан олинган кизикарли фотосуратлар «wild art» деб аталади. Мазкур тушунча инглиз тилидан олинган бўлиб, «жиловланмаган санъат», «эркин ижод» маъноларини билдиради. Талаба ёки ўқитувчининг танаффус пайтидаги ҳолати суратга туширилса, унда уларнинг асосий фаолияти ортидаги шахсияти акс эттирилади.



Мана шу фотоасар мазкур жанрнинг моҳиятини акс эттирилади. Ушбу жанр газета ва бошқа оммавий ахборот воситаларининг кўнгилочар ва бадиий-публицистик материаллари учун жуда қўл келади. Кундалик турмуш тарзимиздаги ноодатий ҳолатлар, инсонларнинг яширин

иктидор ва кизиқишларини кўрсатишга хизмат қилувчи бу жанр Америка матбуотида «Хьюмн интерес сториз» (Human Interest Stories) мақолаларидаги қаҳрамонлар тақдирини очиб беришда кенг қўлланилади.



4-БОБ. ЖУРНАЛИСТИКА КОНВЕРГЕНЦИЯСИ ЖАРАЁНИДА ФОТОЖУРНАЛИСТИКА

1-§. Интернет журналистикасида фотоматериалларнинг ўрни

Интернет журналистикада фотосуратнинг ўрни муҳим аҳамият касб этади. ОАВ веб-сайти ёки бирор-бир ташкилотнинг онлайн саҳифасини яратиш ва шу орқали мақсадли аудиторияни юридик шахснинг сиёсати, фаолияти, тақлиф этаётган хизматлари билан таништириш замон талабига айланди.

Веб-сайт – бу ўзида бирор бир ахборотни мужассам этувчи бир-бирига функционал боғлиқ бўлган HTML-саҳифадир. Сайтлар турнга кўра қуйидагиларга бўлинади:

1. Визитка. Бирор-бир ташкилот ҳақида маълумот берувчи сайт (ингл. *business card website*) бўлиб, одатда у ўз ичига ташкилот, шахс, компания, товарлар ёки хизматлар ҳақидаги асосий маълумотни жамлайди. Сайт-визитка динамик ёки статистик бўлиши мумкин. Динамик сайтда асосан анимациялар ва Flash технологиялар жойлаштирилади .

2. Каталог (сайт-витрина) – дўконлар, товарлар, хизматлар, нархлар, агентликлар томонидан бериладиган тақлифлар хусусида маълумот беради. Аммо, савдо интернет орқали амалга оширилмайди. Бундай сайтларнинг асосий мақсади мижозларни жалб этиш.

3. Электрон магазин – бизнес жараёнларни амалга оширади, интернет орқали маҳсулотларни сотади, хизматларни тақлиф этади.

4. Промо-сайт – товарларни реклама килади.

5. Ахборот сайти – оммавий ахборот воситаларининг электрон варианты, интернет нашрлар.

6. Корпоратив сайт – компания фаолиятини кенгайтиришга мўлжалланган бўлиб, унинг таркибида электрон дўкон, электрон ҳужжатлар алмашинуви, интернет-музокаралар олиб бориш имкони бор.

7. Портал – сўзма-сўз таржимасига кўра «дарвоза» маъносини билдиради. Бошқа интернет саҳифаларидан фаркли ўлароқ, веб-портал ўзида бир неча сайтларга тенг манбаларни бирлаштирувчи йирик ресурс ҳисобланади. Бундай ахборот ресурсни ташкил этган муассасалар одатда унга бир неча вазифани юклайди.

Ҳар бир сайт турида фотосуратлар уларнинг мазмунига мос равишда берилиши лозим. **Нашрнинг мазмуни** – контент веб-сайт дизайнида муҳим аҳамият касб этади. Веб-сайт контентини яратишда қуйидаги талабларни инобатга олмоқ керак. Интернетга мақолалар тез-қўз югуртириб, аниқ тасаввур ҳосил қилишга мослаштирилган ҳолда, монитордан ўқиш учун мўлжалланган услубда, мантикий бўлаклари хатбоши билан ажратилган кўринишда киритилиши лозим. Ҳар бир материал учун қисқа, аниқ сарлавҳа танланиши ва имкон қадар фотосурат берилиши мақсадга мувофиқ. Информацияга мос фотосурат унинг нафакат сифати, балки қийматини ҳам оширади.



XXI асрнинг бошларига келиб, ахборот ва фотосуратларни «фукаролик журналистикаси» соҳасида тарқатувчи асосий воситалардан бири интернет журналистикасида блог бўлиб қолди. Бугунги кунда фотожурналистикага ихтисослашган турли блоглар мавжуд. Россияда бу «фотополигон» бўлса, Facebook ижтимоий тармоғида «Фотокухня»дир. Аммо, блоглардан фарқли ўларок, веб-сайтлар дизайнида фотосурат биринчи ўринда туради. Фикримизча, сурат қанчалик катта ва бадиий ишлов берилган ҳолда берилса, қаҳрамоннинг ички кечинмалари унинг юзида акс этса, фотомухбир қаҳрамон феъл-атворини очиб бера олган бўлса, бундай сурат биринчи галда ўқувчи эътиборини ўзига тортади.

Веб-сайтлар дизайнида фотосуратлар уларнинг жанридан келиб чиққан ҳолда турли хил берилади. Интернет ОАВда фотосуратларнинг жойлашуви бошқа нашрлардан фарқли ўларок, бир саҳифа қилиб берилиши, айнан унинг ноанъанавий талқин қилинишини кўрсатади.

Шакл ҳақида мазмундан айро ҳолатда фикр юритиб бўлмайди. Бу борада мутахассислар турлича қарашларни илгари суради. Масалан, Д.Катков шакл ва мазмунни материализм ва идеализмга қиёслайди. Унинг фикрича, ҳар қандай фотосуратчи ўзининг ҳар бир суратини олиш жараёнида мазмунни шаклга солади. Шакл ва мазмун бир-биридан айро ҳолатда мавжуд бўлгани боис фотосуратчининг вазифаси шундай шаклни топишдан иборат бўлиши керакки, токи томошабин уни муаллиф назарда тутган мазмун билан тўлдиришни истасин.

Бундай нуқтан назар қатъийлашиб улгурган. Сўнгги ярим аср давомида фотография бўйича яратилган дарсликларда шакл ва мазмуннинг ажралмас алоқаси ва диалектик бирлиги таъкидлаб келинади. 1977 йилда фотография санъати бўйича чоп этилган китобда, жумладан муаллиф мазмун ва тасвирий шакл диалектик бирликда бўлишини, аммо мазмун ҳар доим етакчи эканини, тасвирий шакл эса уни очиб бериш, намоён этиш учун хизмат қилишини таъкидлайди. Орадан 35 йил ўтиб, 2010 йилда нашр этилган фотография тўғрисидаги дарс-

ликда эса, шакл ва ундаги мазмун «нафақат ажралмас боғлиқ, балки улар мутлақо яхлит, бир бутун ҳодисадир», – дейилади.

Шунга қарамай, санъат ривождаги замонавий фикрлар шакл ва мазмуннинг ўзаро боғлиқлиги ҳақидаги бундай қарашларнинг ўзгармаслигини шубҳа остига олади. Замонавий фотосанъат классиги Майкл Кеннанинг тадқиқотлари шакл ва мазмуннинг бирлиги тўғрисидаги тезисларни инкор қилиб бўлмаслигини рад этади.

Санъат соҳасидаги минимализм (лаконизм) йўналиши ўтган асрнинг ўрталарида пайдо бўлган эди. XX асрнинг 60-йилларида минимализм асосчиларидан бири Френк Стелла тасвирий санъатда кўҳна кадриятларга ёпишиб олган кишиларнинг фикрларига қўшилмаслигини баён этиб, шундай деган эди: «Уларга ҳар қанча уқтирма, барибир матода бўёқдан бошқа яна нимадир борлигини таъкидлашади. Менинг тасвирий санъатим эса унда кўз билан кўриш мумкин бўлганидан ортик нарса йўқлигига асосланади». Бундай ёндошув шаклнинг етакчилигини биринчи ўринга қўяди. Фотографияда мазмун шаклга ҳалақит берувчи ортикча нарса сифатида баҳоланади.

Бошқа томондан қараганда эса, концептуал санъатда шакл тушунчаси мазмун билан солиштирганда деярли йўққа чиқарилади: концептуализм назариётчиларидан бирининг фикрига кўра, санъат асари қандай кўринишда бўлиши муҳим эмас. Натижада у қандай шаклга кириши ҳам муҳим эмас, асосийси, ҳаммаси ғоядан бошланса бўлди.

Бир қараганда, ростдан ҳам юқорида кўриб чиқилган ғоялар бизга фотография мактабларида ўқитиладиган қоидаларга зид келади. Бошқа томондан эса, санъат тарихида вақти-вақти билан бир категориянинг бошқаси устидан етакчилик қилиши тенденцияси кузатилиши ҳақидаги фикрлар ёдга тушади. Масалан, романтик санъат мазмуннинг шаклдан устунлигини, формализмнинг эстетик концепцияси эса шаклнинг ўзига яраша аҳамиятини тан олади. Шундай қилиб, санъат йўналишларидан бири бўлган фотографияга ҳам диа-

лектик карашлар бегона эмас. Дарҳақиқат, тасвирлаш санъати «инкорни инкор» қонуни асосида ривожланади. Яъни, бир хил босқичлардан утилади, аммо улар ҳар хил англанади. Шу боис фотография санъати тўғрисида гап кетганда, бу ҳақиқатни назариётчилар ҳам, амалиётчилар ҳам унутмасликлари керак.

Сайтдаги фотосуратда объектив ёндашув муҳим ўрин тутади. Чунки, бу суратлар содир бўлган бирор аниқ ҳодисани ўзида акс эттиради. Сайтда фотосурат матн мазмунини тўлдиради. У кўпроқ ахборот бериш учун қўлланилади. Фотосурат кўпроқ жонли ва эътиборни ўзига тортадиган бўлиши керак. Бу борада портрет фотолардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлиб, у йиғилишдаги маърузачининг характерини очиб бериши керак. Фотосуратларни кўпроқ бериш ахборотнинг ўқишли бўлишини таъминлайди. Бундай суратларни қай тарзда олиш зарур? Ҳарбий фотожурналист Стаси Персал ўз тажрибасидан келиб чиққан ҳолда, дала шароитида сайтлар учун фотосуратлар олиш хусусида қуйидаги фикрларни билдиради:

«Фотосуратни олишда тўғридан тушадиган ёруғлик энг мақбулдир. Бунда нур ва соя уйғунлиги муҳим роль ўйнайди. Мен айнан соя бермайдиган ёруғликни танлайман. Ёндан тушадиган ёруғлик фотографа объектнинг шаклини, текстура ва кўринишини аниқ кўрсатади. Ёнидан ёруғлик тушадиган предметларнинг ўз сояси халакит беради. Аммо суратга ёрдам бериб, унинг хусусиятларини бўғштириб кўрсатиши ҳам мумкин. Агарда чирок предметдан юқорироқда жойлашган бўлса,



«Ёруғлик камалаги» ҳосил бўлади ва предметнинг устида яна бир чизик ҳосил бўлишини ва шу орқали предметни ноодатий тарзда кўринишини таъминлайди». Албатта, юқори маҳорат билан ёруғлик тўғри танланган равишда олинган суратлар ҳар қандай сайтнинг кўринишига кўрк бағишлабгина қолмай, мақолага ўқувчи диққатини ҳам жалб этади.

Мақоланинг асосий фактларини расмлар билан чиройли тарзда тўлдириш мумкин. Улар яхши ёзилган матн ўрнини босолмайди, аммо унинг муҳим ўринларига урғу бериши ва ажратиб кўрсатиши мумкин. Масалан, 2000 йил август ойида Россиянинг «Курск» номли атом сув ости кемаси ҳалокатга учраганда янгиликлар веб-сайтларидан бири мазкур воқеага бағишланган махсус рукн очиб, унга оддийгина иккита расмни жойлаштирган эди. Уларнинг бирида сув ости кемаси йўловчи самолёт ёнида, иккинчисидан эса денгиз тубида ётган кема ва Эйфель минораси акс этган эди. Шу расмларга қараб, сайт фойдаланувчиси кеманинг катталигини ҳамда у Баренц денгизида қандай чуқурликда ётганини билиб олиши мумкин эди.



Ўзбекистон «Маҳалла» хайрия жамоат фонди расмий
веб-саҳифаси www.mahallafond.uz

Фотосуратлар ва уларга тагсўзлар. Фотосуратлар, ай-никса бош саҳифага жойлаштирилганлари ўқувчилар эътиборини тортадиган бўлиши керак. Худди газета ёки журналдагидек суратда акс этган одам (одамлар) мақолага тескари томонга қараб қолмаслиги лозим. Суратнинг тагсўзи эса унга аниқлик киритиши ва қизиқишни ортиришга хизмат қилиши керак.

Сайтга фотосуратларни jpeg форматда жойлаштириш керак. Бундай фотоматериаллар статик (харакатсиз) фотосуратлардан анча сифатли. Фотосуратнинг максимал ҳажми 640x480 пиксель бўлишини таъминлаш жоиз. Катта ҳажмли фотосуратларни қайта ишлаб жойлаштириш осон, чунки улар ўз сифатини сақлаб қолади.



Канаданинг маҳаллий ташаббуслар жамғармаси (CFLI) <http://www.canadainternational.gc.ca> расмий веб-сайти

Фотосуратни сайтга жойлаштиришдан олдин график файлни сиқиш режимини танлаш керак. Буни фотошоп менюси – «Save for Web...» орқали амалга ошириш осон. Сайтда катта ҳажмдаги фотосуратлар ўрнига уларнинг кичкина анонсини кўрсатган маъқул. Бу расмларнинг ҳажми кичкина бўлгани сабабли сайтга қиравчиларнинг трафигини ортиқча сарфламасдан, битта саҳифада катта фотосуратларнинг бир нечта (ўнтагача) анонсини жойлаштириш мумкин бўлади. Шу

тарика сайтга кирувчи кўриш учун ўзига кизикарли фотосуратни танлаш имкониятига эга бўлади. Агарда ташкилот сайтига видеотасвир жойлаштирилиши лозим бўлса, файл формати: JPG, GIF, PNG. Файл ҳажми 95 кб, 640x480. Тасвир ҳажми 8196x8196. Кўйилаётганда видеотасвир автоматик тарзда flv-форматга конвертация бўлади (видео-кодек h264, аудио-кодек faac).

2-§. Ихтисослашган журналистика турларида фотосуратдан фойдаланиш

Фотография йўналиши журналистиканинг таркибий қисмларидан бири сифатида унинг ўзига хосликлари ва қонунқоидаларига сўзсиз амал қилади. Бир қарашда фотожурналистика ва журналистиканинг умумий жиҳатлари талайгина, фарқи эса «фото» деган қўшимчадангина иборатдай кўринади. Лекин, фотоасарни ҳам ҳужжат, ҳам санъат деб аташ тўғрироқ бўлади, чунки у воқеа-ҳодисаларнинг бетакрорлигини ва атроф оламнинг гўзаллигини ўзида акс эттиришга қодир.

«Бу соҳада омон қолиш ва муваффақиятга эришиш учун фотожурналистдан шижоат, қобилият ва қузатувчанлик талаб қилинади, – дейди таниқли америкалик тадқиқотчи Стейси Пирсал, – Мен шуларга яна сизнинг даромадингизни, раҳбарият билан яхши муносабатларингиз, шахсий режаларингиз ва мунтазам ўқиш-ўрганиш, изланишингизни ҳам қўшиб қўйган бўлардим. Фотожурналистиканинг қамрови кенг: спортдан тортиб то уруш мавзусигача турли жабҳаларни қамраб олишга қодир. Шунинг учун ҳам ихтисослашув гоёси



барча журналистларнинг касбий нуқтаи назарларини бир маслак атрофида бирлаштиради ва тайёрланаётган маҳсулотни тасвир ва мультимедиа кўмагида янаям такомиллаштиради».

Спорт журналистикасида фототасвир. Спортни ёри-тишда суратнинг ўрнини бошқа ҳеч қандай восита боса олмайди. Чунки, унда экспрессия, динамизм, ҳиссиётлар, яъни ҳаракат тезлиги, жўшқинлик ва ҳис-ҳаяжон мужассамлиги-ни кузатиш мумкин. Айнан спорт мавзuidaги суратлар биз-ни кўпроқ ҳаяжонга солади, хайрихоҳлик ҳиссини уйғотади. Бир қарашда спорт мусобақаларидан фотолавҳа, репортаж тайёрлашдан осони йўқдек, фотоаппаратнинг тасвир изловчи қурилмасини ишга солиб, энг кизик лаҳзада тугмасини бо-сиб улгуришнинг ўзи қифоядек гўё. Чиндан ҳам фотосуратнинг муваффақияти тўғри танланган лаҳзага кўп жиҳатдан боғлиқ. Матн билан уйғунликда унинг таъсири янаям кучаяди, бу ҳолатни юзага келиши кўп жиҳатдан фоторепортёрнинг фут-бол майдонида ёки бокс рингида бўладими – ҳаракатланаётган спортчилар билан баробар ҳаяжонланиши, ғалаба иштиёқини биргалашиб баҳам кўриши, ғолиблик нашидасини сура били-ши ва шу ҳиссиётларни сурат ва матн кўмагида ўқувчига етқа-зишга ошиқлиги билан боғлиқ.

Спорт фоторепортажини олдиндан сахналаштириб бўл-майди. Агар қўлга фотокамерани олиб, тўп сураётган болалар, велосипед учиб юрган кизалокни тасвирга тушириб, кейин натижасига эътибор берилса, кўзланган мақсад тўла амалга ошмайди. Олинган суратда ҳаракат, ҳаёт етишмаётганининг гувоҳи бўлиш мумкин. Баъзан бунинг акси – ҳаракат шунча-лик кўпки, ким қайсига қараб ҳаракатланаётганини фарқлаш қийин. Бор кучини ғалаба учун сарфлаётган қаҳрамон сакраш-да ҳам, югуриш, тўсикларни енгилда ҳам ҳар доим ҳаққоний ва жонли бўлиб кўринаверади.

Спорт фоторепортажи-ни тайёрлашнинг ўзига ҳос жиҳатлари бор, агар оддий фоторепортаж тайёрлаёт-ган муаллиф маконда бема-лол, эркин ҳаракатланиш, штатив, чироқдан фойдала-ниш имкониятига эга бўлса,



спорт мусобакалари бораётган пайтда фотожурналистнинг ҳаракатланиш ҳудуди кескин кискаради, 400 миллиметрли объектив билан спортчи ортидан югуришнинг ўзи бўлмайди. Кўнгилдагидек сурат олиш мақсадида майдон ёки кортга тушиш эса қатъиян тақиқланган. Одатда спорт мусобакасини ёритадиган фотожурналистлар учун махсус ҳудудлар белгилаб қўйилади – футбол мусобакаси пайтида дарвоза ортида ёки мураббийлар ўриндигига қарама-қарши томонда туриб тасвирга туширса бўлади. Енгил атлетика мусобакаларини стадионнинг махсус ўраб қўйилган ҳудудларида, спортнинг сувда ўйналадиган турларида сув ости ёки бассейн деворларига ўрнатилган махсус шиша иллюминаторлар орқали суратга олишга тўғри келади. Бунда спорт фотожурналисти талай ноқулайликларга дуч келади ва доим уларни енгиб ишлашига тўғри келади.

Спорт фоторепортажида тасвир ҳажми алоҳида эътиборга эга бўлиб, айниқса йирик ва ўта йирик ҳажмдаги суратлар ўзига хосдир. Улар спортчининг энг масъулиятли лаҳзалардаги ҳам жисмоний, ҳам рухий ҳаяжонини кўрсатиб беришга қодир.

Спорт мусобакаларини ёритишда рақамли фототехника имкониятлари самарали фойда беради. Бунда ҳаракатлар шунчалик шиддатлики, оддий фотоаппарат фокусини гўғирлаб, тугмачасини босишга улгурмаслик мумкин. Замонавий техниканинг эса бир лаҳзада бир эмас, бир нечта кадр олиш имконияти бўлиб, кейин улар орасидан энг муваффақиятли тасвирларни танлаб олиш мумкин. Бу спорт журналисти ишини анча енгиллаштиради, мазкур мусобақа ҳақида кенгроқ маълумот беришга қўмаклашади.

Болаларни фотосуратга олиш. Бола психологиясига рангтасвир орқали таъсир ўтказиш унинг дунёқарашини кенгайтиради. Болаларгагина ихтисослашган махсус нашрлар, адабиёт намуналари пайдо бўлиши билан ўзбек болалар фотожурналистикасига пойдевор қўйилган. У йиллар давомида болалар дунёқараши ва тафаккурини шакллантирувчи, ижтимоий-сиёсий, маънавий, ахлокий-тарбиявий масалалар



тахлилига қаратилган, ёшларни ижтимоий фаолликка ета-
кловчи ижод тури даражасига кўтарилиб, алоҳида табиатга
эга ҳолда ривож топмокда. Колаверса, болаларнинг матбуот ва
китоб билан ўртоқлашишида болалар нашрлари асос вазифа-
сини бажаради. Ва, табиийки, унда фототасвирларнинг роли
бекиёсдир.

Фотосуратларда болалар мавзусини ёритиш уларнинг
ҳуқуқларини билиш, улар билан боғлиқ мавзуларда аниқ да-
лилларга асосланиш билан бирга, уларнинг ёши, психология-
си, ижтимоий аҳволига боғлиқ ҳолатларга албатта эътибор
бериш керак бўлади. Бу эса фотожурналистнинг касбий
ахлоқ меъёрларига амал қилиши лозимлигини такозо этади.
Шу билан бирга, ҳозирги болаларнинг қизиқиш ва интилиш-
ларини ҳисобга олмасдан туриб, уларнинг эътиборини тор-
тиш кийин. Шунинг учун ҳам газета-журналлар интернетдан
олинган фотосуратларни саҳифаларга нари-бери жойлашти-
равермасдан, энг сара фотоасарлардан фойдаланиш, уларни
ахборот хавфсизлиги ва миллий анъаналаримиз нуқтаи на-
заридан таъсир этиш даражасига алоҳида эътибор қаратиш
талаб этилади.

Болалар эътиборини тортиш, уларни қизиқтирадиган
мавзуларда ижод қилиш жуда кийин жараён. Муаллиф
уларнинг нима хоҳлаётганини, нима қизиқтираётганини ҳис
қилиши керак. Болалар учун материал тайёрлашга астойдил



бел боғлаган фотомухбир неча ёш бўлишидан катъи назар, калбининг бир четида болаларча бегуборлик, кувнокликни саклаб колган бўлиши керак.

Яна шуниси ҳам борки, фотограф боланинг калби, дунёси, хис-туйғуларини нечоғлик англаши у суратга олган манзаралардан сезилиб туриши керак. Чунки, ҳали ўқишни билмасидан олдинок бола жамиятни суратлар орқали тасаввур қилади. Демак, уларга жамият, дунё ҳақида рост ва аник маълумотлар бериш керак. Зеро, ота-она фарзанди учун сотиб олаётган нашрдан кўнгли тўлсагина, шунини боласига раво кўради.

Болалар нашрлари учун фототасвирлар тушириш ва танлашнинг бир қатор ўзига хос талаблари мавжуд бўлиб, улар воқеликнинг болалар нуқтаи назаридан ижтимоий тадқиқ этилиши, маърифий-тарбиявий мақсадга йўналтирилганлиги, ижодкорларнинг ҳам болалар, ҳам катталардан иборат бўлиши, композицион жиҳатдан содда, ихчам ва тушунарли бўлиши, ўз мақсади, предмети ва вазифасига эгаллиги, берилаётган материалларда энг аввало болаларнинг ёши ҳисобга олинishi каби жиҳатларда акс этади. Умуман олганда, фотомухбир қайси соҳа ёки йўналишда ижод қилмасин, албатта у яратган асар эзгуликка хизмат қилиши кераклигини ҳеч қачон унутиб қўймаслик муҳим.

Экологик мавзуни фотосурат орқали ёритиш. Газетага қизиқарли материал керак, чунки ўқувчи зерикарли мақола, узундан-узок муҳокамаларни ёқтирмайди. Бундай пайтда вазиятнинг фақат фотосурат юмшата олади, унга «жон» киритади. Табиатнинг муҳофаза қилиш мавзусига мурожаат қилиб кўрайлик. Фотомухбир экожиноятнинг суратга муҳрлади: дейлик –

майсазор ёки ўрмон ёкасида ахлат уюми кимнингдир табиатга лоқайд муносабати, ўзи яшаб турган жойга меҳрсизлиги ва ялқовлигига гувоҳ бўлиб уюлиб ётибди. Ушбу тасвирни нашр қилган газе-



та таҳририяти ўқувчиларига: «Кўриб кўйинглар, фаросатсиз фукаролар она табиатимизни не кўйга соляптилар», — дея мурожаат қилаётгандай. Бунга ўхшаш экологик мавзудаги материалларни кўпчилик муҳокамасига тақдим этиш одамларни тарбиялайди, табиатга тўғри муносабатда бўлишга ўргатади ва шу йўл билан дунёқарашларни шакллантиришга хисса қўшади. Агар сурат яхши чиккан бўлса, ўқувчи каттиқ таъсирланади, табиат, атроф-муҳитга муносабати хусусида ўйланиб қолади. Лекин, айнан ана шунака резонанс ҳосил қилиш учун фото-сурат шундай ишланган бўлиши керакки, инсон кўнглида бу каби бемаъниликка нисбатан исён, норозилик ҳиссини уйғота олиши керак. Айнан ана шундай ҳолларда журналистиканинг ташкилотчилик функцияси ёрқин намоён бўлади.





Экология мавзусини ёритишни олдига мақсад қилиб қўйган муаллиф фотожурналистиканинг барча жанр кўринишларидан самарали фойдаланиши мумкин. Бу хабар бўладими ёки фоторепортаж, портрет бўладими ёки пейзаж – муҳими, юксак маҳорат билан бажарилган бўлса бас.

Табиат, экология ҳақидаги фотоматериаллар кўпинча репортаж жанрида тайёрланганига гувоҳ бўламиз. Бу саёҳатни, ҳаяжонли таассуротларни ёктирадиганларнинг сеvimли жанри бўлиб, касбига садокатли фотомухбир сафарга отланишдан олдин олдига аниқ мақсад қўйиб, ёритиши керак бўлган мавзунини, сафар йўналишини аниқ белгилаб олади, йўлдош, сафар анжомларини ҳам эсдан чиқармайди.

Экология, она табиат ҳақидаги энг яхши фоторепортажлар муаллифи деб Россиянинг «Комсомольская правда» газетасида «Табиатга дарча» рукнини олиб боровчи фотожурналист В. Песков эътироф этилган, унинг самимиятга йўғрилган, кашфиёт даражасидаги бетакрор асарлари уларни кўрганлар хотирасида узок сақланиб қолади.

Фотопейзаж ҳам табиат кўринишларини суратда муҳрлашнинг энг яхши усулларидаидир. Қолаверса, фотопейзаж деганда кўпчилик айнан табиат тасвирини кўз олдига келтиради. Бу тушунча хусусида луғатларда қуйидагича изоҳга дуч келамиз: «бирон жойнинг кўриниши», «табиатни акс эттирувчи сурат, тасвир».

Хаваскор ва профессионал суратчилар бу жанрда ижод килишни яхши кўришади. Чунки, она табиатнинг мафтункор хуснидан завқланмайдиган одамнинг ўзи йўқ. Чинакам жонли табиат бағишлайдиган хузур-халоватга якин туйғуни хис килиш, гўзал манзаралар, бетакрор чиройдан фотосурат томоша килиб ҳам завқланиш мумкин, факат битта шарт – ўша фотоасарни чинакам профессионал ижодкор яратган бўлиши керак.

Хар қандай фотоасар ўз мухлисини топиши, унинг хотирасига муҳрланиши учун яна бир талабга жавоб бериши керак бўлади, яъни унда акс эттирилган предметлар, фон, асосий ва кўмакчи тасвирлар яхлит уйғунлик – гармония ташкил этиши керак. **Гармония** сўзи эса юнон тилида «*harmonia*» – «алока, тартиб, саф, монанд» маъноларини англатади. Бу сўзни хар ким хар хил тушунади – кимлар учундир бу ёз кечаларининг сокинлиги, табиат билан уйғунлигини англатса, бошка бировларга атрофидагилар билан ўзаро муносабатларни билдиради.

Гармония табиат, буюмлар, одамлар, турли воқеа-ҳодисалар оламидаги уйғунликни англатади. Бошқача айтганда, у табиат ёки инсон қўли билан яратилган мукамалликдан хосил бўладиган кўнгил хотиржамлигидир. Чинакам истеъдод соҳиби бўлган ижодкор ўз фотоасарларида бизга бу хотиржамликни тақдим этиш, руҳимизни бойитиш, дунёқарашимизда тубдан бурилиш ясашга кодир.

3-§. Зиддиятли вазиятларда фотожурналист фаолияти

Уруш ёки қуроли тўқнашувларга йўл қўймаслик гуманизмнинг бошланиши ҳисобланади, аммо бундай саъй-ҳаракатлар беҳуда кетиши оқибатида уруш ҳолатлари юз берган тақдирда ярадорларга, асирларга, қуроли тўқнашувларга дахли бўлмаган фуқароларга, жумладан қариялар, беморлар, аёллар, болалар ва умуман, ҳимоясиз қолганларга меҳрмурувват кўрсатиш умуминсоний мажбурият сифатида қўплаб халқаро ҳужжатларда ўз аксини топган.



Зиддиятли ҳолатларда фотожурналистиканинг вазифаси қандай? Яъни, уруш ва жанг майдонларида юз бераётган ҳолатлардан ахборот тарқатиш қай тарика йўлга қўйилади? Фотожурналистларнинг ўрни ва аҳамияти

нималардан иборат бўлади? Уларнинг ҳаётини хавф остида қолдирмаслик чоралари қай тарика қўрилади?

Жаҳон афкор жамоатчилиги томонидан бу борада ҳам чора-тадбирлар ишлаб чиқиш, уларни амалиётга татбиқ этиш борасида кўплаб сазй-ҳаракатлар амалга оширилган. 1899 ва 1907 йилларда киритилган уруш қонунлари ва одатларига доир Гаага конвенциясининг 13-моддасида, шунингдек 1929 йил 27 июлда қабул қилинган Женева конвенциясининг ҳарбий асирлар билан муносабатга доир моддасида «газета мухбирлари» ҳақида сўз боради. Унга кўра ҳарбий қўшинлар қаторида қўлга олинган газета мухбирлари (уларнинг ўз давлатларидаги ҳарбий маҳкамалар томонидан тақдим этилган махсус ҳужжатлари бўлган тақдирда) ҳарбий асирлар мақомига эга бўлмоқликлари керак. Бирок, кейинчалик белгилаб қўйилган ушбу мақомга аниқлик киритилди. 1949 йил 12 август куни қабул қилинган Женева конвенциясида (III конвенция) аскарлар қаторида қўлга олинган фотожурналистларга «ҳарбий мухбирлар» мақоми берилди. Иккинчи жаҳон уруши тажрибаларидан келиб чиқиб, унинг махсус

ҳарбий маҳкама томонидан тақдим этиладиган ҳужжатни олиб юриш мажбурияти бекор қилинди (ҳужжат уруш майдонларида, оғир шароитларда йўқолиб қолиш ҳолатлари кўп учрагани сабабли).



Умуман, фавкулудда ҳолатларда фотожурналистлар хавфсизлигини сақлаш масаласига қайта-қайта мурожаатлар қилинди. 1970 йили БМТнинг Бош Ассамблеясида Франция ташқи ишлар вазири М.Шуманн ташаббус кўрсатиб, мазкур масалага алоҳида жиддий тус берди. Шунинг таъсирида Бош Ассамблея Инсон ҳуқуқлари комиссиясига хавфли ҳудудларга хизмат сафарига борган фотожурналистлар хавфсизлигини таъминлашга доир махсус Конвенция тайёрлаш вазифасини топширди. 1971 йили Комиссия ўзи тайёрлаган Конвенция лойиҳасини Ассамблея ва аъзо-давлатларга тарқатди. Мулоҳазалар, таклифлар олинди, улар ишлаб чиқилди ва ниҳоят, бирмунча узок давом этган тегишли жараёнлардан сўнг, 1977 йилнинг 8 июнь куни бўлиб ўтган Дипломатик конференцияда I-Протоколнинг 79-моддаси – «Журналистларни муҳофаза қилиш чоралари» номи остида қабул қилинди. Мазкур модданинг мухтасар маъноси қуйидагича:

– «Қуролли конфликт давом этаётган ҳудудда хизмат сафарида бўлган фуқаро сифатидаги фотожурналист фуқаро шахсларга халқаро гуманитар ҳуқуқ томонидан бериладиган ҳуқуқлардан тўла-тўқис фойдаланади.

– Қуролли кучларда аккредитациядан ўтган ҳарбий муқабилларга III Конвенция 4-банд, 4-моддада кўзда тутилган махсус ҳолат мақоми қўлланилади.

Протоколга илова қилинган шахсни тасдиқловчи ҳужжат намунасига мос ҳужжати бўлган шахс ҳақиқатан ҳам фотожурналист ҳисобланади».

БМТ Конвенциясининг 5-модда, 2-хатбошида фотожурналист фуқароси ҳисобланган ҳукумат томонидан бериладиган мазкур ҳужжатнинг орқа томониди: «Ушбу ҳужжат эгаси хизмат сафари чоғида профессионал этиканинг барча меъёрларига қатъиян риоя этиши ва ўзи борган бошқа давлатларнинг ички ишларига аралашмаслиги, ҳеч қандай сиёсий ва ҳарбий фаолиятларга ёхуд жанговор ҳаракатларга дахлдор бўлиб қолишдан ўзини эҳтиётлаши зарур, деган эслатмалар бўлмоғи керак», деган сўзлар ёзилган.

Ушбу мулоҳазалардан ҳам кўринадики, фавқулодда ҳолатларда фотожурналистнинг ҳавфсизлигини таъминлаш масаласи алоҳида муаммо, алоҳида тушунча сифатида шаклланган ва унга БМТга аъзо-давлатлар томонидан қабул қилинган (демак, бажарилиши шарт бўлган) халқаро ҳужжат даражасига кўтарилган.

Шу ўринда уруш ҳолатларида ташқи дунё билан алоқа ўрнатиш масалаларига тўхталишга тўғри келади. Чунки, инсон ҳар қандай ҳолатда дунёда юз бераётган воқеа-ҳодисалардан хабардор бўлиш ҳуқуқига эга. Колаверса, ҳарбий асирлар ўзлари тўғрисидаги ахборот, маълумотни ўз вақтида зарур бўлган манзилга етказиш ҳуқуқига эгадирлар.

Бундай ишларнинг бари ахборот алмашинуви орқали амалга оширилади.

Мисол тариқасида, «Ҳарбий асирлар билан қилинадиган муомала тўғрисида» 1949 йил 12 августда қабул қилинган Женева конвенцияси бандларига мурожаат қилайлик. Конвенциянинг «Ҳарбий асирларнинг ташқи дунё билан алоқалари» деб номланган V қисми, яъни 69–77-моддалари мулоқот муаммоларига бағишланган.

70-моддани ўқиймиз: «Ҳар бир ҳарбий асир асирга олинган вақтидан эътиборан ёки энг кечи билан лагерга, ҳатто транзит лагерга бўлса ҳам жойлаштирилганидан сўнг бир ҳафта ўтгач, шунингдек, касалланиши ёки бошқа лазаретга ёхуд лагерга кўчирилиши муносабати билан, бир томондан, бевосита ўз оиласига, иккинчи томондан, 123-моддада кўзда тутилган Ҳарбий асирлар ишлари бўйича Марказий Агентликка почта карточкаси жўнатиш имконига эга бўлиши лозим; ... Ушбу карточкалар иложи борица тезкорлик билан жўнатилиши зарур ва уларни узатиш жараёни ҳеч қандай йўл билан секинлаштирилиши мумкин эмас».

71-модда. «Ҳарбий асирларга хат ва почта карточкаларини олиш ва жўнатиш учун рухсат этилади».

Ушбу конвенциянинг VIII боби «Ташқи дунё билан алоқалар» деб аталади (105–116-моддалар).

Унда асир муайян жойга жойлаштирилгач, бир хафта ичида у ҳақда тегишли манзилга, оиласига хабар берилиши керак. Хабар бериш ҳеч қандай йўл билан кечиктирилиши мумкин эмас. Узрли сабаб бўлган тақдирда асирда тутиб турувчи давлат асир мансуб бўлган давлатга маълумотнома тақдим этиши зарур.

Бевосита фотожурналистларга тааллуқли қуйидаги ҳужжатларни билиб қўйиш зарур:

Халқаро қуроли моҳаролар қурбонларини ҳимоя қилишга тааллуқли 1949 йил 12 августда қабул қилинган Женева конвенцияларига доир қўшимча Протокол (1-Протокол). Мазкур Протокол 1977 йил 8 июнда Женевадаги дипломатик конференцияда қабул қилинган.

Протоколнинг IV қисм 3-боби «ЖУРНАЛИСТЛАР», 79-модда эса «ЖУРНАЛИСТЛАР ҲИМОЯСИ БЎЙИЧА ЧОРАЛАР» деб аталган. Модда қуйидаги уч банддан иборат:

«1. Қуроли моҳаролар ҳудудида ҳатарли хизмат сифарида бўлган фотожурналистлар 50-модданинг 1-бандида қўзда тутилган мазмундаги фуқаро шахслар, деб ҳисобланади.

2. Шу жиҳатдан улар фуқаро шахс мақомига мос келмайдиган ҳеч қандай ҳаракат содир этмаслик ва қуроли қучлар қошида аккредитация қилинган ҳарбий мухбирларнинг Учинчи конвенциянинг 4-моддаси А.4-бандида қўзда тутилган мақомига ва тегишли ҳуқуқларига зиён етказмаслик шарти билан тегишли Конвенциялар ва мазкур Протоколга мувофиқ муайян ҳимоядан фойдаланади.

3. Улар мазкур Протоколнинг II Иловасида қўрсатилган намунадагидек шахсий гувоҳномалар олишлари мумкин. Фотожурналист ўзи фуқароси ҳисобланган ёки ҳудудида доимий яшаб турган ёхуд ишлаб турган ахборот агентлиги жойлашган тегишли давлат ҳукумати томонидан бериладиган ушбу гувоҳнома ўз соҳиби фотожурналист мақомига эга эканини тасдиқлайди».

Халқаро гуманитар ҳуқуқ ва фотожурналистларнинг фавқулодда ҳолатларда фаолият юритиши мавзусида сўз очил-



ганда уруш ҳолатларида ташки дунё билан алоқа ўрнатиш масалаларига тўхталишга тўғри келади. Маълумки, ҳар қандай инсон ҳар қандай шароитда ахборот олиш ва ахборот узиш ҳуқуқига эга. Уруш ҳолатларида бу масала бирмунча оғирлашади ва чигаллашади. Қолаверса, ҳозирги замонда ахборот инсон хавфсизлигини асровчи муҳим омиллардан ҳисобланади. Шу сабабдан ҳам подавлат, давлат ва давлатлар-аро институтларнинг нормал фаолият юритишларида ахборот, умуман коммуникация масалалари ҳал қилувчи аҳамиятга эга.

Ахборотнинг инсон хавфсизлигидаги аҳамияти таъкидланар экан, «ахборот уруши» деган иборани ҳам унутмаслик жоиз. Зеро, ҳозирги замонда нафакат уруш ҳолатларида, ҳатто тинч даврларда ҳам ахборот уруши кузатишмоқда. Бошқача айтганда, ахборот қуролдан-да хавфли воситага айланиб кетди, десак муболаға бўлмайди.

Жаҳондаги барча халқаро ташкилотларда ахборот марказлари, жамоатчилик билан ишлаш бюрolari фаолият юритади. Демак, бундай ташкилотларга қарашли кучлар ер юзининг қайсидир нуктасида уруш олови ёқилса, ўша ерга етиб борадилар. Тўғри, бундай ёрдамларнинг замирида фақат инсонпарварлик ғоялари ётади, деб қабул қилинмоғи керак. Қолаверса, ҳар қандай халқаро ташкилот сиёсий, молиявий ва

бошқа масалаларда ҳеч бир давлатга ён босмаслиги шарт. Афсуски, амалда кўпгина ҳолларда кузатилганидек, деярли барча халқаро ташкилотларга у ёки бу давлат кўпроқ молиявий кўмак беради, шундан келиб чиқиб ўша ташкилотнинг мақсад-вазифалари ҳам бир томонга оғиб кетиш хавфи йўқ эмас. Фотожурналист эса худди шундай ташкилотларга қарашли ахборот марказлари билан ишлашда албатта эҳтиёт бўлмоғи зарур. Бу билан ўзи олаётган ва тарқатаётган ахборотнинг тўғри ва ҳаққонийлигини таъминлаган бўлади.

Яна бир муҳим омилни асло унутиб бўлмайди. Бу – оммавий ахборот воситаларининг жамоатчилик фикрига, унинг шаклланишига кўрсатадиган таъсири. Шундай экан, ОАВ орқали тарқатилаётган ахборот юз берган конфликтнинг ижобий ёхуд салбий томонга ўзгаришига ҳам таъсир кўрсатиш эҳтимолини эътибордан четда қолдириш мумкин эмас. Худди шунинг учун ҳам зиддиятли ҳолатларда қўлланиши учун турли мавқедаги халқаро сиёсий институтлар томонидан халқаро нормалар ишлаб чиқилган, фотожурналист этикаси меъёрлари яратилган, ОАВнинг ўзини ўзи цензура қилиши йўлга қўйилган.

Бу ўринда ўзини ўзи цензура қилишни тўғри талқин этмоқ зарур. Фотожурналистнинг ҳолислиги ва мустақиллиги биринчи навбатда унинг шахсий ва касбий одоби ва маданиятига боғлиқдир. Биз тинч даврда фаолият юритаётган фотожурналистнинг касб одобига доир муаммолар ҳақида кўп гапирамиз, бироқ конфликтли ҳолатларда фотожурналистнинг бурчи, эркинлиги ва масъулияти масаласи бир неча ўн ва юз барабар ортиб кетади.

«Конфликтлар, урушлар ва ҳоказо тўқнашувлар чоғида, – деб ёзади америкалик мутахассис М.Бриде, – эркинлик ва масъулият бир-биридан ажратиб бўлмайдиган талабга айланади. Масъулиятсиз эркинлик ҳақиқатни бузишга ва бошқа сунистеъмолчиликларга олиб келади. Бироқ эркинлик бўлмаган тақдирда масъулият ўз аҳамиятини йўқотади».



Конфликтли ҳолатлардаги воқеа-ҳодисаларни ёзишда ўзига хос назар жиҳатлар мавжуд. Биринчи навбатда, фотожурналист юз берган ҳодисалар ҳақида бошқалардан кўра тезкор ва таъсирли ахборот ёзишга ҳаракат қилади. Шундай руҳда ёзилган ва тарқатилган ахборотнинг таъсир кучи кўпроқ бўлади. Одатда, шундай ҳолатларни шарҳлашга киришган сиёсатдонлар тезкорлик ва таъсирчанликка берилган ҳолда совуққонликни унутиб қўйганларидек, фотожурналистларда ҳам биринчи бўлиб хабар бериш истак ва иштиёқи масъулият ва ҳақиқий аҳволни ёритиш бурчининг унутилишига олиб келиши мумкин. Конфликтли ҳолатлардаги вазият, мураккабликлар ва айниқса, турли матбуот вакилларининг қўплиги фотожурналистлар орасида ҳам ўзига хос рақобат муҳитини келтириб чиқаради.

Конфликтли ҳолатлар фотожурналистикасининг яна бир ўзига хослиги бор. Гап шундаки, уруш кечаётган ҳудудларда турли сабабларга кўра ахборот олинмайдиган, яъни «ахборотсиз» фурсатлар юз беради. Хўш, бундай ҳолатларда нима қилмоқ керак бўлади? Журналистларда, «Ахборотнинг йўқлиги ҳам ахборот», деган нақлнома гап бор. Демак, фотожурналист «ахборотсиз» фурсатда жим ўтиргани маъқулми ёхуд текширилмаган ахборотни тарқатавериши маъқулми?

Кейинги усулни қўллайдиганлар ҳам йўқ эмас, ваҳоланки, унчалик текширилмаган ахборотни тарқатиш ҳам кенг оммани чалғитишга хизмат қилиши ҳеч гапмас. Уруш кетаётган ҳудудларда ҳеч қандай мухбир фотожурналист тўла-тўқис ўзи истаган даражада ҳаракатлана олмайди, исталган дақиқада зарур ахборотни қўлга киритолмайди. Бундан, демак, у кечаётган асл жараён ҳақида тасаввурга эга эмас, деган хулоса қилиб чиқади. Биринчи жаҳон уруши, айниқса Иккинчи жаҳон уруши тажрибалари шуни кўрсатганки, икки ёки ундан ортиқ давлатлар ўртасида уруш авж олган пайтларда тарғибот-ташвиқот ишларига шу қадар зўр бериладик, бунинг натижасида воқеалар аслида қандай борапти, қаерда қандай ҳолат юз бермоқда, деган саволларга деярли ҳеч ким, ҳатто фотожурналистлар ҳам жавоб тополмай қоладилар. Мисол учун, Гитлер армияси оммани ҳақиқий ҳолатдан чалғитиш мақсадида маҳсус миш-мишлар тарқатишга зўр берган. Варақалар тарқатган, дуч келган жойга плакат ва шиорлар осган.

1917 йилда Англия Бош вазири Ллойд Джордж куйидаги сўзини бежиз айтмаган: «Одамлар бўлаётган асл воқеаларни билсалар, уруш эртагаёқ тўхтаган бўлур эди. Бирок, албатта, улар ҳеч нарсани билмайдилар, билишлари ҳам мумкин эмас».

Уруш майдонларида юрган фотожурналистлар жасоратини қўллаб-қувватлаш мумкин. Лекин, уруш кетаётган ҳудуддаги реал аҳволдан уларни тўла хабардор деб бўлмайди. Брифинг ёки матбуот анжуманларида берилган ахборот вазият ҳақида атрофлича хулоса чиқаришга асос бўлолмайди. Вьетнамдаги уруш энг авжига чиққан пайтларда 700 дан ортиқ фотожурналист воқеа жойидан хабар тарқатган. Форс қўлигидаги жангларни ёритиш мақсадида 1000 дан зиёд фотожурналист воқеа жойига етиб борган. Бирок, «1000 фотожурналистнинг ҳар еттиасидан биттаси реал воқеа гувоҳига айланган, қолганлари эса уруш майдонларига йўлатилмаган».

Айтиб ўтилган мулоҳазалар ва фактлар ҳам фавқулодда ҳолатларда фаолият юритишга отланган фотожурналист қандай қийинчиликларга рўбарў қелишидан далолат беради.

Қуролли тўқнашувлар ҳудудида ахборот олиш ва уни тарқатиш алоҳида муаммо бўлса, фотожурналистларнинг жисмоний хавфсизлигини таъминлаш яна бир жиддий муаммолардан саналади.

Журналистга жисмоний таъсир кўрсатиш ҳолати икки хил бўлади: бири – фотожурналистларнинг бевосита қуролли тўқнашувлар чоғида шикастланиши; иккинчиси – қўлга туширилган фотожурналистларга турли тазйиқлар ўтказиш.

Ваҳоланки, соғлом қарашлар эгалари бундай ҳолатларда фотожурналистлар муҳофазасини таъминлаш устида қай-гурганлар, шунга доир тегишли нормалар ишлаб чиқишга ҳаракатлар қилганлар. Чунончи, 1899 ва 1907 йилги Гаага конвенцияларида, шунингдек 1929 йил 27 июль куни қабул қилинган Женева конвенциясида «газета мухбирлари»га яратилиши зарур бўлган шарт-шароитлар тилга олинган. Мухбирлар, газета учун репортаж ёзувчилар қўлга олинган тақдирда улар билан ҳарбий асирлар билан қилинадиган муомала тартиби ўрнатилиши зарурлиги уқтирилади. Яъни, журналист ҳарбий эмас, у майдонда юз бераётган воқеаларга дахли йўқ фуқаро шахс, унинг бирдан-бир вазифаси – юз берган воқеа-ҳодисалар ҳақида жамоатчиликка хабар бериш, ҳолос.

Женева конвенцияси бобининг 1-бандида эслатишга 50-модданинг 1-банди мазмунини билиб қўйиш керак бўлади. Унда қуйидаги эслатмалар битилган:

«50-модда – Фуқаро шахслар ва фуқаро аҳоли тушунчалари

1. Учинчи конвенциянинг 4-моддасида (А.1, А.2, А.3, ва А.6) ва мазкур Протоколнинг 43-моддасида кўрсатилган бирон-бир шахслар тоифасига мансуб бўлмаган ҳар қандай шахс фуқаро шахс ҳисобланади».

Энди масаланинг иккинчи, яъни бевосита фотожурналистлар фаолиятига дахлдор қирраси ҳусусида сўз юритилди. Гап шундаки, ҳар қандай қуролли тўқнашув, ҳатто зиддиятли ҳолатлар ҳудуди фотожурналист фаолият юритиши учун фавқулодда вазият ҳисобланади. Ахборотни вақтида ва мукамал узатиш фотожурналистдан воқеа жойида бўлишни, воқеа-

ходисаларни ўз кўзи билан кўришини тақозо этади. Ушбу мажбурият ва бурч фотожурналистни энг хатарли жойларга боришга ундайди. Бирок, фавкулодда ҳолатлар фотожурналистикасида қўлаб тавсиялар, эслатмалар ишлаб чиқилган, улар халқаро фотожурналистика майдонларида амал қилади. Мисол учун, Бирлашган Миллатлар Ташкилоти томонидан тайёрланган ҳамда ташкилотнинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси томонидан чоп этилган қўлланма (2002 йил) батафсиллиги билан эътиборга лойиқ.

Қўлланманинг 3-қисми «Текширувчи фотожурналистларни индивидуал ва умумий ҳимоя қилиш учун қўлланма» деб аталади. Унда жўнашдан олдин бажариладиган ишлар (А), умумий хавфсизлик чоралари бўйича (Б) ва кузатув майдонидаги турли шароитларда ўзини қандай тутиш бўйича маслаҳатлар берилган.

А. –

Тиббий кўрик;

Дантист кўриги;

Қилинган вакциналарни аниқлаш

(Сил, сарик, безгак сингари касалликларга қарши);

Кон гуруҳини аниқлаштириб қўйиш;

Биринчи ёрдам муолажаларини ўрганиш;

Ўзи билан олиб юриши шарт бўлган нарсалар;

Шахсий хавфсизлик бўйича қўлланмалар;

Ўзини тута билиш қоидалари;

Минали йўлдан юриш;

Қўлга олинсангиз;

Яралансангиз ва ҳоказо.

ХАТАРЛИ ХИЗМАТ САФАРИДАГИ ЖУРНАЛИСТНИНГ ГУВОҲНОМАСИ

Юза томон

Эслатма:

Ушбу гувоҳнома қуролли можаро ҳудудида хатарли хизмат сафарларида юрган фотожурналистларга берилади. Хужжат эгалари 1949 йил 12 августда қабул қилинган Жене-

ва конвенциялари ва уларга Қўшимча I-Протоколга мувофик ўзларига нисбатан фуқаро шахс сифатида муомала қилиниши ҳуқуқига эгадир. Мазкур гувоҳнома эгаси ҳужжатни доим ёнида олиб юриши шарт. Қўлга олинган тақдирда, у ўз шахсини аниқлашда қўмаклашишлари учун бу ҳужжатни дарҳол қўлга олган маъмурларга тақдим этади. (Ушбу гувоҳномани берган мамлакат номи)

**ХАТАРЛИ ХИЗМАТ САФАРИДАГИ
ЖУРНАЛИСТНИНГ ГУВОҲНОМАСИ**

Сирт томон

Берилди

(ваколатли маъмурият томонидан)

Гувоҳнома эгасининг сурати

Жой

Сана

(Расмий муҳр)

(Гувоҳнома эгасининг имзоси)

Фамилияси

Исми ва отасининг исми

Туғилган санаси ва жойи

Мухбир

Касби Бўйи _____ Кўз _____

Вазни _____ Соч _____

Қон гуруҳи _____ Rh-фактор _____

Диний мансублиги _____

Бармоқ излари _____

(Сўл кўрсаткич бармоқ)

(Ўнг кўрсаткич бармоқ)

Алоҳида белгилари:

Б. —

Ходимларнинг фаолиятида келиб чиқадиган масалаларни хал қилиш хизмати;

Жанг майдонида гуруҳ раҳбарини танлаш;

Гуруҳ раҳбарининг мажбуриятлари;

Хавфли муҳитда фаолият кўрсатувчилар учун топширик йўлланмаси...

С. —

Текширувдан кейинги чоралар, йўл-йўриқлар.

Қўлланмада келтирилган тавсияларни яна давом эттириш мумкин. Уларнинг бари фавқулодда вазиятларда, яъни халқаро гуманитар ҳуқуқ қоидалари қўлланиши мумкин ва зарур бўлган ҳудудларда ва ҳолатларда фотожурналистнинг хавфсизлиги, уларнинг қийинчиликсиз фаолият юритишини таъминлашга қаратилган.

Хулоса қилиб айтганда, уруш майдонларида, конфликтли, қуролли тўқнашувлар давом этаётган ҳудудларда фаолият юритаётган фотожурналистнинг касбий фаолияти ўзига хос талабларга риоя этилишини тақозо қилади. Жумладан, унинг зиммасига қуйидаги вазифалар юкланади:

- журналист инсон ҳуқуқларига, урушни олиб бориш, миллий озчиликка муносабат масалаларига дахлдор бўлган миллий ва халқаро нормаларнинг бажарилишига кўмак бермоқликка бурчдор;

- журналист ўз материаллари билан уруш ҳолатида бўлган тарафлар ўртасида узилиб қолган мулоқотнинг ўрнатилишига, музокара муҳитини яратишга кўмак бермоғи зарур;

- журналист халқаро ҳамжамиятнинг эътиборини зўрайиб бораётган зиддиятли ҳолатларга тортмоғи керак;

- журналист халқаро тинчликни сакловчи саъй-ҳаракатларни қўллаб-қувватламоғи керак;

- журналист зиддиятли ҳолатни келтириб чиқарган бахсли масалаларни уларни бартараф этиш нуктаи назаридан талқин этмоғи зарур;

– журналист кенг жамоатчиликка ахборот таркатаётганини унутмаслиги, муносабатларни янада кескинлаштириши эҳтимоли бўлган ахборотни таркатишдан сақланмоғи муҳим;

– журналист тарафларни ўз нуктаи назарларини ифода этишларига бетараф инсон сифатида имкон яратмоғи керак¹.

Роберт Карл Манноффнинг «Конфликтларнинг олдини олиш ва уларни камайтиришда ОАВнинг роли» китобида баён этилган мазкур эслатмаларни мураккаб вазиятларда фаолият юритишига тўғри келган ҳар қандай фотожурналист ўзи учун дастуриламал қилиб олиши зарур, деб ўйлаймиз.

4-§. Ранглар ҳаракати

Ранг шундай хусусиятга эгаки, у тасвирни ҳаракатлантира олади. Ранг ёрқинлиги тиниклашиб боргани сари, инсондаги жўшқинлик кайфияти ҳам ошиб боради. Қачонки расмлардаги ранглар уйғунлиги меъёрида бўлса, пайдо бўлган тасвир инсонни бирмунча тинчлантириш хусусиятига эга. Ранглар уйғунлигини пайдо қилмоқчи бўлсангиз, шунини эсда сақлангки, тасвир ранги ва у воситасида юзага келувчи соя ҳам бир-бирига мутаносиб бўлиши лозим. Ранглар жилоси тасвирдаги ҳам жисмоний, ҳам рухий мутаносибликни юзага келтиради.

Ёрқин ранглар таҳлили. Ёрқин ранглар сифатида кизил, сариқ, оловранг ва оқ рангларни киритиш мумкин. Бу ранглар томошабин эътиборини тортади. Одатда, бу ранглардан эътиборни тортиш мақсадида фойдаланилади ва маълум бир ҳолатни очиб беришда ёрқин, яъни қора фондаги манзарани ёрқин акс эттиришда юқоридаги ранглар қўл келади. Асосан ижодий фаолиятда кизил, сариқ, оловранг каби тасвирлардан кенг фойдаланилади. Бу аскарларнинг ички ҳиссиётларини, ёшлигини, тажрибасизлигини, жўшқин ғайратини тўлақонли очиб беради.

¹ Ross Collins. A Brief History of Photography and Photojournalism. North Dakota State University, Fargo. 2012. – P. 45.

Кизил: Бу рангдан асосан ғолиблик ва ютуқлар белгиси сифатида фойдаланилади. Шунингдек, ушбу ранг кучли ғоя ва ҳиссиётни уйғотувчи ранг ҳисобланиб, энергия, эҳтирос, қувват, қон ва урушнинг ёрқин тинчсоли. Кизил ранг расмга диққатни қаратишга ёрдам берибгина қолмай, расмдаги майда деталларни очиқ беради.

Оловранг: Бу ранг тажовузкорлик ва куч-қувват рамзи. Оловранг иссиқ ранг бўлиб, инсон кўз олдига илик таассуротларни ёритишга ёрдам беради.

Совуқ ранглар таснифи. Бу рангларга кўк, сиёҳранг ва яшил рангларни киритишимиз мумкин. Улар томошабин нигоҳида совуқликни ифодалаб, ўздан узоқлаштиради. Совуқ ранглардан, одатда, тинчлантирувчи ва юпанч берувчи восита сифатида фойдаланилади, аммо унинг асл моҳиятини гамгинлик ташкил этади. Бу ранглардан фойдаланишдан мақсад, ўзи бўлган вазият ҳақида фикр уйғотишга ёрдам бериш. Масалан, расмда сержант ёлғиз ва унинг вазифаси қўл остидаги аскарларни назорат қилишдан иборат. Яшил ранг унинг кўзлаган мақсадига содиқ ва ишончли, ҳақиқий аскар эканлигини ёритиб берган.

Кўк: Бу ранг куч, ишонччилик, билим ҳамда ҳукм сифатларини ўзида мужассам этган. Суратда кўк рангдан кенг фойдаланиш (хоҳ орқа фонда, хоҳ олд тарафда бўлсин) қутилган натижани беради.

Яшил: Тўқ яшил ранг одатда ҳарбий ҳаракатларни ва пулни ифодалайди. Яшил ранг кизил рангнинг акси бўлиб, сокинлик ҳамда бардош белгиси.

5-§. Қора кунлар

Аскар фотожурналист Stacy Pearsallнинг «In the trenches with combat photographer» китобида зиддиятли вазиятларда фотожурналистнинг фотосуратлар олиш жараёни ҳикоя қилинган¹.

¹ Photojournalist's Field Guide, A: In the trenches with combat photographer Stacy Pearsall. By Stacy Pearsall Published Mar 6, 2013 by Peachpit Press.



«Тун ярмидан ошган-да Ирокнинг Дяла вилоятида бўлаётган кичик уруш майдонига етиб бордим. Мен ҳеч қачон бундай вазиятни кўрмаган эдим. Бу махсус армия бўлинмаси ва менинг илк маротаба ўзига хос объек-

тни аниқлаш операциямиз эди. Мен душманга қарши аскарлар суратини олишга тайёрланаётган эдим. Мен Бухризнинг вилоятларида душманлар жойлашган марказларни ўрганиб чиқдим. Ва менинг ўрганганларим натижасида улар душмanning шаҳарга киритмокчи бўлган қурол ва бомбалар ҳужумига қарши биринчи муҳофаа режасини ишлаб чиқишди. Содир бўлаётган воқеаларни суратларда акс эттириш тажрибамга боғлиқлигини сездим.

Мен бошдан-оёқ қора либосга бурканган аскарлар жамоасини учратдим. Улар мени учратганларидан хурсанд кўринишар эди, аммо камерамни кўриб ҳайратга тушишмади. Танишиб олганимиздан сўнг улар мени ўз жамоаларига илик қабул қилишди ва олдиндан режалаштирилган операцияларида иштирок этишимга қаршилиқ билдиришмади. Ҳудудда жойлашган аскарлар беғуноҳ аёллар ва болаларнинг ҳавфсизлигини таъминлаш мақсадида душман ҳужумларига қарши турли операцияларни режалаштиришарди. Аскарларнинг оддий халқни ҳимоя қилиш воситаси сифатида уй эгаларининг турли кераксиз ҳолга келган: стол, стул, гилам, кроват, диван, шкаф ва шунга ўхшаш буюмлар билан тўлган омборхоналарида яшашга мажбур эдилар. Ҳужум пайтида қочган оилаларнинг ўша дамдаги ҳолатини акс эттирувчи уйдаги бесаранжомлик кўпгина саволларга ойдинлик киритар эди. Уй атрофида тўда-тўда бўлиб йиғилиб турган аскарларнинг ҳолатига нисбатан ҳароб ҳолга келган уйларнинг аҳволи менинг ички ҳиссиётларимни жунбушга келтирар эди.

Қоронгу тушган пайтда суратга олиш бирмунча мушкуллик келтириб чиқарар эди. Мен аскарлар карта ўйини сифатида фойдаланган, очилиб ёпиладиган кутиларни ухлаш мақсадида йнғиб чиқдим ва кечкурунлари бир-



роз совук бўлиши туфайли ёнимда олиб келган кийимларни кийиб олдим. Ўқ етказиш мақсадида кичкина қувурлардан самарали фойдаланишган, яъни улар орқали бир-бирларини ўқ билан таъминлашган. Айтиш жоизки, бу ерда ўзимни бир неча соатга миначи сифатида тасаввур қилдим.

Келишимдан олдин снайпер билан ўлдирилган жамоадоларлари ўрнида аскарлар карта ўйнаб, сигарет чекиб ўтирган эди. Менинг ички хиссиётларим алдамас эди, мен бу ҳоллардан ҳайратланар эдим. Бунинг моҳияти шундаки, улар бу ишларни худди дўзах каби аянчли вазиятдан қутулиш мақсадида ўйлаб топишган эди. Мен бу ҳолатларни биргина сурат орқали акс эттиришга ҳаракат қилдим.

Нихоят қуёш кўтарилмоқда! Қувур атрофидаги кум тўлдирилган қоплар қуёш нурида енгиллаша бошлади. Улар тўкнашувларда йўқотган дўстлари ҳақида гаплашишар ва ўз кечинмаларини бир-бирлари билан бўлишар эди. Камерамни қўлимга олиб, уларни кузата бошладим. Бир аскарнинг юзи дам қуёш нурлари каби ёришиб нур таратар, дам денгиз тубидаги зулмат каби қоронғуликка чулганар эди. Улар қулгили латифалар айтишда давом этар, маҳрум бўлган дўстларининг ёдини унутишга ҳаракат қилишар, шу усул билан ўзларини чалғитишга ҳаракат қилишарди. Хонада бирдан сокинлик юзага келди. Улар хотиралардан таъсирланиб, бошларини қуйи солганча ўтиришар ва мен бу ҳолатни суратда акс эттиришга уриндим.

5-БОБ. МЕДИАҲУҚУҚ, БОШҚАРУВ ВА ЭТИКА

1-§. Бильд-муҳаррир: лавозим, касбий меъёрлар ва талаблар

Газета ёки журнал учун фотосурат танлаш муаммоси янгилик эмас. Уларнинг ҳар бир янги сонини қандай ва нима билан безаш жиддий муҳокама қилинади. Бу қайсидир нашр учун иллюстрациялар такчиллигидан келиб чиқадиган, баъзан фотоматериалнинг сифатига ҳам қарамадан босиб юборилаверадиган бошқорик иш бўлса, бошқаси учун мунтазам ижодий изланиш, фикр алмашинув замирида ҳақиқатни юзага чиқарадиган баҳс-мунозаранинг ўзгинаси.

Одатда, бу вазифани таҳририят кенгаши бажарарди. Ҳамманинг фикрига кулоқ тутилиб, тақдим этилган ўнлаб материаллар орасидан нашр савиясига мос энг сара фототасвир ёки суратни танлаб олишга муваффақ бўлинарди. Охириги ҳулосани ҳамиша энг тажрибали, обрўли муҳаррирларнинг айтиши одат тусига кирганди. Суратлар танлаб олиниб, макетлар тузилгач, навбат версткага келади. Бу энди бутун таҳририят ходимлари учун бамисоли бир имтиҳон, чунки верстка газетанинг навбатдаги сонини тайёрлаш ва нашр этиш жараёни бўлиб, унинг ортида турган машаққат, талай сирлар ўқувчидан пинҳон қолади. Масалан, эрталаб бош муҳаррир тасдигидан ўтган янги сон режаси тушга бориб таниб бўлмас даражада ўзгариб кетиши мумкин. Зеро, режа – догма эмас, уни истаганча ўзгартирса бўлаверади. Чиндан ҳам бугунги кун учун долзарб масалалар эртага эскириб, ўқувчи назаридан қолиши ҳеч гап эмас.

Бильд-муҳаррир тушунчаси таҳририятларнинг жамоалари лугатига янги компьютер технологиялари билан бирга кириб келди. Бильд-муҳаррир атамаси газета учун юқори сифатли фототасвирларни саралаш ва тақдим этишга масъул мутахассисни англатади. Гарчи, штат рўйхатига бундай лавозим киритилмаган бўлса ҳам, бу жамоада бильд-муҳаррир умуман йўқ ёки керакмас деганини аниқлаш қийин. Кўп ҳолларда бу вазифани навбатчи муҳаррир, версткачи, масъул котиб бажара-

ди. Худудий газеталарда эса бу вазифа техник муҳаррир, электрон ҳарф териш оператори зиммасига юклатилади.

Шу ўринда бир нарсага аниқлик киритиб ўтиш жоиз: масъул котибнинг вазифалари газета сонини безашдан анча кенгрок – одатда у нашрни режалаштириш, бўлимларнинг бир маромда ишлаши ва газетанинг жадвалда белгиланган муддатда чиқишига жавобгар. У яна ёш фотомуҳбирлар билан ишлаши, вазифалар бўлиб бериши ҳам керак. Бошқача айтганда, иши жуда кўп. Бунинг устига, унинг маҳорати ҳар доим ҳам бугунги кун талабига жавоб бера олмайди.

Бильд-тахрир бизга профессионал реклама нашрлари ва фотоагентликлар кенг қўлланиладиган Ғарбдан кириб келди. Бильд-муҳаррир газета дизайнери ва масъул муҳаррир тушунчаларининг яна бир синоними сифатида қўлланила бошлади. Агар тахририятда малакали, ижодкор дизайнер-безакчи фаолият юритаётган бўлса, улар чиқараётган газета бошқа нашрлардан умуман фарқ қилади.

Баъзан тахририятга дизайнер штати ўзи керакми, йўқми деган савол ҳам кўндаланг бўлиб туради. Газетани бадий безаш, ўзига хослик яратишда маҳорат, малака ва диднинг ўрни бекиёс. Айниқса, компьютер версткасида бу ихтисослик жуда керак, чунки кун мобайнида аввалдан режалаштирилган газета безаклари бир неча марта ўзгартиришга учраши мумкин.

Бильд-муҳаррир – жарангдор ва ўзига хос сўз. Лекин у ифодалайдиган бу лавозимни қойилмаком қилиб уддалайдиган савияси баланд, диди яхши мутахассисни қаердан топса бўлади?

Журналистика факультетларида кўп нарса: вёрстка, фотожурналистика асослари, фототехника ўргатилади. Назарий билимлар амалиёт ёрдамида мустаҳкамланади. Амалиёт эса тажриба тўплашнинг энг ишончли усули бўлиб, ундан журналист бутун фаолияти давомида фойдаланади. Шунингдек, ушбу йўналишдаги мутахассисларни санъат институти ва бадий академияларда ҳам тайёрлаш мумкин.

Ракамли фототехниканинг пайдо бўлиши газета-журнал чикаришни осонлаштириш билан бирга тайёрланаётган сонга яхши иллюстрация, сурат танлашда бир қанча муаммоларни ҳам юзага келтирмоқда: авваллари фотомухбир фотоплёнка ва фотоматериални исроф қилмаслик учун ҳар бир кадрни композицион яхлит, мукамал ҳолга келтириб, кейин суратга олган бўлса, ҳозир бунини деярли учратмайсиз. Ракамли техника ҳар қандай объектни жуда қўп марта тасвирга тушириш имкониятини беради. Бу эса фотоматериал сифатига таъсир кўрсатмасдан қолмайди. Қарабсизки, сон сифат ва савияни тўсиб қўяди. Баъзи фоторепортёрлар масъул котибга илгариги каби 2–3 та тасвир эмас, 20–30 тагача расм тақдим этишга қодирлар. Улар орасидан энг мақбулини танлаб олиш учун қанча диққат ва вақт кетишини ҳисоблаб чиқиш қийинмас.

Ҳар қандай ижодкор фаолиятида бўлганидек, бильд-муҳаррир ҳам ўз устида ишлаши, дидини ўстириши керак. Ўқиб ўрганмайдиган, кузатишга ҳафсаласиз одам ҳеч қачон маҳорат чўққисига етолмайди. Демакки, замон шиддати ундан ўзиб кетади ва мутахассис сифатида орқада қолади.

Фотосуратнинг яхши ё ёмонлигини қандай қилиб аниқласа бўлади?

Агар сиз фотокўргазмага борсангиз, ташкилотчиларга бемалол ишонаверинг: улар материал устида жиддий ишлаганлари аниқ. Лекин шундай бўлса ҳам улар берган баҳони ўзингизники билан қиёсланг. Вақти келиб бу иш билан профессионал даражада шуғулланишингизга ва тақдим этаётган маҳсулотингизнинг сифатига жавоб беришингизга тўғри келади. Бадний дидни ривожлантириш унча қийин иш эмас. Бунинг учун рассомчилик, ҳайкалтарошлик, мусика, адабиёт каби санъат турларига қизиқиш, уларни ўрганиш керак. Бу санъат турларининг барчасида композиция қонунияти амал қилади. Шакл ва мазмун бирлиги сақланади. Яхши фотосурат ҳам ана шу эстетик қоидага амал қилиши керак. Профессионал фотосуратда ёдда қоладиган образ муҳрланган бўлиши шарт. Агар фотокўргазмага ташриф пайти кўрган суратларин-

гиз орасидан акалли биттаси хотирангизга ўрнашиб қолса, билингки, муаллиф чинакам образ яратиб, уни сизга етказиб беришга муваффақ бўлибди.

Бадий ва ҳужжатли фотография орасида фарқ бўлса-да, уларни бизга тақдим этилаётган образ бирлаштириб туради.

Энг яхши фотосурат танланаётганда деталларга эътибор қаратиш жуда муҳим. Айнан ана шу деталлар ва ўзига хосликлар яхлит композицияни ҳосил қилади. Мунаққид А. Картье-Брессон таъкидлаганидек, яхши ва ўртамиёна асар орасидаги фарқ миллиметрлардангина иборатдир. Фотоасар қахрамонининг биргина нигоҳи ёки қимтилган лаблари сизга ҳар қандай таъриф ва тасвирдан кўра кўпроқ нарсани сўзлаб беришга қодир.

Суратчиликда муваффақият гарови бўлмаса ҳам томошабин эътиборини тортишга қодир қондалар бор. Масалан, муҳим деб ҳисоблаган объектингизни ҳар доим марказга жойлаштиришга уриниш унчалик тўғрмас. Масалан, уфқ чизиги тасвирни иккига бўлиб турибди. Бундай манзара туширилган суратни томоша қилиш бирмунча ноқулайлик туғдиради – томошабин нигоҳи юқори ва қуйи қисмлар орасида довдираб қолади. Бундай ҳолларда ерми ёки кўк – қай бирини кўрсатиш муҳимроқлигини белгилаб олиш керак бўлади.

Ҳаракат эффектини бериш учун объект қайси томонга қараб ҳаракатланаётган бўлса, ўша томондан бир оз кенглик қолдириш тавсия қилинади. Биз чапдан ўнгга қараб ўқиганимиз учун тасвирларни ҳам шу тахлит томоша қилишга ўрганиб қолганмиз. Шунинг учун ҳам объектни ўнгдан чапга ўтказиб кўрсатишнинг самараси кўпроқ. Чапдан ўнгга ўтказиш уни сусайтиради.

Умумий план суратга туширилаётганда объектни «кесиб» қўйиш яхши эмас. Агар у кадрга бутунлигича сиғмай қолса, орқа планни олиб ташлаб, объектнинг олд томонида бир оз жой қолдирилса, тасвири тақдим этилаётган объект аниқ эътиборни тартади.

Суратга олиш жараёнига жиддий ҳозирлик қўриш кейин ушбу фотоматериал устида ишлашни осонлаштиради. Қайси

объектларни ажратиб кўрсатиш зарур, қай бирларини хирарок қолдирса бўлади, кадрни нима безайди, ҳиссий яхлитлик бағишлайди, нима асосий ғоядан чалғитади, суратни бузади – шуларни аниқлаб олиш зарур.

Суратга олиш жойини тўғри танлаш ҳам муҳим – нимани қандай ракурсда тасвирга туширмоқчисиз, бир нечта суратга олиш нукталарини белгилаб олинг, айнан нимани суратга муҳрламоқчилигингизни яхшилаб ўйлаб олинг, қандай унсур ёки предметлар ортикча бўлиб кўриняпти, қайсилари кадрда бўлишини зарур деб ҳисоблайсиз?

Орка ёки ўрта пландаги предметлар олд пландагиларидан ёркинрок бўлмаслиги керак, яъни фон асосий кадрдан эътиборни тортмаслиги керак. Контраст, яъни бир-бирининг зидди бўлгандан кўра нейтрал, хирарок бўлгани яхши. Ёркин ранг тўқ рангда, тўқ ранг ёркин рангда яхши кўринади. Масалан, яшил майка кийган футболлист майсазор фонида яхши кўринмайди. Қизил футболка яшил фонда жуда чиройли кўринади.

Тасвирдаги объект тезлигини турли ракурслар, ёритиш усуллари, суратга тушириш нукталари, «чаплашган» фон орқали бериш мумкин.

Фотосуратда детал муҳим роль ўйнайди. Бунда ижодкор у ёки бу буюмдан кўра кичиккина бир деталга эътибор қаратишимизни истагани учун ҳам шу йўлни тутди. Баъзан шундай бўладик, тажрибасиз фотомуҳбир ўз қахрамонининг ҳолатини етказиб беришга, унинг нигоҳини муҳрлашга, характери кўрсатишга кизиқиб кетиб, унинг атрофидаги нарсаларни назардан қочиради. Натижада бошидан япроқлар ўсиб чиққан одам портрети ҳосил бўлади.

Бильд- муҳаррирнинг вазифаси энг яхши суратни танлаб ола билишдан ташқари суратчи, фотомуҳбир, фотожурналистга у ёки бу материални нима учун танлаб олганини тушунириб бериши керак. Бу ҳар доим ҳам муаллиф фикрига мос келавермайди. Мутахассис мазкур тасвир қандай муҳим вазифани адо этаяпти, фотосурат орқали муаллиф нима демोकчи, асосий ғоя ажралиб турибдими, унутилмас образ яратишга

муваффақ бўлиндими, сурат кайфият ва туйғуларни етказиб бера оляптими – шулар ҳақидаги ўз кузатув ва хулосаларини ўртоқлашиши керак. Фотография жанрлари кўп бўлмаса-да, улардан ўз ўрнида фойдалана билиш бильд-редакторнинг маҳоратини намоиш этиш баробарида газетанинг савиясини кўтаради. Ўқувчи портрет, натюрморт, пейзаж ва фото-монтаж каби жанрларнинг бетакрор таъсиридан баҳраманд бўлади.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, энг яхши фотосуратни танлай билиш учун:

- кўриш хусусиятини машқ қилдириш, хотирани кучайтиришга ҳаракат қилиш;

- фотоқўргазма, бадий салонлар, музейларга бориш, ҳамкасблар, фотомухбир, фотожурналистлар билан тез-тез суҳбатлашиб гуриш;

- махсус фотожурналларни мунтазам кузатиб бориш;

- ўзи ҳам суратга туширишга ҳаракат қилиш;

- бировларнинг хатосидан хулоса чиқариш;

- хато қилишдан қўркмаслик;

- деталларни назардан кочирмаслик. Композиция маркази, кадр формати, ранг ва ёруғликка эътиборли бўлиш;

- ҳар бир суратдан янгилик ахтариш керак бўлади.

Газета дизайни билан шуғулланадиган мутахассисиз таҳририятнинг иши битмайди. Ўқувчиларига дунё янгиликларидан ташқари бир олам фикр, соғлом гоё етказишга астойдил бел боғлаган ижодий ва техник жамоанинг ишини юзага чиқарадиган, омма эътиборини қозониб берадиган бильд-редакторнинг маҳорати ва машаққатли меҳнатиدير.

2-§. Фотожурналист фаолиятига қўйиладиган касбий талаблар

Касб этикаси – жамият томонидан қабул қилинган ахлоқ қоидаларини кишиларнинг ихтисосликларига нисбатан татбиқ қиладиган касбий бурч, шаън, ор-номус, кадр-киммат каби хатти-ҳаракатларнинг мажмуи, умумий ахлоқнинг ки-

шилар касб-коридаги ўзига хос кўриниши, шунингдек, касб этикаси кишилар ўртасидаги касбий фаолият билан боғлиқ муносабатларга маънавий-маърифий тус берадиган ҳуқуқ-атвор кодекси ҳамдир. Касб этикаси – касбларга хос ахлоқ ҳақидаги таълимот бўлиб, умумий ахлоқий тамойил ва нормаларни, турли касбларнинг хусусиятларини ҳисобга олиб, инсон онги ва калбига татбиқ этишдан иборатдир. Касб этикаси умумий этиканинг бир қисми бўлиб, ҳар қандай алоҳида, махсус, конкрет нарса сингари умумий нарсадан фақат ўзига хос шакл ўзгариши билангина эмас, балки умумий нарсани ўз ичига ололмайдиган ўзигагина хос жиҳати билан бойроқдир. Умуман, касб этикаси барча учун бирдек тааллуқли бўлмаган, балки муайян касб эгаларигагина тегишли ижтимоий ҳуқуқ-атвор қоидалари, меъёрларидир. Журналистикада касб этикаси аввало журналистнинг воқеани ёритишда унга қайси нуқтан назар билан ёндашиши ва оммага уни тақдим этишда ҳолислик критерияларини ажратиб олиши билан белгиланади.

Бугунги кунда журналистикада конвергенция шароитида журналистлар олдида касбий ахлоқ меъёрларига риоя этишдек масъулият юкланади. Бир кўринишда арзимасдек туюлган бу масала фан-техника ривожига ҳолис ахборот тарқатиш, қалбаки суратларнинг пайдо бўлиши, шахсий дахлсизликка риоя этилмаган ҳолда инсон нафсониятига тегиш, унинг руҳсатисиз фотосуратини ОАВда чоп этиш, зиддиятли вазиятлар қурбони ва гувоҳлари суратларини берухсат омма эътиборига ҳавола этиш ҳолатлари кўпайиб бормоқда. Чунки журналист ва фотожурналист гўёки ҳаваскор сифатида тезкор воқеаларни қийин вазиятларда ҳам телефон камералар орқали суратга олиб, ўз аудиториясига тақдим этмоқда. Фотожурналист Микаэл Коньенинг фикрига кўра, ахлоқ меъёрларига риоя этилиши фотожурналистнинг таҳририятда ишлаш ёки ишламаслиги билан боғлиқ. Чунки «аксарият газеталар, агентликлар, журналлар ўзларининг ишчи ходимлари ва фотожурналистлари билан шартнома тузиб, унга қатъий риоя этишни талаб қилади.

Кутилмаган манипуляциядан улар биргина расм оркали манфаатдор. Янгилик агентликлари эса кахрамонларнинг суратларини уларнинг рухсати билан олар экан, бу расмлар кейинчалик улар учун далил вазифасини ўтайди. Янгилик гуруҳлари асосан маблағ йиғиш билан шуғулланади, шунинг учун улар махсус фотожурналист ёллашмайди. Фотожурналист ёллаш билан боғлиқ муаммо шундаки, бу кўпгина маблағ талаб қилади».

Расмларни турли мақсадларни кўзлаб ўзгартириш, яъни фотошоп қилиш этика меъёрларига зид ҳисобланади. Суратларнинг асл кўринишини ўзгартириб оммага тақдим қилиш очик-ойдин халқни алдашдир. Бугунги кунда турли давлатларнинг ахлоқ кодексларида фотосуратни қайта ишлашнинг ўзига хос меъёрлари қабул қилинган. Буларда: томошабинни жалб қилиш, чалғитиш, мувофиқлаштириш, ҳосил қилиш аҳамиятли. Фойдаланилган ранглар минимал даражада бўлиши лозим.

Журналистиканинг бошқа йўналишларида ҳам ахлоқ нормаларига риоя этиш муҳимдир. Асрлар давомида шаклланиб келган ушбу қоидалар аввало журналистлар томонидан ўз аудиторияси манфаатларига зид бўлмаган ҳолда фаолият олиб боришни тақозо этади.

Бугунги кунда жаҳоннинг турли мамлакатлар учун бирдек амал қилаётган ва қатор давлатлар ана шу қоидалардан келиб чиққан ҳолда ўз журналистларининг касб этикасини ишлаб чиққан халқаро тамойиллар 1954 йили Журналистлар халқаро федерацияси томонидан «Журналистлар фаолиятининг тамойиллари халқаро декларацияси»да қабул қилинган эди.

1978 йили эса 400 минг нафар журналист ЮНЕСКО байроғи остида бирлашди ва Декларация тамойилларини кўриб чиқишди. Мазкур халқаро тамойиллар 1978 йилдан 1983 йилга қадар дунёнинг турли мамлакатлари ташкилотларининг маслаҳат учрашувларида тасдиқланди. Журналистларнинг халқаро ташкилоти (ЮИ-МОЖ), Журналистларнинг халқаро федерацияси (ИФЖ-МФЖ), Матбуотнинг халқаро католик уюш-

маси (UCIP), Лотин Америка журналистлар федерацияси (FELAP), Лотин Америка матбуот ходимлари федерацияси (FELATRAP), Араб мамлакатлари журналистлари федерацияси (FAJ), Африка журналистлари уюшмаси (UAJ) ўз навбатида кодексларини қабул қилиб, ҳудуд ва жамият хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда ахлоқ меъёрларига ўзгартиришлар киритишди. 1983 йилнинг 20 ноябрь куни Парижда бўлиб ўтган Халқаро журналистлар федерацияси томонидан «Журналист касбий ахлоқининг халқаро тамойиллари» ЮНЕСКО ташаббуси билан қайта таҳрирдан ўтказилиб, қабул қилинди ва у барча журналистларнинг ахлоқ кодекслари асосини ташкил этди. Мазкур тамойиллар қуйидагилардан иборат:

Тамойил № 1. Фуқароларнинг ҳолис ахборотга бўлган ҳуқуқи.

Тамойил № 2. Воқеаларни ҳолис ёритиш — журналист бурчидир.

Тамойил № 3. Журналистнинг ижтимоий масъулияти.

Тамойил № 4. Журналистнинг касбий адолатлилиги.

Тамойил № 5. Жамиятнинг ахборотга эгаллиги ва ОАВда катнашиш.

Тамойил № 6. Хусусий ҳаёт ва шахсга бўлган ҳурмат.

Тамойил № 7. Жамият манфаатларини ҳурмат қилиш.

Тамойил № 8. Умумий кадриятлар ва маданиятлар хилма-хиллигини ҳурмат қилиш.

Тамойил № 9. Инсониятга ҳавф солаётган уруш ва бошқа ҳавфларга қарши кураш.

Тамойил № 10. Янги халқаро ахборот ва коммуникацион тартибнинг ривожланиши.

Бунда журналист замонавий дунёда янги халқаро муносабатларга интилиш ва янги ахборот тартибини ўрнатиш шароитида фаолият юритади. Ахборот соҳасида халқаро муносабатларнинг демократлашувига ҳисса қўшиш журналистнинг бурчидир.

Бугунги кунда ОАВ ўз-ўзини назорат қилиш учун ўз таҳририятлари ахлоқ кодексларига қуйидаги бандларни киритмоқда. Булар:

Аниқлик;
Жавоб бериш имконияти;
Шахсий дахлсизлик;
Таъкиб қилмаслик;

Болаларнинг жинсий зўравонлиги ёки шунга ўхшаш жинсий ишларни ёритишда уларга жисмоний ва рухий зиён етказмаслик;

Қасалхоналар, адаптация марказларида даволанаётган шахсларни ёритишда уларга зиён етказмаслик;

Жинсий ишларни ёритишда «айбсизлик презумпцияси»га амал қилиш;

Яширин йўллар билан ахборот олишдан қочиш;

Жинсий зўравонлик қурбонларининг уларнинг розилигисиз исм-шарифларини бермаслик;

Қамситилишга йўл қўймаслик;

Бизнесни ёритишда унинг сирларини эгасининг розилигисиз ошқор этмаслик;

Ахборот манбасини муҳофаза қилиш;

Жиноятчиларга ахборот учун ҳақ тўламаслик ва ҳоказо.
[25.01.2017]

Шу билан биргаликда қатор мамлакатларда бевосита давлат томонидан ОАВ ходимлари фаолиятини назорат қилувчи органлар ҳам мавжуддир. Масалан, Буюк Британияда Матбуотга шикоятлар кенгаши ҳар йили 3000 га яқин фойдаланувчилардан оммавий ахборот воситаларида берилаётган материаллардан норозилик характерига эга бўлган шикоятларни қабул қилади. Германияда матбуот кенгаши ҳам худди шу вазифани бажаради ва шикоятларнинг учдан икки қисми дастлабки босқичлардаёқ ҳал қилинади.

Ахборот маданиятининг ижтимоий-сиёсий, миллий, маънавий-маърифий, ҳуқуқий, фалсафий, эътиқодий, иқтисодий, умуминсоний аспектлари ҳақида, биринчи навбатда, ахборот маданиятини шакллантирувчи бош субъект – журналист қайғуриши керак.

Мамлакатимизда республика журналистлари касбий ахлоқ кодексини қабул қилиш учун бир неча маротаба уринишлар

бўлди. Аксарият таклиф этилаётган касб ахлоки кодекслари ўзида миллий кадриятларимиз ва менталитетимиз тамойилларини ақс эттирмаганлиги учун қабул қилинмади. 2013 йилдан бошлаб ЮНЕСКОнинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси, Журналистлар ижодий уюшмаси, Журналистларни қайта тайёрлаш маркази ҳамкорлигида «Ўзбекистон журналистларининг касб этикаси кодекси»ни ишлаб чиқиш ва қабул қилиш учун ҳаракат бошланди. Айни пайтда Кодекс лойиҳаси ишлаб чиқилган. Тавсия этилаётган Кодексни тайёрлашда халқаро тажрибалардан, хусусан, касб кодекслари ва шу сингари ҳужжатлардан, шунингдек Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди томонидан ишлаб чиқилган «Босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликлари журналистларининг ахлоқ-одоб кодекси»дан ҳамда кўп йиллик шахсий тажрибадан фойдаланилди.

Кодексдан амалиётда фойдаланишни осонлаштириш йўллари кўзланди. Шу мақсадда журналистлик фаолияти билан боғлиқ барча жараёнлар асосан қуйидаги уч босқичда қамраб олишга ҳаракат қилинди:

- материални ёзиш олдидан қўриладиган тайёргарлик босқичи;
- материални эълон қилиш босқичи;
- мақола эълон қилинганидан кейинги босқичда кечадиган муносабатлар.

«Қўшимча шартлар» қисмида эса турфа вазиятлар, жараёнлар, шунингдек журналист шахсининг фазилатларига айланиши мумкин бўлган хусусиятлар билан, касбий-инсоний қиёфасига путур етказиши мумкин бўлган айрим иллатларга эътибор қаратилади.

Ҳар қандай шароитда ҳам ахлокий меъёрларга риоя қилиш лозим. Бунда яширин видеокамера, диктофон ёрдамида ғаразли материаллар тайёрлаш, шахснинг ахборот бериш ёки бермаслик ҳуқуқига дахл қилиш, интернет материалларидан фойдаланганда муаллиф ёки суҳбатдош манфаатларини ино-

батга олмаслик ва бошқа негатив ҳолатлар объектнинг нафсониятига тегиши билан бир вақтда журналистнинг, колаверса, у фаолият кўрсатаётган ОАВ обрўсига путур етказиши ҳам мумкин. Иқтисодий томондан олиб қарайдиган бўлсак, журналист тайёрлаган материал у фаолият кўрсатаётган нашр ёки бошқа ОАВнинг истеъмолчиларга тақдим этадиган махсулогидир. Бу махсулотнинг сифатли ва самарали бўлиши ОАВнинг ҳар томонлама мавқеи ошишига ва аксинча, нуфузи тушишига олиб келади. Шу сабабдан ҳам ҳар бир журналист материал тайёрлашда ўз зиммасида юридик, иқтисодий ҳамда инсонийлик нуктаи назаридан жавобгарликни ҳис қилиши керак.

Этика қоидалари бугунги кунда ахборот бозорида муҳим роль ўйнайди. Журналист фаолияти ҳеч қачон расмий ахлоқ меъёрлари томонидан бошқарилмайди. Бунинг учун ОАВ соҳасида қабул қилинган қонунлар мавжуд. Этика қоидаларига риоя этиш эса, аввало, журналистнинг маданияти, интеллектуал даражаси, виждонан иш тутиши билан узвий боғлиқдир.

Бугунги кунда юртимизда ахборот соҳасини ислоҳ этиш, ахборот ва сўз эркинлигини таъминлашга катта эътибор қаратилаётгани. Бунинг учун зарур ташкилий-ҳуқуқий пойдевор яратилиб, у замон талаблари асосида такомиллаштириб бориш мумкин. Шубҳасиз, кенг шарт-шароитлар қалам аҳли зиммасига янада катта ва шарафли масъулият юклайди. Мазкур фаолиятни профессионализм тамойиллари асосида амалга оширишда эса нафақат қонунчилик, балки одоб-ахлоқ меъёрларига риоя этиш ҳам алоҳида аҳамият касб этади. Зеро, журналистнинг асосий вазифаси мамлакатда рўёбга чиқарилаётган қўламли ислохотларни кенг ва ҳолис ёритиш, фуқароларнинг масс-медиага бўлган ишончини мустаҳкамлашдан иборат.

XX асрнинг бошида Европа ва Америкада буюк газеталарнинг гуллаб-яшнаши рўй бериб, улар жамоатчилик фикрини ва омма онгини манипуляция қилишга тушган эди. Кейинчалик, жамиятни демократлаштириш, журналистларнинг омма онгига салбий таъсир кўрсатишининг олдини олишни кўзлаган ҳолда бир неча қонунлар, жумладан, журналистлар

учун касбий этика нормалари вужудга келди. Жаҳон Этикаси институтининг асосчиси Рушворд Киддернинг таъкидлашича, этика бу ёзилмаган қонундир, яъни журналистлар ўз ишларини ҳақгўйлик билан виждонан бажаришлари керак. Негаки, ҳар қандай касбнинг жавобгарлиги бор, ошпаз таомнинг мазали бўлиши учун жавобгар (бу ёзилмаган бўлса ҳам), шунингдек, автобус ҳайдовчиси йўловчиларнинг манзилига ўз вақтида ҳавфсиз етиб олиши учун ва шу каби, журналист ўз материалининг, ўз сўзининг тўғрилиги учун жавобгардир.

Ҳозирги цивилизациялашган жамиятда сўз эркинлиги қонун билан кафолатланади ва тартибга солинади. Сабаби, биз ҳуқуқий, ахлоқий нормаларга ва жамоатчилик фикрига риоя қилишимиз даркор. Ҳар қандай фикрлар плюрализмида ҳам ўзимизни бузғунчи таъсирлардан ҳимоялашимиз лозим. Шунинг учун журналистлар фаолиятини тартибга солувчи ахлоқ меъёрлари белгилаб берилган.

Ўзбекистонда сўнгги йилларда оммавий ахборот воситаларининг сони кескин ошди. 2017 йилнинг 1 январь ҳолатига кўра юртимизда 1740 та ОАВ қайд этилди. Унинг салмоқли улушини ташкил этувчи фуқаролик жамиятини шакллантиришнинг муҳим омили ҳисобланган мустақил ОАВ мамлакатнинг ижтимоий-сиёсий ҳаётида тобора муҳим аҳамият касб этмоқда. Жумладан, мамлакатдаги қарийб 60 фоиз босма нашрлар, 67 фоиз телерадиоканаллар ва 95 фоиз интернет-нашрларнинг нодавлат муассасалар қаторига кириши бунинг ёрқин далилидир. Мазкур ОАВда фаолият юритаётган журналистлар, хусусан, фотожурналистлар касб ахлоқига риоя этишда қайси мезонларга таяниб иш қўришлари лозим?

Маълумки, журналистлар профессионал мажбуриятларини бажаришда риоя қилиши керак бўлган асосий ахлоқий-этик йўналишлар мавжуд. Унда журналист жамият олдидаги касбий мажбуриятини тўлақонли тушуниб етиши ва унинг манфаатларига хизмат қилиши, сиёсий, ижтимоий-иқтисодий, ахлоқий масалаларни ёритишда ҳолислик тамойилига риоя қилиши, ҳаёт ҳақиқатларини ҳаққоний ва ҳолисона акс эттири-

ши, холис ёндашув ва нейтрал позициядан келиб чикиб, одамларни ташвишлантирувчи ҳолатларни жамоат муҳокамасига олиб чиқиши ва республикамиз миллий манфаатлари, мустақиллиги ва ҳудудий яхлитлигини ҳурмат ва муҳофаза қилиши, мамлакатда ички сиёсий барқарорлик, тинчлик ва хотиржамлик, конфессиялараро ва миллатлараро тотувликни сақлаш йўлида ҳаракат қилиши белгилаб қўйилган.

Бундан ташқари, журналист фаолиятининг асосий тамойиллари, яъни касбий бурчни бажаришда холислик, адолат ва бетарафлик, яъни журналист бунда баҳолашларни ҳар тарафлама ўйлаши, ўз иши учун холис, тўғри ва масъулиятли бўлиши, ўз карашлари ва тамойилларига асосан фаолият юртиши, у ахборот олишнинг ноқонуний йўлларида фойдаланмаслиги, олдиндан ёлғон бўлган маълумотларни чоп этмаслиги, воқеаларни ўзгартирмаслиги ёки жамият учун муҳим ахборотни яширмаслиги лозим.

Агарда журналист томонидан ёлғон маълумотни тарқатиш ёки ҳақиқийсини яширганлик учун тўлов олинса, унинг бу иши жиддий касбий жиноят сифатида талкин этилади. Нотўғри маълумотлар ёки фактлар тарқалган тақдирда эса журналист дарҳол шу ОАВда ўз айбини тан олиши ва хатосини тузатиши керак. Шунингдек, журналист жамият манфаатлари, шахснинг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларига зарар етказувчи қайдларни ОАВда чоп этилишига йўл қўймаслиги ва ҳамкасбларининг касбий ҳуқуқларини ҳурмат ва ҳимоя қилиши, адолатли рақобат қонунларига риоя этиши, шахсий мулк ҳуқуқларини ҳурмат қилиб, бегона фикрлар ва асарлар, материалларни қисман ёки тўлиқ ўзлаштирмай, ҳеч қачон плагиат – кўчирмакашлик билан шуғулланмаслиги лозим.

Бугунги кунда журналистиканинг ажралмас қисми бўлган фотожурналистика юртимизда ҳам ривожланиб бормоқда. Фотожурналистика муаммолари ҳануз тўлиқ тадқиқ этилмаган «кўрик»дир. Зеро, айнан ОАВда фаолият юритаётган фотожурналистлар ўз фаолиятлари жараёнида бир қанча муаммоларга дуч келишади. Ана шулардан бири фотожурналист фаолияти-

даги ахлоқ масалаларидир. Фотожурналист – совуққон, ҳолис ва профессионал инсон ҳисобланади. У техник томон асосий эътиборини, аксинча унинг мазмуни ва этикаси муҳимлигини англаши керак.

Китобларда суратлар этикаси ҳақидаги расмларга доим детал, факт билан жавоб беришга ҳаракат қилинган. Машҳур фоторепортёр Клифф Эдомнинг «Фотожурналистика» асарида бир фоторепортаж тарихини келтириб ўтган. Эдом машҳур шифокор Джон Мерил ҳаёти ва фаолияти ҳақида фоторепортаж тайёрлайди, у орқали фотожурналистика этикаси тарихи ҳақида маълумот беради. Мухаррирлардан расмларни манипуляция қилмасликларини сўрайди. Гаролд Эванснинг «Бетлардаги суратлар» (1978) китоби классик фотожурналистика учун ўқув қўлланма бўлиб, икки бети «таъсирчанликнинг 4 томони»га бағишланган.

Журналистикада ахлоқ мавзусида тайёрланадиган материал туфайли журналист ва фоторепортёр турли зиддиятларга дуч келиши мумкин. Баҳсли янгилик материалларида, масалан, ота вафот этган ўғли учун аза тутади. Журналист бунда блокнотини яширган ҳолда «кадр ортида» қолиши мумкин. Фоторепортёр эса аксинча. Шундай пайтда уларга билдирмасдан, яширинча суратга олиши эҳтимолдан ҳоли эмас. Аммо бундай суратлар камдан-кам сифатли чиқади. Бунда манбанинг руҳсатисиз яширин камерадан фойдаланиш мумкин эътиборини ҳам журналист ёдда тутмоғи лозим. Фоторепортёр милиция ходимидан ёки матбуот ходимини хушламайдиган инсонлардан азият чекиши мумкин.



Журналистикада фоторепортёрлар ўзларини замонавий тарихчилар деб аташади. Бундай фалсафа мансабпарастлик белгиси ҳисобланади. Бу ўқувчига ҳам ёқмайди. Бундай фикрлар турли мамлакатларда ўз

менталитетларига хос тарзда муҳокама қилинган. Таъсирчан материалларда компромиссга жой кам ажратилади. Баъзида оиласи ҳақида омма билишини истамаган инсонларнинг суратлари газеталарнинг биринчи саҳифасида нашр қилиниши мумкин. Одатда бундан машҳур инсонлар, шоу бизнес юлдузлари азият чекади. Жаҳон фотожурналистикасида бундай ҳолатларга кўплаб дуч келиш мумкин. Фотожурналист, Пулитцер мукофотининг совриндори Тейлор Портис Хикснинг шиори доимо: «Суратни қўлга кирит, қолган ҳеч нарса муҳим эмас» эди. 1970 йилларда сенсация ортидан қувиш, инсонларнинг шахсий ҳаёти дахлсизлигига риоя этмаслик фотожурналистикада қатор ахлокий масалаларни келтириб чиқарди. Масалан, Бруно Хауптнинг суд жараёнидан тайёрланган фоторепортаж бунга яққол мисол бўла олади. У учувчи Чарлз Линдбергнинг фарзандини ўғирлаб кетиб, ўлдирган эди. Фоторепортёрнинг душманлари жанжал уюштириб, номини қорага булғайдилар. Ушбу воқеадан сўнг АҚШда суд жараёнида фотожурналистнинг қатнашиши мумкин ёки мумкин эмаслиги хусусида янги қонун жорий этилади. Яна бир мисол. Фоторепортёр Рон Галлела Джек Онасис ва унинг оиласини суратга олиб, Онасиснинг биргина сурати орқали 20 млн. АҚШ доллари ишлаб олади. У Онасиснинг оиласини ҳам доимий равишда қузатиб юрган. Бир куни Онасис фарзандлари билан йўлда кетаётганида буталар орасидан сакраб чиқиб: «Мени яна қўрганингдан хурсандмисан, Джек?» деганича, уни қўрқитиб юборган. У ҳатто грек ксмачилари каби қийиниб олиб, Чаён оролида Онасис қуёшда тобланиб ётганида суратга олган. Кейинчалик бу сурат «Хастлер» журналичада нашр этилади. Судда эса Галлела ўзининг журналистик материали учун ҳақ олмоқчи бўлганлигини таъкидлаган. Суд унга бундан кейин 8 метргача бўлган масофагача Онасисга яқинлашмаслиги хусусида қарор чиқаради ва унга 120 млн. АҚШ доллари миқдорида жарима солиб, Онасис ва оиласига яқинлашмаслиги тўғрисида тилхат ёздириб олади.



Папараццилар фаолияти журналистикада касб ахлокига зид бўлган фаолиятдир. Аммо Ғарбда айнан папараццилар ОАВ тахририятларига миллионлаб даромад келтиради. Фото-репортёр Росс Баугман: «Машхурлар ҳам бизга ўхшаган оддий одамлар. Фақат фарқи, уларни омма танийди, уларнинг ҳаёти оддий одамга нисбатан оммага кизиқроқ», деган эди.

Фотожурналистикада ахлоқ масалаларига тўхталар эканмиз, унинг баъзи бир амал қилиниши лозим бўлган, аммо фотожурналистлар томонидан доимо бузилиб келинадиган томонларига эътибор қаратамиз:

1. Ҳаддан ташқари инсон ҳаёти фаолиятига аралашув.

Рухсат бериш — ҳаддан ташқари аралашувнинг олдини оладиган омиллардан бири ҳисобланади. Ахлоқ кодекслари тамоёйилларига кўра очик, омма кўра оладиган жойларда ҳар қандай нарсани суратга олиш мумкин. Бошқа ҳолларда эса алоҳида рухсат берилиши талаб қилинади. Рухсат берган одам бунга мажбур эмаслигини фотограф доимо ёдда тутиши лозим. Яна бир жиҳат – сир тутилган маълумотни ошкор этишдир. Бу ҳолатда фоторепортёр белгиланмаган ҳудудга киришидан олдин рухсат олган бўлиши керак.

2. Фактларни фотосуратларда нотўғри акс эттириш.

Агар суратдаги шахс ёлгон жойда ёки ёлгон вазиятда акс эттирилса, бунда фоторепортёр бўхтонни ёритиш айби оркали

суд залида жавоб бериши керак бўлади. Гап фотомонтаждан фойдаланиш ҳақида кетмоқда.

3. Ноқонуний белгилаш.

Фотожурналистга яна бир катта муаммо туғдирадиган нарсa махфий суратларни бошқалар номидан рухсатсиз



чоп этишдир. Фотожурналистга кўчада хоҳлаган вақтида ва жойида суратга олиши рухсат берилган бўлса-да, суратни ре-спондентнинг рухсатсиз чоп этиш ҳукуки берилмаган. Агар фоторепортёр бундай қонунбузарликларни яна давом эттирса, суд уни оммага ва машҳурларга яқинлашмаслиги ҳақида қарор чиқариши мумкин. Чунки қонунлар ҳар доим ҳам ахлоқий томонларни эътиборга олмайди, аммо томошабинда ҳар доим «сурат ҳеч қачон алдамайди», деган фикр мавжуд. Аммо фан-техника ривожланган ҳозирги замонда фотошопдан фойдаланган ҳолда қалбаки суратларни тайёрлаш осон.

Фотожурналистика тарихида муҳаррирлар пулни тежаш мақсадида қалбаки суратлардан кўп фойдаланишган. Ҳатто, Пулитцер мукофоти лауреатлари ҳам суратни чиройлироқ кўрсатиш учун фотомонтаждан фойдаланишган. ОАВ кўплаб шафқатсиз суратлар учун фоторепортёрларни танқид қилади. Бу одамларни дунёга бешафқат қарашга ўргатиб қўяди. Тех-нологияни тез ривожланиши фотомонтаж кенгайишига ҳам йўл очмоқда. Чунки бу ҳақиқий маълумотни яшириш ёки бўҳтон аралаштириш билан тенг ҳисобланади. Аудиторияга бўлган муомала, янгилик материалларидаги ёлғонлар омма-нинг журналистикага бўлган ишончини йўқотмоқда. Нима содир бўлганда ҳам ҳақиқатни ёритадиган фотожурналист шафқатсиз кадрлардан қочиб, ижобий савиядаги суратларни олишга ҳаракат қилади.

Қасбий ахлоқ тамойилларидан воз кечган ҳолда, зўрлаш оқибатида вафот этган жасадни оммага кўрсатиш шарт эмас, деб ҳисоблаган фотожурналист шок ҳолатига туширадиган су-

рат олмайди. Ўқувчи ҳеч қачон босма нашрларда қўрқинчли, шафқатсиз сурат камлиги ёки йўқлигидан нолимайди. Аммо кўплаб ижобий суратларни нашр қилавериш ҳам ўқувчининг ўша нашрга кизиқишини сусайтириши мумкин.

3-§. Фотосуратга қаерда олиш мумкин, қаерда мумкин эмас?

1. Фотосуратга олиш қачон ман этилган:

- махфий объектлар рўйхатига киритилган объектларда;
- Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатасининг ёпик мажлисларида;
- Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Сенатининг ёпик мажлисларида;
- турли инстанциядаги судларнинг ёпик мажлисларида.

2. Қачон суратга олиш учун рухсат олиш зарур:

- ҳар қандай судларнинг суд мажлисида суратга олиш мазкур иш бўйича суд раисининг рухсати билан амалга оширилади;
- маданий кадриятлар сақланадиган объектларда, яъни музейлар, фондлар, архивларда, агар бошқа шарт белгиланган бўлмаса.

3. Фотосуратга олиш учун қачон рухсат талаб этилмайди:

- жамоат жойларида;
- давлат органлари ва ўзини ўзи бошқариш органлари ҳудудларида (ташқарида ва ичкарида);
- судларда (ёпик суд мажлисида суратга олиш ман этилган);
- кўча ва хиёбонларда;
- истироҳат боғларида;
- давлат ва тармоқ муассасаларида, шунингдек, хусусий биноларда, хоналарда, ҳудудларда, савдо марказларида ва бошқа барча объектларда (махкумлар ушлаб туриладиган жойлардан ташқари);
- юқорида кўрсатиб ўтилган объектларда юз бераётган воқеа ва ҳодисаларни.

4. Қўйидагиларга ҳалакит бермаса, суратга олиш ман этилмайди:

- матбуот учун уюштирилган тадбирларда (агар ташкилотчилар бунинг ҳеч бўлмаса оғзаки тарзда ман этмасалар);
- ҳудудда (фотосуратчи ўзи шу ҳудуд ичида бўлса);
- юқорида айтиб ўтилган объектларнинг барчасида, агар рухсат олиш кераклигига ишора қиладиган белги, ёзув ва огоҳлантириш бўлмаса, шунингдек, мулк эгаси (унинг вакили, қоровул) эътироз билдирмаса, эркин тарзда фотосуратга олиш мумкин.

5. Жамоат жойларида одамларни суратга олиш тақиқланмайди:

- матбуот анжуманларида;
- ўз хизмат вазифасини бажараётган ички ишлар, ёнгин хавфсизлиги, шифокор ва кутқарув хизмати ходимларини;
- намоёниш, норозилик чиқишлари иштирокчилари ва бу тадбирларда сўзга чиққанларни;
- ҳалокат ва тўқнашув иштирокчиларини;
- юқорида айтиб ўтилган ҳолатларни суратга олаётганда кадрга тасодифан тушиб қолган одамларни (агар бундай одамларни суратга олиш шахсий мақсадга қаратилган бўлса);
- агар одамлар эътироз билдирмаса (қўл билан яширинмаса) ёки бошқа тарзда норозилик билдирмаса).

Ёдингизда бўлсин! Вояга етмаганларнинг фотосуратларини фақат ота-онаси ёки васийларнинг рухсати билан жойлаштириш мумкин.

Хулоса ўрнида айтиш жоизки, бугунги кунда фоторепортёр қайси оммавий ахборот воситаларида ишлаганини, аввало фотожурналистиканинг оддий ахлоқ меъёрларига риоя этиши, ўз фаолияти билан ўзи ва таҳририятнинг имижига пурта етказмаслиги лозим.



II БЎЛИМ

РАДИОЖУРНАЛИСТИКА

1-БОБ. ОММАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИ ТИЗИМИДА РАДИОНИНГ ЎРНИ ВА УНИНГ УЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

1-§. Радионинг жамиятда тутган ўрни ва асосий вазифалари

Радионинг энг муҳим вазифаси – жамиятда содир бўлаётган муҳим воқеа-ҳодиса ва маълумотларни оммага етказиб беришдан иборат. У тезкорликда ҳам асосий ўрин тутadi. Янгиликлар етказиш – радионинг муҳим хусусиятларидан бири бўлиб, бошқа анъанавий ОАВда берилмаган янгиликларни оммага зудлик билан етказadi.

Хабар бериш радионинг асосий вазифаси бўлиб, радио орқали мамлакат ва хорижда рўй берган хабарлар етказиб берилади. Бугунги кунда радионинг кўнгилочар, дам олиш вазифаси ҳам муҳим аҳамият касб этиб, ҳаво тўлқинлари орқали тингловчилар фақат ахборот олибгина қолмай, балки кўнгилочар эшиттиришлар, мусика ва ашулалар тинглашади.

Таъкидлаш лозимки, оммавий ахборот воситалари ҳисобланган газета, журналлар матбуотнинг асосини ташкил этади. Улар деярли тўрт асрдан буён инсониятга хизмат қилиб келаяпти. Бир неча юз йилликлар – XVII–XIX асрлар давомида матбуот фақат газета ва журналлардан ташкил топиб келди. Аммо, матбуотнинг жамият ҳаётидаги аҳамияти шу қадар юқорики, инсоният фақат газета ва журналлар билан қифояланиб қолмади. XIX асрнинг охири – XX асрнинг бошларига келиб, оммавий ахборот воситалари таснифида қатта бир ян-

гилик, бекиёс бир ўзгариш юз берди, унга оммавий ахборот воситаларининг янги бир тури — радио кириб келди.

Радио – ОАВнинг ўзига хос электрон техникага асосланган туридир. Радио туб маънодаги матбуот махсули эмас, яъни, у сўзни босма усул билан эмас, махсус асбоблар воситасида оғзаки кўпайтиради. Шу жихати билан радио оммавий ахборот воситаларининг техникага асосланган алоҳида тури ҳисобланади. Радио ОАВ таснифида алоҳида ўрин тутди. Яъни, газета ва журнал кўриш, босма сўзларни ўқиш орқали инсон онгига етиб борса, радио эса, овозни эшитиш орқали таъсир кўрсатади. Бу – инсоннинг энг асосий сезув аъзоси бўлмиш кулоқ орқали ахборот қабул қилишдек энг қадимий ва табиий имкониятидан келиб чиқади. Бу жихатдан уни матбуот ҳали вужудга келмаган пайтларда унинг вазифасини бажарган оғзаки нутқ, жарчилик, нотиклик санъатининг давоми, бошқача қилиб айтганда, юқоридаги воситаларнинг техникага асосланган қайтарилган кўриниши дейиш мумкин.

Радио матбуотнинг ўзига хос, оғзаки эшитувчига бевосита қаратилган тури сифатида инсоният ҳаётига дадил кириб келди ва ундан ўз муносиб ўрнини олди. Радио пайдо бўлгач, кишилар ижтимоий ҳаёт янгиликларини тезроқ эшитадиган бўлдилар, дунёдан янада кенгрок хабардор бўла бошладилар, ижтимоий тафаккур уфқлари янада кенгайди. Радио ўзининг пайдо бўлиши ва хусусиятлари билан соҳа мутахассислари олдига қуйидаги муаммоларни қўяди:

а) радио кашф этилганидан кейин, матбуот билан бир қаторда, кишиларга энг муҳим хабарлар етказиб беришда муҳим ўрин тутди. А.С. Попов томонидан ихтиро этилган радио техника билан боғлиқ бўлганлиги сабабли, у йилдан-йилга янада такомиллашувни талаб этди;

б) радио пайдо бўлиши билан инсониятнинг нутқ санъати янада такомиллашди, шу боис кишиларга энг муҳим янгиликлар, хабарларни ўзига хос тарзда етказиб беришга эҳтиёж туғилди;

в) фан-техника ютуклари ва янги технологияларни жорий қилиб, оммага янада тезкор, сифатли ахборотларни етказиб беришга эришиш зарур бўлди;

г) кишиларга жамиятда содир бўлаётган энг муҳим воқеа ва ҳодисаларни имкон даражасида тезроқ етказиб беришга зарурият пайдо бўлди.

Радиожурналистика фан сифатида шаклланишга қадар, босиб ўтилган йўл ва бунда вужудга келган йўналишлар бир-бирини инкор қилиши мумкин. Масалан, радионинг кашф этилишида А.С. Попов ва Г.Маркони билан боғлиқ бўлган баъзи масалалар. Умуман олганда, дунё миқёсида бу иккала кашфиёт ҳам тан олинди, ҳаётга татбиқ этиб келинаёпти.

Радиожурналистикани билишнинг амалий, услубий ва ғоявий-тарбиявий вазифалари мавжуд. Айниқса, мамлакатимиз мустақилликка эришганидан сўнг, ўсиб келаётган ёш авлодни миллий истиклол ғояси руҳида тарбиялашда журналистиканинг, жумладан, радиожурналистиканинг ҳам ғоявий-тарбиявий вазифаси, аҳамияти тобора ошиб бормоқда.

Ўзбекистонда радиоэшиттиришларнинг ташкил этиш даври 1921–1927 йилларга тўғри келади. Бу йилларда Тошкентда радиоэшиттиришлар ташкил этиш учун янги техникалар келтирилди ва радиостанция қурила бошланди. 1928–1941 йилларда радиоэшиттиришлар асосан шўролар мафкурасига асосланган бўлиб, коллективлаштириш ва колхозлаштиришни тарғиб қилди. Илк радиогазеталар шу йиллари эфирга чиқди.

Иккинчи жаҳон уруши (1941–1945) даврида радио ватанни ҳимоя қилишни кенг тарғиб қилди. Энг муҳим ахборотлар «Совинформбюро»дан таржима қилиниб, тингловчиларга етказилди. Шу йиллари ўзларининг ғалабага чорловчи асарлари билан Ҳ.Олимжон, Ғ.Ғулом, А.Қаҳҳор, Ҳ.Ғулом, А.Толстой, А.Ахматова қабилар жонбозлик кўрсатдилар.

Мустабид тузум даврининг кейинги йилларида (1945–1970) радио мамлакатдаги тикланиш, янги қурилишларни тарғиб қилди. Бу йўналишда радиода янги дастур ва эшиттиришлар пайдо бўлди. «Ёшлик» радиостанцияси, «Табассум»

радиожурнали ва яна бир неча туркум эшиттиришлар ташкил этилди. Айтиш керак-ки, бошқа оммавий ахборот воситалари каби радио ҳам мустабидлик даври мафкурасини тарғиб қилишга кўпроқ аҳамият берди.

1970–1985 йиллар тарихга радио учун «турғунлик» даври сифатида кирган. Радиоэшиттиришларнинг асосий мазмун-моҳиятини ўша пайтлари ривожланган социализм деб аталадиган жамиятни кўкларга кўтариб макташ, юкори лавозимдаги раҳбарларга мадҳу сано ўқишни ташкил этар эди. Шу йиллари собик Иттифок биринчи раҳбарининг шахсига сифиниш юкори нуктага чиқди.

«Қайта куриш ва ошкоралик» даврида (1985–1991) радиода кўпдастурли эшиттиришлар амалга оширилиб, уларда собик КПССни тарғиб-ташвиқ қилиш анча кучайиб кетди. 1985 йилдан бошланган «қайта куриш» даврида матбуот, оммавий ахборот воситалари анча ривожланди. Уларда ошкоралик, турфа фикрлилик бирмунча кўзга ташланди. Республика газеталарининг адади кескин тарзда ошди. Радиоэшиттириш ва телекўрсатувларнинг мазмун-моҳияти анча сифатли бўлди. Уларга тингловчи ва томошабинларнинг талаби ҳам ошди. Айниқса, радио орқали «Окшом тўлкинларида», «Қармоқ», «Сайёрамиз садоси» каби эшиттиришлар кўпчилиكنинг эътиборини қозонди.

Радиоэшиттиришлар бозор иктисодиёти шароитида (1991 йилдан ҳозиргача) Ўзбекистон Республикаси сиёсий мустақилликни қўлга киритганидан кейин бошқа соҳалар каторида ОАВ, шунингдек, радиога ҳам катта аҳамият берилди. Радиоэшиттириш дастурларида кўпроқ миллийлик тарғиб қилиниб, эшиттиришларнинг аксарият қисми маънавий-маърифий, миллий истиклол ғоясини кишилар онига сингдиришга йўналтирилди. Давлат тизимидаги радиоканаллари каторида мустақил радиостанциялар ташкил этилди. Эшиттиришлар кўпдастурлилиқ асосида иш олиб борди. Радиоэшиттиришлар бозор иктисодиёти шароитига мослаштириб олиб борилди.

2-§. Радиожурналистиканинг ифода воситалари

Радиоэшиттиришларнинг таъсирчанлиги, унинг аудиторияга таъсири радиожурналистиканинг ифода воситаларига боғлиқ. Журналистнинг микрофон олдидаги ютуғи унинг рўй берган воқеалар ёки ён-атрофини ўраб олган дунё хақида мантикий, ақлли ва таҳлилий гапиришидагина эмас, унинг эфирдаги хикоясининг қай даражада ҳиссиётга эга бўлиши, у тингловчининг ҳиссиётларига қай даражада таъсир қилишига боғлиқ. Бу журналистиканинг барча турлари: матбуот, электрон оммавий ахборот воситаларига ҳам тегишли.

Радиожурналистиканинг ифода воситалари икки гуруҳдан иборат:

1. Овозли «материал» – сўз (нутқ), мусика, шовкинлар, (жонли, ҳаётий ёки сунъий) ва студиядан ташқари уюштирилган ҳужжатли ёзувлар. Бу ёзувлар ҳам, ўз навбатида, нутқ, мусика ва турли овозлар (шовкинлар)ни киритади. Бу тўрт унсурни тизимнинг табиий ёки шакл яратувчиси, деб атаймиз. Улар ўзгармас, бир хилда, уларнинг табиати радиожурналистнинг субъектив таъсирига бўйсунмайди.

2. Техник ёки услуб яратувчи. Буларга монтаж, овознинг ўзгартирилиши, овозли мизан-саҳна, қатор овоз яратувчи усуллар қиради.

Радиожурналистиканинг шакл ясовчи воситалари марказида сўз (инсон нутқи) ётади. Сўз устида ишлаганда, журналист олдида бирданига учта вазифа туради:

Биринчиси, журналист диққати ҳисобланган объект сўзда воқеа-ҳодиса аниқ ифода этилиши ва ўша муҳитни ишончли тарзда етказиб бериш керак. Бу ҳолатлар айниқса, репортажларда кўпроқ учрайди.

Журналистнинг иккинчи вазифаси – маълум материалнинг мазмунига қараганда ҳам муҳимроқ бўлган аниқ ифодани топиши керак-ки, у тингловчиларни кўпроқ жалб қилсин.

Сўз хоҳ у ёзма ёки оғзаки бўлсин, муҳим фикрни олиб келса, тушунарли кўринишда инсоннинг онгу шуурига таъсир

килади. Радиожурналистиканинг катта қисми ҳисобланган информатсион муҳит аудиторияга худди шу тарзда етиб боради.

Айни вақтда адабиёт, шунингдек, журналистика, радиотелевидениега ҳам асосий мазмун олиб кирадиган сўз доимо инсоннинг ҳиссиёт, образига йўналтирилган бўлади.

Журналистнинг сўз устида ишлаш борасидаги *учинчи ва-зифа*, бу – мантикий ва экспрессив акцент излаб топишдир. Одатда, сўзнинг кучи ифода қилиш ва ишонтиришдагина эмас, гапирадиган кишининг маҳоратига ҳам боғлиқ. Радиодан гоҳ паст, гоҳида баландроқ овозда гапирилади, урғуларни қўйишда, пауза ёки бирданига тўхташ жараёнлари бўлади.

Сўзларда урғуни аниқ қўйиш муҳим аҳамиятга эга.

Тажрибали радиожурналистлар тингловчиларни эшитиришга жалб қилиш учун одамлар билан табиий тарзда сўзлашади.

Оғзаки нутқнинг асосий кўринишларидан бири – диалогдир. Яъни, ўзаро информация алмашиш ёки жамоавий изланишдаги маълум муаммоларни ҳал этишда диалог муҳим ўрин тутadi. Диалог (ўзаро мулоқот) радионинг қўплаб материаллари, унинг акустик (овоз) хусусиятига ҳам ҳосдир. Унинг ўзига ҳослиги шу билан белгиланадики, суҳбатдошлар маълум бўшлиқ орқали ажратилган бўладилар. Яъни, гапирадиган киши билан тингловчи ўртасида бевосита алоқа бўлмайди. Аммо, микрофон олдидаги журналист тингловчига мурожаат қилганида, доимо унда суҳбатдошни, икки томонлама алоқанинг фаол қатнашчисини ҳис қилиб туради. Шунда радиожурналист гўё унинг фикрлари, ҳаракати, бериши керак бўлган саволлари-ю, информация тизимини қуриш ва мантикий исботларини билиб, сезиб туради. Радиоэшиттириш бўйича баъзи амалиётчилар бу борада микрофон олдида «радиотингловчилар» сўзини айтишдан чекланиш лозимлиги ҳақидаги асосли маслаҳат берадилар. Агар шу сўз ишлатилса, аудиторияни пассивлаштиришга олиб келар экан.

Мусика ва шовқинлар. Радиожурналистика радиоэшиттиришларда мусика ва шовқинни сингдириш учун узок йиллар вақт сарфлади. Мустақил равишда фикрни ифода-

лаш маҳоратига эга бўлиш, аудиторияга ҳикоя қилиб беришнинг шарт-шароити ва сюжет йўналишини аниқлаш мусика ва шовкинлар амалга ошмаслиги табиий ҳол. Вактлар ўтиши ва эшиттиришлар амалиётида, шунингдек, назарий ишларда мусика ва шовкин сўзга **қўшимча** восита, деб келинган. Баъзи мутахассислар бу омилни дам олишлари учунгина керак бўлади, деб ҳам таърифлашган.

1. Маълум ҳаракатни мусикали фрагмент ва шовкинли воситалар билан «безаш»га ҳаракат қилиш керак. Уларни эшиттириш тизимига қандайдир овоз жўрлиги сифатида киритиш лозим. Бирор радиоочеркни мисол келтириш мумкин.

2. Иккинчи анъана эшиттиришнинг методологияси эмас, унинг ғоявий-эстетик асоси билан боғлиқ. У эшиттиришнинг интонацион хиссиётли жиҳатида ўз ифодасини топади. Баъзи мутахассисларнинг фикрича, мусика (шовкинлар ҳам) бадий дастурларнинг терисига бириктирилади. Мусикани фақатгина хиссиёт, романтик ёки психологик мазмунга бой постановкага киритиш маъқул, деган фикрлар ҳам бор. «Кўпгина эшиттиришлар қатъий қоида ва услубда ёзилиши ва уларда мусикани ишлатиб бўлмади», — дейди баъзи мутахассислар.

3-§. Радиожурналистиканинг услуб яратувчилик воситаси ва «Янгиликларни етказиш санъати»

Бу гуруҳ — ифода воситалари радиожурналистикада шундай йўналтирилганки, яъни, ифода воситалари журналистнинг танлаши асосида алмашиши мумкин. Айнан уларнинг ёрдами билан дастурларнинг услуби шаклланади, материалга журналист баёнининг шахсий хусусиятлари турланади, ҳикоя қилишнинг бир оҳангдалиги таъминланади.

Услуб яратувчилик ифода воситалари гуруҳини кўриб ўтиш асносида оддийликдан мураккабликка, оддий техник усуллардан мураккаблашган фикрлаш усуллариغا, хиссиётлар мажмуасига қараб борамиз ва ҳаммасидан кўра овоз яратиш усуллари хусусиятларига ажратамиз.

Реверберация — журналист овоз ёзиш жараёни асосида бошқарув пулти ёрдамида овоз жаранглаши ёки қўшимча ҳажм воқеалари, акс-садо таъсирчанлигини ёзиши мумкин. Бу усул тингловчиларнинг персонаж нуткига урғу беришга эътибор қаратиши учун журналистнинг қандайдир сўз ёки воқеага овозли детал бериш учун тез-тез фойдаланилади. Масалан, бирор қўнгилсиз воқеага бағишланган эшиттиришларда мусиқа асбоблари ёрдамида кишини таҳлика, қўркувга соладиган овозлар берилади. Бошқарув пулти ёки бошқа воситалар орқали маълум қувончли воқеа, байрам қайфиятлари акс этиши мумкин. Бунга «Табассум» радиожурналини мисол сифатида келтириш мумкин.

«Буратино» усули – магнитофон тасмасини тез ёки секин айлантириш орқали кучли бадиий усул ҳосил бўлиши мумкин. Бу усул, одатда, болалар учун мўлжалланган эшиттиришларда фойдаланилади. Бунда турли образ, персонажлар тез гапиради ёки қўғирчок ўйнатадиган артистларнинг жарангдор овозлари, дуэтлар, квартетлар, одамларнинг шовкин-сурон солишлари акс этади. Буларнинг барини битта актёр овози орқали амалга ошириш мумкин.

Бу овозлар турли образ, характерларни очиб бериш учун ҳам хизмат қилади. Овозли мизан-саҳна эфирга воқеа қатнашчиларининг сўзлари ифода этилишида микрофоннинг жойлаштирилиш ҳолати. Микрофонни шундай жойлаштириш керак-ки, у ҳаммага бирдек эшитилиши, уни қўлдан-қўлга бериш, узоқлаштириш, яқинлаштириш мумкин бўлсин. Масалан, ишлаб турган трактор ёки машинанинг овозини акс этириш керак бўлади. Ёки микрофон учун шундай жой танлаш керак-ки, қандайдир бир товуш ёки кимнингдир сўзи кинодаги йирик планга ўхшаб, овоз планида биринчи ўринга чиқсин. Айнан шу товуш ёки овоз эшиттиришнинг сюжетли, мазмунли ва ҳиссиётли чиқиши учун асосий восита бўлиб хизмат қилади. Бу каби эшиттиришлар маълум воқеага бағишланган тадбирлардан тайёрланади. Масалан, бирон-бир кўргазманинг очилиши ёки бирор кашфиёт, ихтирога бағишланган эшиттириш.

Овоз грими – радиожурналистиканинг ифода воситаларидан бири. Бу усул журналистнинг нуткига хиссий бўёк, бир оҳангдаги хусусиятларига ёрдам бериб, воқеа-ҳодиса муҳитини акс эттиради. Бунга радио орқали бериладиган турли репортажларни мисол келтириш мумкин. Футбол репортажи (унда репортёрнинг ўзи иштирок этмаса ҳам) ёки вело (мото)пойга ёки чанғида учиб, қишқи олимпиадалардан билвосита олиб бериладиган репортажлар ва бошқалар.

Радиоэшиттиришларни дастурлашдан олдин тематик (мавзувий) режа тузиб олинади. Тематик режалаштириш – бу кунлик, ҳафталик, ойлик, баъзида тарихий воқеалар ва тарғибот рекламалари тадбирларига мувофиқ тузилади.

Олдиндан эшиттиришлар сеткаси тузилади. Яъни, эшиттиришларнинг кунлик, ҳафталик, ойлик, баъзида чораклик жадвали тузилади. Уларда маълум жанрий-мавзувий руқнларнинг куни, соати белгилаб қўйилади.

Эшиттиришлар сеткаси ишлаб чиқилгандан кейин, уни тўлдириш бошланади. Радиоканалнинг барча фаолияти концепциясидан келиб чиқиб, унинг раҳбарлари инфор­мацион, ижтимоий-сиёсий ёки бадний муҳарририятлар билан биргаликда бўлиб ўтадиган муҳим воқеалар рўйхатини тузади.

Дастлаб умуммиллий характери а эга бўлган Конституция куни, Мустақиллик куни, Наврўз – умумхалқ байрами, кейин эса ижтимоий-сиёсий тадбирлар (масалан, сайлов) назарда тутилади. Сўнг ўтган ва ҳозирги таниқли намоёндаларнинг юбилей саналари киритилади. Шулардан кейин эса эшиттиришлар сеткасига жанрли-тематик мавзулар билан боғлиқ эшиттиришлар киритилади.

Радио­да кенг оммага янгиликларни етказиш муҳим аҳамият касб этади ва буни том маънода «янгиликларни етказиш санъати» дейиш мумкин. Бунга нафас ва овоз, дикция, интонация, пауза, урғу, темп ва ритмлар киради.

1. «Нафас ва овоз». Матннинг мазмуни тўла ўзлаштириб олингандан сўнг ўқишга ўтиш мақсадга мувофиқдир. Чунки, ўқиш ўқишдан бошланади. Нотўғри нафас олинса, матн маз-

муни ва оҳанги бузилади. Овоз 3 га бўлинади: *паст; ўртача; баланд*.

2. **«Дикция»** – лотинча «Товуш, бўғин, сўз ва гапларни бурро талаффуз қилиш» демакдир. Яхши матн бўлиб, яхши талаффуз бўлмаса, кулоққа ёқимсиз эшитилади.

3. **«Интонация»** – бу товуш товланиши, оҳанг демакдир. Янгиликлар одатда моногонли, яъни бир маромда ўқилади. Бу эса унинг таъсир кучини сусайтиради. Бадий мазмундаги матнларда қайғули, ғазаб, эркалаш, дағдаға, мағрурлик, ялиниш оҳанглари мавжуд бўлади.

4. **«Пауза»** – нуктадан сўнг танаффус қилиш, деган маънони билдиради. Бир гаптаги фикр яхлитлиги тугаб, иккинчисига ўтишда унинг ўз ўрни бор. Пауза тингловчида матндаги воқеаларни кўз олдига келтириш, мушоҳада этиб олиш учун ҳам имконият яратади. Пауза маълумотни онгу шуурга сингдириш ҳамдир. Кўпгина радио ва телевидение янгиликларида пауза ўрнини мусика ёки тасвир алмашинуви эгаллайди.

5. **«Ургу»** – сўздаги айрим унли товушни бошқа товушларга нисбатан чўзиброк талаффуз қилишни англатади.

6. **«Темп ва ритм»** – секин ёки тез ўқишдир. Нуткнинг мазмунига қараб секинлаштириш ёки тезлаштириш, вақтдан ютиш ёки вақтни тўлдиришга хизмат қилади. Янгиликлар одатда тез ўқилади. Бунда вақт муҳим омил саналади ва кўпроқ маълумот бериш кузатилади.

4-§. Радиоканалларнинг ташкилий тизими ва радиоформатлар

Телерадиоканалларнинг ташкилий тизимида аудитория ҳажми, сони, радиоканал эшиттиришлари йўналтирилган аҳолининг ижтимоий-демографик тузилиши ҳисобга олинади. Радиоканал эшиттиришлари бутун республика аҳолисининг тўлиқ ёки бир қисмини қизиқтирадими, деган саволга жавоб бериш зарур.

Бундан ташқари, радионинг кўп йўналишли эканлиги: информацион, маърифий, ижтимоий-сиёсий, маънавий,

кўнгилочар хусусиятларнинг устуворлиги, рекламалар ҳажми ҳам унинг умумий ҳажмига киради. Радиоканалнинг техник таъминоти даражаси, алоқа воситаларининг доимо янгиланиб туриши радиоканалнинг обрўсини оширади.

Формат – радиоканал ёки радиостанциянинг концепцияси бўлиб, унга эшиттиришларнинг мазмуни, ритми, дастурлаштиришнинг эстетик меъёри, бошловчининг иш услуби ва эшиттиришни ташкил қилишдаги бошқа муҳим хусусиятлар киради.

Форматга бутун аудиториянинг эҳтиёжига мувофиқ тузилган дастурий унсурлар киради. Формат эшиттиришнинг асосий принцип ва параметрлари, радиоканал ёки радиостанциянинг фаолият концепцияси, яъни, маълум аудиторияга уни тинглаш учун информацион ёки талабларга жавоб беришдаги бошқа имкониятларга йўналтирилган.

Формат эшиттиришнинг асосий тамойили ва ҳажмини ҳам англатади. Жонли эфир – воқеа-ҳодисаларни бирданига эфирга узатиладиган эшиттиришнинг кўриниши; воқеа-ҳодиса содир бўлган жойдан эфирга бевосита, тўғридан-тўғри чиқиш демакдир.

Радиоканал – журнал кўринишидаги радиоэшиттириш бўлиб, унда материаллар бўйича турли-туман сюжетли мавзулар ва маълум йўналишларга эга бўлган радиостанция ёки аудитория манзили билан бирлашган бўлади. Бунга «Yoshlar» радиоканалини мисол келтириш мумкин. Одатда, радиоканалда бир неча бошловчилар бўлади.

5-§. Радиоаудиторияни ўрганиш тамойиллари

Радиоаудиторияни ўрганиш муҳим аҳамиятга эга бўлиб, муҳарририят, унда хизмат қилаётган журналистларнинг тайёрлаб, эфирга узатаётган турли эшиттиришларига атрофлича баҳо берилади. Уларга баҳо бериш эса, турли тадқиқот ва усуллар билан амалга оширилади.

Масалан, муҳарририят почтасини ўрганиш баробарида, радио муҳарририятларига тингловчилардан келаётган турли-

туман хатлар таҳлил килиниб, ўрганилади. Яъни, хат муаллифларининг маълум эшиттириш ҳақидаги фикрлари, таклифлари ўрганилиб, улардан хулосалар чиқарилади.

Кейинги йилларда кенг тус олган муҳарририятларга қилинаётган телефон кўнғироклари орқали ҳам эшиттиришларнинг савияси, мазмун-моҳияти ўрганилаяпти. Одатда радиоаудиторияни ўрганишга муҳарририятдаги масъул киши тингловчилардан телефон кўнғирокларини қабул қилиб, алоҳида дафтарга қайд этиб боради. Уларни гуруҳларга бўлиб, турли фикрларни ўрганган ҳолда, эшиттиришлар ҳақида маълум хулосаларга келади.

Радиожурналист учун аудиторияни ўрганиш муҳим ҳисобланади, ўрганмаслик қуруқ монологдир. Аудиторияни ўрганса, журналист муаммо ва мавзуларни тўғри танлай олади. Аник фактларга таянган ҳолда керакли нуктани топа билади. Шу билан бирга ўзининг чиқиш услубини ҳам танлай олиши мумкин.

Радиоаудиторияни ўрганишнинг формалари:

1. Муҳарририят почтасини ўрганиш;
2. Муҳарририятга қилинган телефон кўнғирокларини таҳлил қилиш;
3. Анкета саволлари орқали ўрганиш;
4. Интервью асосида ўрганиш;
5. Кузатиш асосида ўрганиш.

Муҳарририят почтасини синчковлик, кунт билан ўрганиш аудиторияни ўрганиш, демакдир. Муҳарририят почтасининг таҳлили хатларнинг мазмуни бўйича турланади. Муҳарририятга қилинган мурожаатларнинг шакллари шикоят мактублари, ижобий ишларнинг эътирофи ҳақидаги мактублар ёки штатсиз журналистларнинг материалларига бўлинади.

Аудиторияни ўрганишнинг яна бир кўриниши *анкета сўровлари* ҳисобланади. Сўровнома – бу фикрларни ўрганиш. баҳо бериш, ўзаро муносабаларни билиш саналади ҳамда газета, журналларга обуначиларнинг, радиоэшитувчиларнинг қанчалигини аниклаш мумкин.

Анкета сўровларини интервью орқали ҳам ўтказиш мумкин. Анкетанинг мақсади: сўровнинг асл мақсадини ёритиб беришдир.

Анкетада оддий саволлардан бошлаб кийин ва мураккаб саволларга ўтиш, саволлар мавзу бўйича ўсиб бориши, кийин саволлар анкетанинг ўртасида бўлиши керак. Радио эшитмайдиганлар ўз-ўзидан жавоб беришдан бош тортадилар. Анкетада ёпик, очик, ярим очик саволлар ўрин олган бўлиб, булар:

1. Ёпик савол – битта жавобни танлаш демакдир.

2. Очик савол – эркин жавоб бериш мумкин бўлган саволдир. Масалан, қайси ёки кимнинг иштирокидаги эшиттиришларни тинглашни хоҳлар эдингиз?

3. Ярм очик савол – иккинчисига яқинроқ бўлиб, лекин унда аниқ касб эгаси кўрсатиб ўтилиши шарт.

Радиоаудиторияни ўрганишда *анкета саволлари* ҳам муҳим ўрин тутadi. Бунда радиоэшиттиришларнинг мазмун-моҳияти, таъсирчанлиги ҳақидаги саволлар берилади. Анкета саволлари катта-кичик аудиторияларга тарқатилади. Саволларга жавоб ёзилгач, у ишлаб чиқилади ва маълум маълумотларга эга бўлинади. Анкета саволларига берилган жавобларнинг ҳар бири муҳим аҳамиятга эга бўлиб, улар ҳисобга олинади.

Радиоаудиторияни ўрганишнинг яна бир усули *интервью* саналади. Интервью – бир ёки бир неча киши билан ўзаро мулоқот бўлиб, унда берилган қисқа саволларга олинган жавоблар маълум эшиттириш ҳақида кўплаб маълумотлар бериши мумкин.

Радиоаудиторияни ўрганишда *кузатиш усули* ҳам муҳим ўрин тутadi. Бевосита ёки билвосита кузатиш орқали эшиттиришлар ҳақида маълум хулосаларга келинади.

Кейинги вақтларда SMSларнинг ривожланиб кетиши ҳам турли аудиторияларни ўрганишда муҳим аҳамият касб этаёпти. Тингловчилар тинглаб бораётган эшиттиришлари ҳақида ўз фикр-мулоҳазаларини SMS орқали баён этадилар. SMSлар ўрганилиб, фикр-мулоҳаза, эшиттиришлар

ҳақида берилган баҳолар ўрганилиб, маълум хулосаларга келинади.

Радио ва телеаудиторияни ўрганишдек муҳим масала билан Ўзбекистон Миллий телерадиокомпаниясининг ҳар бир телерадиоканали қошидаги «Медиаметрия ва рейтинг» бўлими шуғулланади. Бўлим аудиторияни ўрганиш борасида олинган натижалардан муҳим хулосалар чиқаради ва бу хулосалар радиоэшиттиришларнинг келажак истикболини белгилаб беришга хизмат қилади.

2-БОБ. РАДИОЖУРНАЛИСТИКА ЖАНРЛАРИ

1-§. Радиода жанрлардан фойдаланиш амалиёти

Журналистикада «жанр» тушунчаси борликни акс эттиришнинг тургун шакл маъносини билдиради. Бу шакл журналистик асарнинг маълум мақсад, йўналиши, танлаган объектнинг моҳияти, ҳаётий факт, ҳодиса ва ҳолатларнинг таҳлил қилиш усули ва хулосалар микёси, шунингдек, композицион-услубий хусусиятлари билан белгиланади.

Радиожурналистикада жанрлар уч гуруҳга бўлинади: ахборот, таҳлилий ва бадий ҳужжатли жанрлар. Бу таърифлашда биз атайин «публицистик жанрлар» атамасини ишлатмаямиз, чунки, публицистика журналистиканинг алоҳида муҳим бир тури бўлиб, унинг унсурлари деярли ҳамма радиожанрларда мавжуд.

Радиожанрлар орасида ахборот жанрлари энг катта гуруҳни ташкил қилади. Булардан хабар, интервью, репортаж алоҳида аҳамиятга эга. Ахборот жанрлари асосан воқеа, ҳодисалар ҳақида маълумот бериш вазифасини бажаради.

Таҳлилий жанрлар (шарҳ, радиосухбат, мухбир хикояси, ҳисобот) борликни оддийгина қайд этиш, у ҳақда хабар бериш билангина чекланиб қолмай, балки ҳаётдаги факт, воқеа ва ҳодисаларнинг ички моҳиятини ҳам очиқ беради, тингловчиларга тушунтиради, таҳлил қилади, баҳолайди, хулосалар

чикаради. Бу жанрлар ўз хажми ва жанр талаблари билан ахборот жанрларидан ажралиб туради ва улар ҳаётнинг чуқур қатламларини ўзида акс эттиради. Тахлилий радиожанрларда фактларни солиштириш, умумлаштириш, хулосалар чиқариш, яъни анализ усули кенг қўлланилади.

Бадий хужжатли радиожанрларда (очерк, фельетон, радиокомпозиция, эссе) борлиқни акс эттиришда адабий-бадий усуллардан фойдаланилади, яъни, образлилик, жонлантириш, тетиклаштириш, ўхшатиш, драматургик, композиция ва ҳоказо.

Ҳар қандай фаолиятнинг асосида инсоннинг турли эҳтиёжларини қондириш масаласи ётади. Журналистика аудиторияни хабардор қилиш, ижтимоий эҳтиёжи, давлатни, оммани интеллектуал бошқариш, одамларнинг дунёга муносабатини шакллантиришда таъсир этиш воситаси ва жамоатчилик фикрини шакллантиришда одамларнинг ақли ва ҳисларига аниқ мақсадлар билан таъсир этишда муҳим ўрин тутади.

Шунинг учун жанрдаги бош масала функция, унинг вазифаси. Аммо функция ўз-ўзидан мавжуд бўлмайди. Вазифа пайдо бўлгач, предмет ҳам бўлади ва у олдиндан аниқлаб, ўшанга йўналтирилиб, амалга оширади. Шунинг учун биз жанрга функционал предметга ёндашиш жиҳати ҳақида кўпроқ тўхталиб ўтамиз.

Инсон фаолиятининг турли жиҳатлари маълум бир «схема» асосида амалга оширилади. Атрофимизни ўраб турган предметлар инсон фаолиятининг ҳосиласидир. Нарсаларнинг номланиши, унинг маълум вазифани бажариш хусусиятлари унинг муқаррар қонуниятлари асосида белгиланади. Шунингдек, инсоннинг турли-туман фаол бўлишига журналистикада ҳам истаган жанр маълум бир вазифани бажариш учун хизмат қилади. Ҳар бир журналистик асарда «кадр ортида» материал ва иш усуллари қолади. Тайёр маҳсулотнинг мазмун ва шакли уларни ҳаётга татбиқ этиш йўллари билан намоён этилади.

Вазифани бажариш керак бўлгани, у журналистнинг қандай йўл тутиши билан белгиланади: ахборот излаш, аниқ

иш фаолияти бўйича материал йиғиш ва уни қайта ишлаш, уни татбиқ этиш учун маълум ишларни амалга ошириш.

Вазифаларнинг турлича бўлиши жанрлар хилма-хиллигига олиб келади: агар бирор кишидан факат информация олибгина қолмасдан, у ҳақда ҳикоя қилиш керак бўлмаса, интервью-портрет пайдо бўлади; шу мавзу бўйича турли манбалардан олинган маълумотлар бўйича интервью-портрет юзага келади, ваколатли расмий шахслар билан гуруҳий интервью ташкил қилинса, пресс (матбуот) конференцияси ҳисобланади.

Журналист олдида қанчалик кийин вазифалар турса, бу вазифани бажариш шунчалик кийиндек туюлаверади: мавзун ишлаб чиқиш, материалнинг тузилиши (ҳажми), ички алоқаларнинг турличалиги, матнда муаллиф иштирокининг шаклий фарқлари, тингловчиларга мурожаат қилишнинг шакллари, тил ва акустик (товушнинг эшитилиши) воситаларнинг хилма-хиллиги қабилар.

Журналистнинг иши ижод билан боғлиқ. Шуниси эътиборлики, журналистикада ҳар доим ишни янгитдан бошлаш керак бўлади, яъни, ҳар бир «ғишт»ни янгича мазмунда ифодалашга тўғри келади. Ҳали оғир, синтетик жанрларни қўйиб турайлик, унда ҳатто хужжатли маълумотлар ҳам ўз таъсирини ўтказади. Очеркчи робот ҳақида эмас, ўзида бутун оламни ҳис қилиб турадиган тирик инсон ҳақида ёзади. Журналист ишида қўп нарса унинг иқтидори, ижодий вазифаси, ўз ишига муносабати ва албатта, профессионал тайёргарлигига боғлиқ.

Исталган касб эгаси ўзидан олдинги касбдошлари тажрибасидан фойдаланади, бусиз олдинга ҳаракат қилиб бўлмайди. Жанр аломатларини унинг хусусиятлари, материал устида ишлаш имкониятларини билиш нафақат мақсадга эришиш йўлини қисқартириб ва янгилаш билангина чегараланиб қолмасдан, уни самарали бўлишини ҳам таъминлайди. Мутахассисларнинг фикрича: жанрлар бир-бирига боғлиқ бўлмаган тарзда яшай олмайди, улар маълум тизим тузадилар ва тарихий алмашиб турадилар.

Журналистика жанрлари тизими жамиятнинг сиёсий ҳаёти билан боғланганлиги ўзининг имкониятларини публи-

цистик жараёнларнинг ўзлаштириб олиши, унинг вазифаларини ўзгартириш асосида ташкил топди ва ривожланди.

Радиожурналистика жанрларининг ташкил топишининг характерли хусусияти шундаки, бу жараёнлар дастлаб ўзлаштириб олиш орқали ўтиб, шундан кейин эса материални узатиб беришда газета шаклини олди. Бу борада маълум даврда радиогазеталар муҳим роль ўйнади.

Радиожурналистика жанрларининг пайдо бўлишида эшиттириш техникаларининг такомиллашуви муҳим ўрин тутди. Студияда овоз ёзиб олиш жанрларнинг тузилиши ва ифодасига янги имкониятлар очиб берди. Бунда монтаж ҳам муҳим ўрин тутди.

Матбуот жанрларини асос қилиб олган ҳолда, эшиттиришнинг овоз табиатини ўзига хос имкониятларини ўзлаштириб олиб, шахсий ифода воситасини ишлаб чиқиб, радиожурналистика ўз жанр тизимини яратди ва такомиллашиб борди.

Шуни унутмаслик керак-ки, радиожурналистика жанрлари ривожлантириш жараёнида бошқаларидан нафақат матбуотга таъсир қилишдек бир синовни ўтказиб қолмасдан, оғзаки нутқ муомаласи, оғзаки тарғибот, театр, кино, кейинчалик телевидениега ҳам таъсир ўтказди. Албатта, бу ҳар доим ҳам тўғридан-тўғри эмас, бевосита таъсир кўрсатар эди.

Ҳозирги радиожурналистика жанрлари тизимини бутунлигича жанрлар йиғиндиси сифатида ташқи ва ички томондан ҳаракатдаги алоқа сифатида қуйидагича аниқлаш мумкин:

- радиожурналистиканинг оммавий алоқалар воситалари ва тарғиботи тизимида шаклланиши;
- ижоднинг ягона кўриниши – публицистика;
- коммуникацион каналнинг акустик хусусиятлари;
- жанрларнинг ички қонуниятларининг ривожланиши, уларнинг ўзаро алоқалари.

Кейинги ўн йилларда эшиттиришлар амалиёти шундан далolat бераётгани, илгари бор бўлган аниқ-тиник (унча катъий эмас) турли жанрлар ўртасида бўлган чегаралар секин-аста йўқолиб бораёпти. Бундай кўриниш нафақат яқин (қариндош)

жанрлар: масалан, интервью кўпинча суҳбат ёки «давра суҳбати», суҳбат эса радиохисобот ёки шарҳ тусини олаётти.

Илгари бир-биридан узоқ бўлган баъзи жанрлар яқинлашувининг гувоҳи бўлиб турибмиз: очерк ва репортаж, репортаж ва радиокомпозиция, репортаж ва ҳужжатли драмалар.

2-§. Радиожурналистиканинг ахборот жанрлари

Радиожурналистикадаги жанрларнинг биринчи гуруҳига дунёда юз берган янгиликлар, содир бўлган муҳим воқеа-ҳодисалар ҳақида хабар берувчи эшиттириш шакллари киради. Улар бир-биридан ҳажмига, маълумотларнинг кўламига, сиқик ёки муфассаллигига, шаклининг ўзига ҳослигига кўра фаркланади.

Ахборот жанрлари жумласига: радиохабар, радиорепортаж ва радиointервью каби жанрлар киради. Радиожурналистика ахборот жанрлари учун янгиликлар, маълумотлар ва фикр-мулоҳазалар аксарияти махсус ёки ҳаваскор мухбирлардан, ахборот агентликларидан, газета ва журналлардан, интернетдан, шунингдек, тингловчиларнинг хатларидан олинади.

Радиохабар – ҳажмига кўра энг кичик жанр бўлиб, у кўпинча «Сўнгги ахборот», «Янгиликлар» сингари руқналар ичида эфирга узатилади. Аксарият ҳолларда 1–1,5 дақиқа давом этадиган радиохабарнинг асосий хусусияти жаҳондаги энг сўнгги янгиликлар ҳақида аниқ, ҳаққоний, ҳолис ва тезкор маълумот беришдан иборатдир. Унда воқеанинг содир бўлган вақти, манзили, катнашчиларнинг исми-шарифи ва энг муҳими, моҳияти аниқ маълум қилиниши лозим, чунки ёлғон аралашган даракларга ҳеч ким ишонмайди.

Одатда, деярли барча журналистларнинг ижодий фаолияти радио ёки бошқа оммавий ахборот воситалари учун хабар тайёрлашдан бошланади. Турли манбалардан олинган янгиликларни қисқа ва лўнда шаклга киритиш, муҳим фактни номуҳимларидан ажратиб саралаш, тили ва услубига сайкал бериш, тингловчилар эҳтиёжларига мослаштириш

жараёнида ёш журналистнинг калами чархланиб, маҳорати ортиб боради. Натижада, унинг радиохабардан мураккаб жанрларга ўтиб бориши учун қулай шарт-шароит юзага келади. Шунга кўра радиохабар журналист калами ва истеъдодининг қайроғи ҳисобланади. Бу жанр устида ишлаш жараёнида муаллиф қалби ва онгида радиожурналист учун зарур бўлган энг муҳим фазилатлар шакллана боради. Оқибатда, у турли манбалардан олинган янгиликларни эфирга тайёрлаш йўллариini ўрганиш билан бир каторда, ўзи ҳам турли жойлар ёки кишилар ҳаётидаги ўзгаришлар ҳақида мустакил радиохабарлар яратиш ҳамда таркатиш маҳоратини ошира боради. Журналист мустакил равишда радиохабар тайёрлаганда муайян воқеа-ҳодиса ёки янгилик тўғрисида биринчи бўлиб маълумот бераётганлигини, яъни, зиммасидаги катта масъулиятни ҳис қилиши ва имкон борича ҳолис, тўлиқ, сохталаштирилмаган ҳақиқатни ҳозиржавоблик билан тингловчиларга етказишга шошилмоғи лозим. Радиохабар эса қоладиган ва таъсирчан бўлиб чиқиши учун ушбу оммавий ахборот воситасидаги имкониятлардан, яъни монтаж қилиш, шовкинларни тўғри жойлаштириш ва мусика садолари қўшиш сингари ифода омилларидан ўринли фойдаланиш зарурлиги амалиётда қайта-қайта исботлангандир. Радиохабар тўлақонли чиқмоғи учун унга жуда қисқа ҳажмда бўлса-да, воқеа иштирокчилари ёки гувоҳларнинг фикр-мулоҳазаларини аралаштиришга йўл қўйилади. Натижада радиохабарнинг қачон ва қаерда қандай ҳодиса рўй берганлиги тўғрисида ҳаққоний тасаввур туғдиришдек бош мақсадига эришмоқ учун кенг йўл очилади.

Радиорепортаж – одатда, радиохабарлардан ҳажмининг нисбатан катталиги билан фарқланиб туради. Баъзи радиорепортажлар ҳажман унча катта бўлмаган ҳолда, турли дастурлар ичида, масалан, «Сўнгги ахборот» доирасида эфирга узатилади. Хусусан, Тошкентга чет элдан юксак мартабали давлат арбоби ташриф буюргани тўғрисидаги маълумотлар ва уларнинг айрим тафсилотлари «Сўнгги ахборот» доирасида аэропортдан уюштирилган радиорепортаж орқали тарқатилиши

мумкин. Радиорепортажларнинг иккинчи гуруҳи алоҳида мавзуларга бағишланганлиги сабабли, ҳажман анча катта бўлиши ва эфирга махсус дастур шаклида узатилиш ҳоллари ҳам учрайди. Масалан, футбол мусобақаси ҳақидаги радиорепортажлар ўйин вақтига қараб, бир ярим соатгача чўзилади ва алоҳида эшиттириш ҳолида тақдим этилади.

Радиорепортажнинг ўзига хос хусусиятларидан яна бири шундаки, у воқеа содир бўлаётган жойнинг ўзидан ҳодиса юз бераётган вақтда эфирга тўғридан-тўғри узатилади ёки магнит тасмасига ёзиб олинади. Шунга кўра радиорепортажда воқеа-ҳодисанинг моҳияти ва тафсилотлари ҳақида хабар бериш асосий мақсад ҳисоблангани ҳолда, журналистнинг ундан олган таассуротлари, ўй-туйғуларига, баҳоларию ҳулосаларига ҳам ўрин берилади. Шунингдек, радиорепортаж олиб боровчи репортёр ўзи ҳикоя қилаётган воқеа юзасидан мутахассисларнинг, нуфузли шахсларнинг, матбуотнинг фикр-мулоҳазалари билан таништириб боришига ҳам йўл қўйилади. Буларнинг ҳаммаси воқеа-ҳодисалар тўғрисида тингловчиларда ҳолис ва ҳаққоний тасаввур туғдирилишига йўл очади.

Агар радиорепортаж тўғридан-тўғри эфирга узатилса, журналист воқеа қай тартибда содир бўлса, худди шундай кетма-кетликда ҳикоя қилади. Шунга кўра журналист ўз ҳикояси давомида зиммасидаги катта масъулиятни ҳис қилиб, деярли биронта ҳам тафсилотни кўздан кочирмай, у ҳақда маълумот бериб бориши, муҳимларига эътибор қаратиши ва пировардида тингловчида ҳодиса юзасидан муайян ҳулоса ҳосил бўлишига эришмоғи лозим. Тўғридан-тўғри эфирга узатилган радиорепортажларда воқеа юз берган жойдаги шовқинлар, товуш манзаралари ўзгармаган, яъни, табиий шаклда акс этади. Фақат айрим ҳолларда радиорепортаж бевосита эфирга тарқатилаётган пайтда журналист ҳикояси қисқа муддатга узилиб, орага реклама ёки мусика қўшиш – ҳозирги замон радиоси амалиётига кириб бормоқда.

Радиорепортаж магнит тасмасига ёзиб олиниб, кейин эфирга узатиладиган ҳолларда эса, уни тайёрлаган журна-

лист эркинлиги ва имкониятлари анча кенгайди. Хусусан, у ўз хикоясини қайта монтаж қилиб, воқеалар тартибидан бирмунча ўзгартириши, ходиса юзасидан кейинчалик пайдо бўлган қарашлари мулоҳазалар билан бойитиши, мусика садолари ёки турли-туман қўшимча овозлар аралаштириши мумкин бўлади. Бундай ифодавий воситаларнинг барчаси радиорепортажнинг мазмундорлиги ва таъсирчанлигини ошириш мақсадига хизмат қилади.

Радиоинтервью атамаси инглиз тилидаги «учрашув» маъносини англатувчи сўздан олинган бўлиб, у икки кишининг, яъни, журналист билан нуфузли шахснинг ўзаро савол-жавоби асосида қурилган ўзига хос жанр ҳисобланади. Радиоинтервьюдан ўз даврида долзарблик касб этган муайян муаммо юзасидан унга дахлдор нуфузли шахснинг муносабатини, фикрини аниқлаш мақсади кузатилади. Шунингдек, бу жанр намуналари радиоинтервью ўтказилган вақтларда таркаган ва жамоатчилик эътиборини жалб қилган хабару янгиликларни зарур тафсилотлар, далиллар ҳисобиغا тўлдириш, қўшимча маълумотлар билан бойитиш ҳамда тингловчиларнинг мазкур масала юзасидан тасаввурини кенгайтириш мақсадига ҳам хизмат қилади. Худди шу фазилатига кўра радиоинтервью радиожурналистиканинг ахборот жанрлари қаторига киритилади. Одатда, бундай эшиттиришлар икки қисмдан, яъни журналист саволларидан ва нуфузли шахснинг уларга қайтарган жавобларидан иборат бўлади. Журналист олдида интервью берувчи суҳбатдошидан муайян муаммо юзасидан имкон борича аниқ ва ҳаққоний жавобни суғуриб олиш вазифаси қўндаланг бўлиб туради. Бунга эришмоқ учун журналист интервью олишга олдиндан тайёргарлик қўриши, яъни муҳокама қилинадиган муаммони маълум даражада ўрганиши ва суҳбатдошига бериладиган асосий саволларни ҳозирлаб қўйиши зарур бўлади. Саволлар эса суҳбатни муайян ўзанга йўналтирадиган, муаммонинг моҳиятини очишга хизмат қиладиган, энди тарқалган хабарни бойитадиган, аниқ ва лўнда ҳамда барчага тушунарли шаклда тузилиши мақсадга

мувофик ҳисобланади. Агар радиоинтервью бошланишида аввал нуфузли шахс ўша саволлар билан таништириб қўйилса, унинг жавоблари мазмундорроқ ва мукамалроқ чиқиши мукаррардир. Саволларнинг интервью берувчи учун мутлақо кутилмаган, довдиратадиган ёки иғвогарлик, китмирлик руҳи билан сўғорилган бўлиши мақсадга мувофик ҳисобланмайди. Албатта, журналист радиоинтервью чоғида илгаридан тайёрлаб қўйилган саволларга жавоб олиш билангина чекланиб қолмасдан, нуфузли шахсга суҳбат давомида туғилган сўроқларни бериши ҳам ўринли бўлади. Суҳбат жараёнида туғилган худди шундай саволлар радиоинтервьюга композицион яхлитлик, билдирилган фикрларга мантикий боғлиқлик ва умуман, суҳбатга жонлилик бахш этиши мумкинлиги амалиётда такрор-такрор исботлангандир.

Радиоинтервьюлар муайян эшиттириш, хусусан, «Сўнгги ахборот» доирасида ҳам, алоҳида дастур шаклида ҳам эфирга узатилиши мумкин. Албатта, муайян дастурлар доирасида берилган радиоинтервьюларга нисбатан алоҳида эшиттириш шаклида эфирга узатилганлари, кўпинча, ҳажман каттароқ бўлади. Радиоинтервью тўғридан-тўғри эфирга узатилган пайтда журналист зиммасига катта масъулият тушади, чунки у бундай вазиятда суҳбатни қайта ташкил қилиш имкониятига эга бўлмайди. Шунда ҳам журналист суҳбат табиий йўсинда давом этгани ҳолда жиддий самаралар беришига эришмоғи лозим ҳисобланади. Магнит тасмасига ёзиб олинadиган радиоинтервьюлар тайёрлашда эса журналистнинг имкониятлари кенгаяди, чунки у бундай вазиятда савол-жавобни, умуман, суҳбатни монтаж йўли билан қайта ташкил қилиши, истаган даражада мукамаллаштириши мумкин бўлади. Монтаж жараёнида интервью таркибига муҳокама қилинаётган муаммога алоқадор кўчирмалар, хотиралар, турли хилдаги мақола ёки асарлардан парчалар, аниқликлар, мусикий ва бошқача садолар қўшилишига йўл қўйилади. Бундай ифода воситалари эшиттиришнинг қизиқарли ва мазмундор бўлиб чиқишига хизмат қилади.

Радиоинтервьюлар кўпинча янгиликка ҳамда унга алоқадор муайян муаммо ёки ҳаётий мавзуга бағишланиши натижасида уларнинг сиёсий, ижтимоий, иқтисодий, ҳуқуқий ва маданий йўналишлардаги кўринишлари майдонга келган. Айрим ижтимоий ёки сиёсий мавзудаги радиоинтервьюлар ниҳоятда муҳим ёки глобал характердаги фикру хулосаларни тақдим этиш имконияти кун тартибига киритганлиги билан умумбашарий аҳамият касб этган пайтлар бўлган.

Радиоҳисобот. Информацион публицистиканинг асосий жанрларидан бири ҳисоботдир. Журналистикада ҳисобот коидасига кўра, расмий ҳисоботга нисбатан қисқарок, ҳаракатчанрок ва лўнда шаклда бўлади.

Радиоҳисобот муайян воқеа ёки долзарб муаммо юзасидан кенг ва муфассал маълумот берувчи эшиттириш шакли ҳисобланади. Шу жиҳатга кўра радиоҳисобот хабарга яқин туради. Фақат у радиохабардан ходиса ёки муаммо юзасидан кўпроқ тафсилотлару фикр-мулоҳазалар, хулосалар тақдим этиши билан фарқланиб туради. Радиоҳисобот ҳажмига қараб, баъзи дастурлар, масалан, «Сўнгги ахборот» ичида ёки алоҳида эшиттириш тарзида эфирга узатилади. Радиоҳисоботда муайян ходисага ёки долзарб ҳаётий масалага дахлдор кишиларнинг, кўпинча, мутахассисларнинг таассуротлари, фикр-мулоҳазалари, умумлашмалари ҳам ўз овозларида тингловчиларга тақдим этилади. Тафсилотлар ёрдамида воқеа-ходисанинг ёки муаммонинг моҳиятини, аҳамиятини ёркинрок, аниқрок очиб бериш мақсади кузатилади. Радиоҳисоботлар воқеа содир бўлган куннинг ўзида ёки узоғи билан эртасига эфирга узатилади.

Муҳим ижтимоий-сиёсий, илмий ва маданий ҳодисалар рўй берган пайтларда радиоэшиттиришлар орасида, масалан, «Сўнгги ахборот» дастурларида ҳисоботларнинг кўпайиб бораётганлигининг гувоҳи бўламиз. Бир мисол келтирамиз: Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси, Сенати йиғилишлари чакирилган пайтларда радио орқали унинг кундалик ишлари тўғрисида ҳисоботлар бериб борилади. Уларда Олий Мажлис ёки Сенат аъзоларидан ташқари яна

қандай нуфузли арбоблар катнашганлиги, қандай масалалар муҳокамадан ўтказилаётгани, қандай қарорлар қабул қилинганлиги, кимлар сўзга чиққанлиги тўғрисида муфассал маълумотлар берилади. Қабул қилинган қонунларнинг моҳияти ва аҳамиятини яққолроқ очиқ бериш мақсадида мажлисда сўзланган нутқлардан парчалар ва катнашчиларнинг фикр-мулоҳазалари, таассуротлари, хулосалари магнит тасмасидан қўйиб эшиттирилади.

Хисоботнинг информацион ва таҳлилий турлари бор. Информацион хисоботда кўпроқ ахборот ўрин тутadi. Таҳлилий хисоботда эса баҳо берилади. Шунини таъкидлаб ўтиш жоизки, радиохисобот тингловчиларга хабар ва даракларга нисбатан кенгрок, мукамалрок тасаввур берувчи тезкор информацион жанр эканлиги билан бошқа эшиттиришлардан ажралиб туради.

3-§. Радиожурналистиканинг таҳлилий жанрлари

Таҳлилий жанр намуналарида одатда, радиохабар ёки радиорепортажлар ёритилган воқеа-ҳодисалар, янгиликлар, муаммолар, шунингдек, уларда тафсилотлар ва далиллар атрофлича изоҳланади, ўзаро солиштирилади ҳамда мантикий хулосалар чиқарилади. Бу каби жанр намуналарида воқеалару янгиликлар журналист ёки мутахассисларнинг идрок призмасидан ўтказилиб, атрофлича таҳлил қилинади. Таҳлилий эшиттиришларда воқеа-ҳодисалар, янгиликларнинг, ҳаётини муаммоларнинг, айрим фактларнинг муайян даврга келиб долзарблик касб этиши сабаблари, тарихий илдизлари ва қандай оқибатларга олиб бориши мумкинлиги тўғрисида мушоҳада юритилиб, асосли умумлашмалар чиқарилади. Уларда шарҳлаш, тушунтириш, изоҳлаш, атрофлича талқин қилиш, мушоҳада юритиш ва баҳолаш унсурлари устунлик қилади.

Радиошарҳ – оммавий ахборот воситаларида тарқатилган долзарб хабар, янгилик кетидан бериладиган эшиттириш ёки унинг рукни ҳисобланади. Ундан долзарб янгилик ёки хабар-

ни қўшимча маълумотлар билан тўлдириш, юзага келиш сабабларини истикболига оид мушоҳадалар ҳисобига бойитиш ва моҳиятини яққол очиқ берувчи изоҳлар билан таъминлаш мақсади кузатилади.

Шарҳловчи сифатида радио орқали журналистнинг ўзи ҳам ёки унинг томонидан таклиф этилган мутахассис, яъни долзарб воқеалару муаммоларга алоқадор соҳанинг билимдони вакиллари ҳам чиқиш қилишлари мумкин. Чунончи, радио амалиётида кўпинча ўта муҳим ва мураккаб ижтимоий ҳодисаларни таҳлил қилиб бериш учун уларни ипидан-игнасиғача биладиган сиёсий шарҳловчилар чақирилади. Бу ўринда «чумчук сўйса ҳам қассоб сўйсин» қабилида йўл тутилиб, мутахассис фикрлари, қарашлари ёрдамида радиошарҳнинг ишонарлилиги, ҳаққонийлигини ошириш мақсади кузатилади. Агар радиоинтервьюда журналист кўпроқ воқеа-ҳодисалару муаммолар юзасидан нуфузли арбобнинг шахсий қулатишлари ва қарашларини рўёбга чиқаришга интилса, шарҳда у соҳа мутахассиси билан бир қаторда ўз мулоҳазаларини хулосаларини ҳам ўртага ташлаш имкониятига эга бўлади. Зарур ўринларда радиошарҳ давомида журналист мутахассис билан мунозарага киришиб, унинг айрим мулоҳазаларини шубҳа остига олиши ва шу йўл билан пировардида шарҳдан ҳолис хулосалар чиқарилишига эришмоғи тингловчиларнинг у ёки бу масала юзасидан тасаввурини шакллантиришда муҳим аҳамиятга эга бўлади.

Ҳажмига қараб, радиошарҳлар муайян дастурлар, хусусан, «Сўнгги ахборот» доирасида ҳам мустақил эшиттириш шаклида ёки бошқа дастурлар ичида берилган радиошарҳлар икки-уч дақиқагина давом этади ва уларда долзарб хабарга оид баъзи қўшимча далиллар ҳамда қисқача тушунтириш тақдим этилади.

Изоҳланаётган материалнинг характериға кўра радиошарҳлар икки гуруҳга бўлинади. Биринчи гуруҳга тезкор ёки ҳозиржавоб радиошарҳлар қиради. Одатда, улар уч-олти

дакика мобайнида давом этади ва кундалик радиошарҳлар деб ҳам юритилади. Тезкор радиошарҳларда кўпинча кун давомида жамоатчилик эътиборини тортган воқеа ёки янгиликлар атрофида изоҳланиб, моҳиятини очишга ёрдамлашувчи тушунтириш берилади.

Ҳажмига кўра радиошарҳлар ҳафталик ёки ойлик бўлиши ҳам мумкин. Бу каби шарҳлар одатда, ўн-ўн беш дакика давом этади. Уларда ўтган ҳафта ёки ой давомида рўй берган муҳим ҳодисалар ёхуд кишилар кизикишини тортган муаммолар муфассал муҳокама қилинади ҳамда сиёсий, ижтимоий, маданий жараёнлар оқимида яқин ясалади. Бундай радиоэшиттиришларда қисқаш, умумлаштириш ва баҳолаш унсурлари кўпроқ бўлади.

Радиошарҳ ишонарли чиқмоғи учун ундаги ҳар бир факт ва фикр-мулоҳаза қатъий асосланган, ҳулосалар етарлича ишботланган бўлиши лозим. Уларнинг тили эса имкон борида жонли нутққа яқин бўлиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Агар санаб ўтилган фазилатларнинг барчасини ўзида муҷассамлаштирса, радиошарҳ чиндан ҳам тингловчилар билимини, онгини бойитувчи жанр мавқеига кўтарилиши шубҳасиздир.

Радиосуҳбат – ташвиқий эшиттиришларнинг анча кенг тарқалган жанрларидан бири ҳисобланади. Радиоинтервьюдан фарқи ҳолда суҳбатларда кўпинча иккитадан ортиқ киши қатнашади. Радиосуҳбатда икки киши иштирок этганда ҳам у айнан интервью тарзида олиб борилмайди. Агар радиоинтервьюда нуфузли шахснинг муайян масалага оид муносабатини юзага чиқариш асосий ўрин тутса, суҳбатда иштирокчилар тенг ҳуқуқли фикр соҳибларидек эътиборларини долзарб муаммонинг муҳокамасига, таҳлилига қаратадилар. Улар уйларида, иш жойларида туриб ҳам, студияга тупланган ҳолда ҳам суҳбат олиб боришлари мумкин. Агар бир неча киши, аниқроғи, иккитадан ортиқ мутахассис бир ерга, кўпинча, студияга йиғилиб, мулоқот олиб борса, у **давра суҳбати** деб аталади. Ҳозирги пайтда давра суҳбатларининг ток-шоу кўриниши ҳам пайдо бўлган. Агар суҳбатдошлар

турли жойлардан туриб фикр билдирадиган бўлсалар, журналист студиядан мулоқотни бошқаради. У суҳбатдошларга навбат билан сўз бериб, фикр-мулоҳазаларни мантиқан бир-бирига боғлашга, ҳеч кимнинг муҳокама қилинаётган мавзу доирасидан четга чиқиб кетмаслигига, муомала маданияти сақланишига, диалог ва монологларнинг жонли сўзлашув тилига яқин бўлишига ҳаракат қилади. Радиосуҳбатда рақамлар ва махсус атамаларнинг имкон борица кам миқдорда, аниқроғи, меъёрида ишлатилиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Акс ҳолда радиосуҳбат кенг халқ оммаси учун тушунарли бўлмасдан, тингловчиларни зериктириши мумкин. Айрим вақтларда мураккаб атамалару рақамларни ишлатмасликнинг, эслатмасликнинг иложи бўлмаса, имкон борица уларнинг маъносини соддалаштирилган ҳолда изоҳлаш, тушунтириб ўтиш зарур ҳисобланади.

Ҳозирги пайтда радиосуҳбатларда тингловчиларнинг телефон орқали саволларига ҳам кенг ўрин берилиб, уларга даврада иштирок этаётган мутахассисларнинг билими, тажрибасига суянган ҳолда ўринли, асосли жавоб қайтариш одат тусига кириб бормоқда. Бундай мулоқот шакли суҳбатга жонлилик, кизикарлилик, ранг-баранглик ва таъсирчанлик бахш этиши табиийдир.

Радиокорреспонденция (мухбир хикояси) – таҳлилий публицистиканинг бошланғич жанридир. «Корреспонденция» сўзи латинча «*correspondance*» деган сўздан олинган бўлиб, «жойлардан юборилган хабар, почта-телеграф орқали жўнатиладиган хат-хабар, айрим идоралар ўртасидаги ёзишмалар», деган маъноларни англатади. Таҳлилий публицистикада эса унинг биринчи маъноси, яъни, жойлардан юборилган хабар, ҳаётдаги факт, воқеа ва ҳодисалар ҳақида ёзилган матбуот материали сифатида қўлланилади.

Корреспонденция таҳлилий публицистиканинг информатсион публицистика билан боғлаб турувчи жанридир. Чунки,

унинг асосида информация, хабар ётади. Факат корреспонденцияда ҳаётдаги факт, воқеа, ҳодиса ҳақида анча кенг, ба-тафсил маълумот берилади. Шунинг учун ҳам корреспонденция *кенгайтирилган хабар* ҳам дейилади. Корреспонденцияда шунингдек, маълум бир мавзуга доир бир неча факт, воқеа ва ҳодисалар акс этиши мумкин. Энг муҳими, бу факт, воқеа ва ҳодисалар оддий тарзда қайд этилмасдан, улар умумлаштирилади ва таҳлил этилади, бир-бирига солиштирилади, баҳоланади, улардан маълум хулосалар чиқарилади.

Радиокорреспонденцияда журналистнинг ҳаётга, воқеа ва ҳодисаларга муносабати асосий ўрин тутати. У орқали ҳаётда юз бераётган факт, воқеа ва ҳодисаларнинг ички сабаблари, моҳияти очиқ берилади, публицистик хулосалар чиқарилиб, жамоатчилик фикрига ҳавола этилади. Радиокорреспонденция инфор­мацион ва таҳлилийга бўлинади. Бу уларда инфор­мацион ва таҳлилий унсурларнинг қанчалик ўрин олганлиги билан фаркланади. Информацион радиокорреспонденцияда фактлар ва таҳлилнинг нисбати биринчи компонент фойдасига ҳал этилса, таҳлилий радиокорреспонденцияда эса таҳлил нисбатан кўпроқ ўрин эгаллайди.

Радиокорреспонденциянинг асосий вазифаси ҳаётнинг бир парчасини жонли, таъсирчан тасвирлаш ва таҳлил этишдан иборатдир. Шу боисдан у радиолавҳа ва радио-репортажга ўхшаб кетиши мумкин. Унинг бу жанрлардан фарқи – маълум мавзуга доир фактлар ва чегараланиши, таҳлилнинг ана шу фактларга қаратилишидир. Радиокорреспонденцияни ҳаётнинг кўзга кўриниб турган томонларини асосланган ҳолда унинг ички муаммоларининг чуқур моҳиятини ҳам билиб олишга ташланган илк кадам, разведка дейиш мумкин.

Радиокорреспонденцияни радио орқали журналистнинг ўзи олиб боради, яъни, ўз кўрган-кечирганларини баён этади.

4-§. Радиожурналистиканинг бадиий-публицистик жанрлари

Радиожурналистика жанрларининг учинчи гуруҳига мансуб эшиттиришларда илмий-тадқиқот ва бадиий адабиёт унсурлари ўзаро чатишиб кетган. Уларда ҳаётда мавжуд кишилар ёки чиндан бўй берган воқеалар бадиий адабиётга хос образли тасвир воситасида жонлантирилади. Бундай асарларга ҳужжатлилиқ унсурлари ҳаётда чиндан ҳам содир бўлган ҳодисалар ва уларнинг иштирокчилари тўғрисида жонли, таъсирчан; ҳиссий шаклда дейилганда эса, бадиий адабиётда бир сўзнинг маъносини бошқалари ёрдамида ифодалаш тушунилади.

Радиоочерк – мураккаб жанрлардан бири бўлиб, унинг атамаси рус тилидан «чертить», яъни «чизмок» сўзидан олинган. Радиоочерк тасвир манбаини чуқур таҳлил қилиб кўрсатувчи эшиттириш ҳисобланади. Ундай тасвир манбаи сифатида радиоочеркда, одатда, факат ўзига хос белгилари билан ажралиб турувчи, шу билан бирга характерида замондошларининг кўплаб хусусиятларини мужассамлаштирувчи инсон намоён бўлади. Баъзида радиоочеркнинг асосий тасвир манбаи сифатида қандайдир муҳим воқеа ёки долзарб ҳаётий муаммо танланган бўлиши ҳам мумкин.

Радиоочеркда қаҳрамонлар овози, нутқи ёки қаҳрамонлар говуши эшиттиришга табиийлик ва ҳаётийлик бахш этади. Одатда, радиода кўпроқ худди мана шу оммавий ахборот воситаси учун махсус ёзилган очерклар эшиттирилади. Табиийки, уларда радиожурналистиканинг тасвирий ва ифодавий воситаларидан имкон қадар кўпроқ фойдаланилиши фонотеканинг олтин хазинасида сақлаб қолиндиغان асарлар яратилишига йўл очади.

Тасвир манбаи, қаҳрамонлари, сюжети, мазмуни ва бошқа хусусиятларига кўра радиоочерклар, одатда уч хил кўринишга бўлинади:

1. Йўл ёки сафарнома радиоочерклари.
2. Муаммоли радиоочерклар.
3. Портрет радиоочерклар.

Демак, радиоочеркларни санъат ва журналистиканинг нодир намуналарига айлантирмок, тенгсиз кудратидан халк манфаатлари йўлида самаралироқ фойдаланиш учун уларнинг ҳар жиҳатдан мукамал чиқишига эришмок зарур бўлади.

Радиолавҳа – баъзан уни очеркнинг кичрайтирилган шакли, деб ҳам атайдилар. У очеркнинг ўзига хос овозли эскизи, қисқа қораламаси ёки этюди ҳисобланади.

Радиолавҳанинг вазифаси тингловчиларга муайян одам, кайсидир шаҳар ёки тарихий манзил тўғрисида ёрқин тасаввур беришдан иборатдир. Муайян манзилга тааллуқли сон-саноксиз далиллар орасидан ўткир нигоҳ ёрдамида танлаб олинган саҳифалар, характерли воқеа-ҳодисалар радиолавҳанинг тасвир манбаи бўлиб хизмат қилади. Унда сўз ва турли-туман овозлар ёрдамида муайян манзарани жонлантириш радиожурналист олдида турган асосий мақсад ҳисобланади.

Радио орқали лавҳалар ҳеч бир қўшимча овозлар билан бойитилмаган, яъни, фақат сўзлардан иборат матн шаклида, суҳандон томонидан ўқилган тарзда ҳам эфирга узатилиши мумкин. Бундай ҳолларда эшиттиришнинг савиясини кўтариш учун адабий матнни имкон борича мукамал тузиш ва микрофон олдида ниҳоятда ёрқин ҳамда таъсирчан қилиб ижро этиш зарур бўлади. Ҳужжатли ёзувлар билан бойитилган радиолавҳада эса ўз-ўзидан аёнки, эшиттиришга қўшимча маъно ва оҳангдорлик, жарангдорлик бахш этиш имкониятлари кўпроқ бўлади.

Радиолавҳа ҳажман энг кичик жанрлардан бири эканлигини ёдда тутган ҳолда, журналист унинг охирига – якуний хотимасига алоҳида эътибор қаратиши зарур бўлади. Чунки, худди шу қисмда бутун эшиттириш давомида ўртага ташланган мулоҳазалар умумлаштирилиб, муайян ибратли хулосалар чиқарилади.

Радиофельетон. «Фельетон» атамаси французча «варак, варака» маъносини билдирувчи сўздан олинган. Илк бор «фельетон» атамаси Францияда 1800 йил 28 январда газеталардан

бирига илова тарзида нашр этилган варакага сарлавха сифатида ишлатилган.

Радио пайдо бўлганидан кейин бошқа жанрлар каторида радиофельетон ҳам шаклланди. Радиофельетон журналистика ва бадий сатиранинг асосий хусусиятларини ўзида мужассамлаштирган, танкидий рух билан йўғрилган мураккаб эшитириш шаклидир. Унда публицистикага, илмий гадкикотга хос хужжатлилик ҳаётда чиндан мавжуд иллатларнинг, кишилар характеридаги нуксонларнинг ва бугун халқ тақдирига ёки муайян ҳудуд қисматига дахлдор муаммоларнинг ёритилиши ҳамда улардан халос бўлиш йўлларининг изланиши билан боғлиқ ҳолда юзага келади. Радиофельетонда ўша дахшатли иллатларнинг образли ва жонли шаклда фош этилиши, турли воситалар ёрдамида жирканч нуксонлар устидан тингловчида кулги уйғотилиши бу жанрни бадий адабиётдаги хажвиётга яқинлаштиради. Унда сатирадаги ўткир тўғли фош қилишга, бўрттиришга, гротескка, кинояга, захарханда кулгига кенг ўрин берилади. Шунингдек, радиофельетонда фош этилган қимсалар ва иллатларни кескин қораловчи, лаънатловчи ғазабнок монологларга ҳамда қабихликлар устидан ғалаба қозонган қучларни, яъни ҳаётнинг ёруғ, гўзал томонларини улуғловчи, мадҳ этувчи, эҳтиросга тўлқ, оташин мушоҳадаларга ҳам ўрин берилади. Танкид ва адабиётшуносликдан фарқли ҳолда, улар журналистика амалиётида ғояни ифодалашдаги истеъдодсизликнинг, маҳорат етишмасликнинг оқибати ёки баёнчилик, декларатив, риторика сифатида талқин этилмайди, балки радиофельетон учун зарур бўлган публицистик унсурлар тарзида баҳоланади.

Радиоэссе. Сўнгги вақтларда радио амалиётида бадий адабиётдаги, санъатдаги, танқидчиликдаги баъзи шаклларни ўзлаштирган тарзда, уларга акустик ифода воситалари қўшиш орқали янгидан-янги жанрлар яратиш ҳоллари одат тусига кириб қолди. Шу қабил жанрлардан бири сифатида тажриба асосида, сўнгги йилларда пайдо бўлган *радиоэссе* деган эшитириш шаклини кўрсатиш мумкин. У адабий танқиддаги эссе

жанри намуналарини овозли шаклга киритиш ёки аниқроқ айтсак, радио оркали ўқиб эшиттириш натижасида майдонга келган. Танқидчиликда эссени ўзбек тилида «бадиа» ёки «бадиҳа» деб аташ ҳоллари ҳам учрайди. Шундай экан, яқин орада «радиоэссе» каторида «радиобадиа» ёки «радиобадиҳа» сингари атамалар ҳам пайдо бўлса, ажаб эмас.

Демак, бадиий адабиёт, танқидчилик ва радио имкониятлари, ифода воситалари ўзаро маҳорат билан синтезлаштириб юборилган тақдирдагина, тингловчилар маънавиятини бойитувчи, гоёвий-эстетик жиҳатдан юксак савиядаги радиоэсселар дунёга келиши мумкин бўлади. Шундай мураккаб, лекин дурдона асарлар яратмок учун радиожурналист катта касбий маҳорат билан бир қаторда илмий, танқидий ва бадиий фикрлаш қобилиятига ҳам эга бўлмоғи зарур ҳисобланади.

Радиокомпозиция – бу атама «тузилиш», «қурилиш» ёки «иншо» маъноларини англатувчи латинча сўздан олинган бўлиб, муайян мавзунини ёритишга ёхуд ягона гоёини ифодалашга хизмат қилувчи насрий, шеърини ва мусикий парчалар йиғиндисидан иборат эшиттириш шакли ҳисобланади. Кўпинча, ундаги насрий матнлар радиокомпозиция тузувчи журналист томонидан ёзилиб, ораларига бошқа шоирлар ва бастакорларнинг шеър, куй ёки қўшиқлари киритилган бўлади. Амалиётда радиокомпозицияларда юқорида санаб ўтилган унсурларнинг айримлари тушиб қолган ҳоллар ҳам учрайди. Чунончи, баъзан у насрий матн билан куй ва қўшиқлардангина иборат бўлса, гоҳ-гоҳида факат шеър ашулалардан ташкил топган радиокомпозициялар ҳам эфирга узатилганлигини кузатиш мумкин. Иккала ҳолда ҳам барча парчалар орасида ўзаро мантикий боғлиқлик бўлгандагина, эшиттириш яхлит бир асарга – радиокомпозиция жанри намунасига айланган ҳисобланади.

Кўпинча радиокомпозициялар муайян даврда долзарблик касб этган мавзулар ёки умуминсоний муаммоларга бағишланган бўлади. Улар жумласига тез-тез эфирда янграб турадиган «Баҳор келди сени сўроқлаб», «Сен баҳорни

согинмадингми?», «Ватан остонадан бошланади» сингари радиокомпозициялар киради. Одатда, ҳаётдаги тантанавор ҳодисалар, йил фасллари алмашилиши ва буюк сиймоларнинг юбилейлари олдидан дастурларда бу хилдаги радиокомпозициялар бирмунча кўпайиб қолади.

3-БОБ. ЗАМОНАВИЙ РАДИОНИНГ ТАРАҚҚИЁТ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

1-§. Структуравий ўзгаришлар

Ўзбекистонда мустақиллик йилларида радиоэшиттиришларни ташкил этишда туб ўзгаришлар содир бўлди. «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги, «Ахборот эркинлиги принциплари ва қафолатлари тўғрисида»ги, «Ахборот олиш қафолатлари ва эркинлиги тўғрисида»ги, «Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги, «Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида»ги, «Радиочастота спектри тўғрисида»ги, «Реклама тўғрисида»ги ва бошқа кўплаб қонунларнинг қабул қилиниши радио фаолияти, дастурларнинг сифатига катта таъсир ўтказди.

Ислоҳот жараёнлари радио фаолиятининг барча жиҳатларида – дастурий ва молиявий фаолият, ижодий йўналиш ва аудиторияга муносабатда аксини топди. Радиоэшиттиришнинг ташкилий тузилмасига оид масалалар ҳам юқорида тилга олинган қонун ҳужжатларида тубдан ўзгартирилиши кўзда тутилган эди.

Маъмурий-технологик характеристикаларнинг эволюцияси ҳозирга қадар ҳам шундай шиддат билан юз бeryаптики, эфир ишлаб чиқаришнинг нисбатан оптимал ва муқим ташкилий тузилмаларини аниқлик билан қузатиш ва қайд қилиш анчайин мушқул кўринади.

1997 йилда цензуранинг бекор қилиниши, эфирга кетажак материалнинг кўп босқичли кўриб чиқилиши жараёнининг аста-секин соддалаштирилиши, табиийки, эфирга кетадиган матнлар учун масъул лавозим ва бўлимлар қисқартирилишига

олиб келди. Шундай қилиб, цензор, дирекция таркибидаги дастурлар чиқиши назорат бўлими кабилар фаолияти тугатилди.

Мазкур ўзгаришлар 2005 йилда давлат электрон ОАВни қайта ташкиллаштириш жараёнининг янги босқичи учун замин яратди. 2005 йил 8 ноябрда эълон қилинган «Мустақил телерадиоканалларни ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чоратадбирлари тўғрисида»ги Фармонга биноан Республика телерадиокомпанияси негизида ЎзМТРК ва мустақил каналлар ташкил этилди. Хусусан, давлат унитар корхоналари (ДУК) ташкил этилди: «Ўзбекистон» телерадиоканали, «Спорт» телеканали ва «Машъал» радиоси базасида «Спорт» телерадиоканали, «Тошкент» телеканали ва «Дўстлик» радиостудияси замирида «Тошкент» телерадиоканали фаолият юрита бошлади. «Ёшлар» телеканали ёпик акционерлик жамияти таркибига «Ёшлар» теле- ва радиоканали кирди.

Фармонга кўра аҳолини, шунингдек чет эл жамоатчилигини Ўзбекистоннинг сиёсий, иқтисодий, ижтимоий ва маданий ҳаётида рўй бераётган ҳуқуқий-демократик давлат ва очик фуқаролик жамиятини шакллантириш, мустақил оммавий ахборот воситаларини ривожлантириш, инсон ҳуқуқлари ва эркинликларини ҳимоя қилишга қаратилган демократик ўзгаришлар тўғрисида хабардор қилиш, аҳолининг таълим ва маданий савиясини ошириш, миллий анъаналарни, тарихий ва маънавий меросни сақлаб қолиш, фуқароларнинг онгида демократик қадриятларни шакллантириш, ёшлар ва ўсиб келаётган авлодни ватанпарварлик, Ватанга ҳурмат ва умуминсоний қадриятларни ҳурмат қилиш руҳида тарбиялашга йўналтирилган шартшароитлар яратиш ЎзМТРКнинг асосий вазифаларидан этиб белгиланди.

Шундай қилиб, ислохотлар натижасида «Ўзбекистон», «Спорт», «Тошкент» давлат унитар корхоналари ва «Ёшлар» ЁАЖ мустақил юридик шахслар сифатида ахборот маконининг тўлақонли субъектларига айланди. Каналлар мустақил равишда харажатлар ва даромадларни бошқариш, молия-

вий оқимларни ўзини ўзи ривожлантиришга йўналтириш, алоқа хизматлари ва телерадио ишлаб чиқариш жараёнларини таъминлаш учун тўловларни амалга ошириш, ўз ҳодимларининг меҳнатини рағбатлантириш имкониятига эга бўлди. Ўзгаришлар компанияни бошқариш тизимини ҳам четлаб ўтмади. У бўлим ва департаментларни қайта ташкил этиш, вазифаларни қайта тақсимлаш ва бошқарув аппарати-нинг қискартирилиши ҳисобига анча оптималлашди. Марказий аппарат вазифаларининг бир қисми телерадиоканаллар бошлиқларига топширилди, бу, ўз навбатида, уларнинг ижодий, техник, молиявий, эфир, кадр ва реклама сиёсатида мустақил бўлишларига олиб келди. Республика бош телерадиокомпаниясининг ўз рақобатбардошлигини оширишга интилиши, назаримизда, шу даврга келиб нафакат миллий ахборот муҳитида, балки ундан ташқарида ҳам ўз ўрнига эга бўлиб улгурган хусусий электрон масс-медиа ривожи билан ҳам изоҳланади.

Юқорида санаб ўтилган омиллар туфайли давлат телерадиотузилмалари ўз ишини нафакат ижтимоий, сиёсий воқеликлар, балки бозор конъюнктураси, технологик ўзгаришлар, аудитория сифат талабларининг ўсишидан келиб чиқиб, қайта кўриб чиқилди.

Алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, республика радио эшиттиришлари ранг-баранглиги жиҳатдан таркибидаги техник базанинг замон талабларига қараб одимлаётгани билан ҳам тараккий топди. «Мустақил телерадиоканалларни ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармонга биноан 2010 йил 1 январгача бўлган давр мобайнида Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси ва унинг таркибига қирувчи корхона ва ташкилотлар даромад солиғидан, шунингдек импорт қилинадиган ускуна ва материалларга божхона тўловларини тўлашдан (божхона расмийлаштируви йиғимларидан ташқари) озод этилган, бўшайдиган маблағлар уларнинг моддий-техника базасини мустаҳкамлашга йўналтирилган.

Шу тарика, Ўзбекистон ҳукумати томонидан ўтган асрнинг 90-йилларида ва янги асрнинг бошида умуммиллий телерадиоканалларни қайта ташкил этишга қаратилган чоралари уларнинг кейинги либераллашувига, бошқарувини марказлаштиришдан чиқаришга ва бюрократлашуви даражасининг пасайишига олиб келди.

Бугунги кунда ҳам телерадио тизимини янада барқарор ва жадал суръатлар билан ривожлантириш жараёни давом этмоқда. Ўзбекистон Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги Фармонида «оммавий ахборот воситаларининг ролини кучайтириш, журналистларнинг касбий фаолиятини ҳимоя қилиш» вазифалари кўндаланг кўйилди. «Телерадиоэшиттириш тўғрисида»ги Қонуннинг ишлаб чиқилиши ҳам ушбу саъй-ҳаракатларнинг яққол кўрсаткичидир.

Республикамиз телерадиотизимларига оид содир бўлган ўзгаришлар нодавлат радио ва телестудияларга ҳам тааллуқлидир. Мустақиллик йилларида нодавлат электрон ОАВ тармоғи жадал равишда кенгайди ва ҳозирги кунда 85%ни ташкил этади.

Бугунги кунда Ўзбекистон ҳудудида «Гранд», «Oriat FM», «Oriat Dono», «Водий садоси», «Ўзбегим таронаси», «Пойтахт», «Ҳамроҳ», «Наврўз FM», «Maxima», «Классик FM», «Нукус FM», «Рухсор» ва бошқа нодавлат радиолар фаолият юритмоқда. Улар нафақат давлат радиоларига муносиб рақиб, куч сифатида намоён бўлмоқда, балки плюралистик муҳитни шакллантириш, жамиятнинг турли қатламлари, тоифалари учун янги ва самарали платформа вазифасини ўтайдилар.

Шундай қилиб, мамлакатимиз телерадиоэшиттириш соҳасидаги ислохотлар миллий радиостанцияларнинг бозор механизмларини фаоллаштириб, уларнинг бир-бирлари билан соғлом рақобатига йўналтирилди, республика радиоэшиттириш маконида ўз ўрнини топишга замин яратди.

2-§. Бевосита эфир фаоллашуви

Бир неча йиллар давомида радиоэшиттиришларни олдин тасмаларга муҳрлаш уларни тайёрлашнинг ажралмас қисми бўлиб келди. Бундай амалиёт маъмурий буйруқбозлик тизимида эфирга узатиладиган радиодастурлар матнини ипидан-игнасигача назорат қилиш, унга керакли урғу: сиёсий, мафкураравий ва ҳоказо тус бериш имконини яратган эди. Шу тарика радиоэфир жонли фикр, турфа ранг мулоҳаза ва баҳолардан, тингловчиларнинг ишончи, улар билан бевосита алоқа боғлашдан, амалда уларнинг иштироки ва ижодий қўмагидан маҳрум бўлган эди.

Бугунги кунда Ўзбекистон радиоси бой берилган кадриятларга: эфирдаги очик мулоқотга, эшиттиришнинг «жонли» шакллари фаол қўллаш даврини бошдан кечиряпти. Бевосита эфирнинг фаоллашуви ҳозирги радионинг характерли ва муҳим тамойилларидан бири ҳисобланади.

Республика радиосида хабарлар, шеър ва мусикали чиқишларнинг жонли тарзда янграши, яъни уларнинг бевосита эфирга узатилиши ўтган аср 1920-йилларининг охирида бошланди. Радио фахрийларидан бири Салоҳ Ҳасанов ўша даврларни шундай эслайди: «Эшиттириш олиб бориш осон эмасди. Студия унчалик катта бўлмаган хонада жойлашган бўлиб, ўртага хайбатли микрофон ўрнатилган эди. Сухандон материалларни олдиндан ёзиб олмай, тўғридан-тўғри эфирга ўқир эди. Кундалик ахборотдан сўнг мунтазам бериб бориладиган концертлар ҳам «жонли» ижрода бўларди. Ҳофизлар ташқарида ўз навбатини кутиб туриб, машқ қилишарди».

Айни ўша йилларда муҳим сиёсий ва маданий тадбирлардан бевосита узатиладиган эшиттиришлар кенг тус олганди. Бу усулда эшиттириш олиб боришнинг зўр таъсири радионинг моҳияти, яъни тингловчини давлат сиёсий ҳаётига дахлдор шахсга айлантирувчи восита эканлиги билан изоҳланади.

Радио ижтимоий фикрни шакллантирувчи воситага айланган «қайта қуриш» даврида ҳам бевосита эфирнинг турли

кўринишлари ривож топди. Трансляциялар, радиомитинглар, «жонли» тарздаги давра суҳбатлари республикадаги ижтимоий-сиёсий вазиятни аудиошаклда ифода этган эди. Гарчи ўша даврда бевосита эфир мамлакатдаги хурфикрлилик руҳиятини акс эттирса-да, у маълум сиёсий йўл-йўриklarга риоя этиб, журналистиканинг мафкуравий хусусиятини ифодалашга хизмат қиларди.

Ўзбекистон мустақиллиги эълон қилинган кундан бошлабгина радиожурналистларимиз, биринчи навбатда, аудиториянинг эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда, эшиттиришларнинг йўналиши ва шакллари белгилаш имконига эга бўлдилар. Бундан ташқари, тўғридан-тўғри эфир сабабли жонли оммавий мулоқот олиб борилар. тингловчиларда воқеанинг бевосита иштирокчиси бўлиш ҳисси уйғонар, радио эса очик, ҳаққоний, «цензурасиз» канал деб тан олинди.

Республика радиосида мустақиллик йилларида «жонли» эфир эшиттиришларини олиб боришнинг қалдирғочи, шубҳасиз, «Тошкент» студиясидир. 1991 йил март ойидан бошлаб эфирга узатилган «Бевосита мулоқот» ҳафталик эшиттиришлари тўғридан-тўғри эфир орқали турли мавзулар бўйича тингловчилар билан алоқа ўрнатишга асос солди.

Бугунги кунда кўплаб муҳаррирлар, радиостанциялар «жонли» эфирга ўтиши билан характерланади. Оммавий ахборот воситаларида цензуранинг бекор қилиниши нафакат тўғридан-тўғри эфирда бериладиган дастурлар сонининг кўпайишига, балки уларнинг сифат жиҳатидан сезиларли даражада яхшиланишига олиб келди.

«Жонли» радиоэфирнинг ҳозирги кундаги тараккиёт тенденцияларини кўриб чиқишдан аввал, унга қисқача таъриф бериб ўтсак.

Бевосита эфир – содир бўлаётган воқеа-ҳодисанинг «жонли» акси, вазиятнинг туб моҳиятини акустик шаклда аудиторияга тўғридан-тўғри етказиб бериш усулидир. Бевосита эфир пайтида тингловчи худди бошловчи сингари кейинги дақиқада нима содир бўлишидан бехабар бўлади. Шунинг учун унинг диккати ниҳоятда ўткирлашади ва эшиттириш давомида у со-

дир бўлаётган воқеанинг муҳитига «кириб бориб», беихтиёр унинг бевосита гувоҳи, иштирокчисига айланади.

Қайси шаклда намоён бўлмасин, «жонли» эфир – журналист билан аудитория ўртасидаги ўзига хос мулоқотдир. Унинг афзаллиги шундаки, у тингловчи билан журналист ўртасида маълум тенгликни юзага келтиради. Эшиттиришнинг муваффақияти нафақат ахборотнинг ихчам ва тезкор узатилиши, тингловчининг баҳолаши, журналист нуктаи назарини тушуниши, уни қабул қила олиш ёки олмаслиги каби омиллар, балки бошловчининг очиқ мулоқот усулини тўғри топиш маҳорати билан белгиланади. Айнан бевосита эфирда журналист ва тингловчи тенг ҳамкор бўлган ҳақиқий радиомулоқот юзага келади.

Шуни ҳам алоҳида таъкидлаш жоизки, тингловчи нафақат тўғридан-тўғри эфирда берилаётган воқеа-ҳодисаларнинг моҳияти ва хусусиятларини, балки «жонли» эфирни олиб бораётган журналистнинг шахсий фазилатлари, аудитория билан мулоқот олиб бориш маҳорати, тингловчиларга таъсир кўрсата олиш-олмаслигини ҳам баҳолайди. Айнан шунинг учун журналист содир бўлган воқеани ёрқин ва таъсирчан ифода эта олиши билан биргаликда аудиториянинг эҳтимол бўлган муносабатини кўзда тутиб, вазифасини адо этиши даркор. Журналистнинг юқори профессионал даражаси шу билан белгиланади.

Замонавий бевосита радиозэшиттиришлар нафақат жанр ва шакл хилма-хиллиги, техник жиҳатдан такомиллашуви, балки ғоятда тезкорлиги, жўшқинлиги, акустик тўлақонлиги билан тавсифланади. Ушбу ҳолат, айниқса, радиорепортажда яққол кўринади. Ҳозирги радиоканалларда репортажга 1,5 – 2 дақиқа ажратилиши ҳисобга олинса (спорт ва расмий репортажлар бундан мустасно), ихчамлик, аниқлик каби хусусиятларга янада талаб ошади.

Радиорепортажнинг асосий жанр белгилари – бу ҳужжатлилиқ, ишончлилиқ, тезкорлик. Улар ахборотнинг долзарблигига асосланади, унинг вазифаси эса – ахборот, вақт жараёнларига боғлиқ бўлган ҳодисаларни акс эттириш.

Репортаж вақтинчалик материал билан боғлиқ, шу сабабли у ходисали, янги ва тезкор ҳисобланади. Кўпинча у долзарб, ижтимоий аҳамиятга эга ходисага ёки аудиториянинг катта қисми учун қизиқ бўлган мавзуга (космик кема учishi, кўргазма очилиши, спорт мусобақаси, қизиқарли ходиса ва шу кабиларга) бағишланади.

Радиомухбирнинг иш қуроллари ичида радиожурналистикага онд тасвирий воситалар: ифодалар сўз, ҳужжатли ва бадиий шовқинлар, мусика ва ҳ.к.ларнинг катта қисми тўпланган бўлади. У ходисанинг овозли тасвири яратади ва ушбу тасвир тингловчининг ҳаёлотига ақс этиши лозим.

Радиоэфирнинг турли ҳолатлари, авваламбор, ходисанинг характери ва ривожига боғлиқ бўлади. Журналист олдиндан режалаштирилган ходисани ёритадими ёки фавқулодда вазиятларда ишлашига тўғри келадими – ушбу омиллар радиорепортажни тайёрлаш жараёнининг табиатига ва журналистнинг ходиса жойида ўзини тутишига таъсир кўрсатади. Радиода кўпинча муҳим ва қизиқарли ходисалар тўғридан-тўғри репортаж жанрида ёритилади. Хорижий журналистлар бунини турлича номлашади: норвегияликлар «*фьесинг*», швецияликлар «*стоун*», инглиз журналистлари эса «*стенд-ап*», дея аташади.

Тўғридан-тўғри репортаж – бу «жонли» содир бўлаётган ходисаларнинг намоиши, яъни унинг моҳияти ходисанинг амалга ошиши, эфирга узатилиши ва тингловчилар томонидан қабул қилиниш вақти мос келиши, бир сўз билан айтганда, юқори даражали тезкорликдир.

«Жонли» репортажда журналист ходисалар жараёнига бўйсунди, сюжет ривожини содир бўлаётган ходиса кетма-кетлиги томонидан бошқарилади. Тўғридан-тўғри репортаж композицияси ҳаётини вазият томонидан яратилади, деса ҳам бўлади. Ушбу жанрга сценарийли режани ёки кўрсатув матнини олдиндан тайёрлаш ҳос эмас.

Баъзи ҳолатларда, масалан, футбол матчи ёки бошқа спорт мусобақалари вақтида радиорепортаж тўла-тўқис импровизацияга асосланади. Аммо кўпчилик бевосита репортажларда

журналист «кораламалар»ни: эшиттиришнинг боши ва охири, баъзи тасвирий фрагментлар ва ҳоказоларни олдиндан тайёрлайди.

Юкорида айтиб ўтилгандек, тўғридан-тўғри радиоэфир ҳолатлари ходисанинг ривожига бевосита боғлиқ бўлади. Масалан, ходисали репортажлар оператив тартибда тайёрланади. Бундай ҳолат журналист учун кўшимча мураккабликларга сабаб бўлади. Ходиса табиаги режалаштирилган бўлса, яъни аник бир дастур бўйича ўтказилса, яхши. Бунда журналистда репортажни тайёрлаш режаси, ташкилотчилар билан танишиш ва бошқа имкониятлар пайдо бўлади. Бу ходисани магнитофон ёки рекордерга ёзиб олиш нукталарини танлаш жараёнини енгиллаштиради, ходиса вақтида тезда йўналиш танлашга, сўзга чикувчиларнинг тахминий номзодларини олдиндан белгилаб олишга ёрдам беради.

Радиожурналист иши кутилмаган, фавқулудда ходиса, масалан, сув тошқини, метеорит тушиши ҳақида «жонли» репортаж тайёрлашга тўғри келганда, анча кийинлашади. Бундай ҳолатда мухбирдан сергаклик, содир бўлаётган ходисадан энг ёрқин фрагментларни «топиш» маҳорати, ташкилотчилик кўникмалари талаб этилади. Аммо бундай меҳнат маҳсулоти жула харидоргир бўлади. Ахир бевосита репортажни ноода-тий ходиса марказида тайёрлаш радиони кўп жихатдан такорланмас ахборот воситасига айлантиради. Телевидениедан кўра осонроқ ёзиб олиш, материални техник жихатдан қайта ишлаш усули сабабли радиомухбир ходиса ҳақида репортажни телевидениедаги ҳамкасбидан кўра тезроқ тайёрлайди. Яъни уни эфирга тезроқ узата олади, бу эса тингловчи учун радио ва телевидение ўртасида рақобат кучайган сари катта аҳамиятга эга.

Мутахассис бўлмаган шахсларнинг фикрича, радиожурналист ўзининг тўғридан-тўғри репортажини ходиса «ўчоғи»дан четда туриб, керак бўлган пайтларда техника ёрдамида овоз фонини кучайтириш орқали эфирга узатади. Аммо бундай эмас. Агар радиомухбир ишини сидкидилдан бажармаса, тингловчи буни албатта сезади. Зеро, ҳаққоний ходиса жа-

раёнини, бошловчи хаяжонини, ва нихоят, ҳаққоний овозли фонни сохталаштириш ва «имитация килиш»нинг иложи йўқ. Журналист ҳодисани яратмайди ва қайта тикламайди ҳам, у воқеани ёритади, аудиторияни бўлаётган ҳодисаларга жалб этади. Агар фавқулудда ҳодисалар одамларнинг фожеаси билан боғлиқ бўлса, қандай қилиб мухбир бундай сохталиққа қўл уриши мумкин?!

Журналистика амалиётида энг қийини, бизнинг фикримизча, ҳарбий ҳаракатлар жойидан тўғридан-тўғри репортаж олиб бориш ҳисобланади. Биринчидан, урушда нима бўлишини олдиндан билиб бўлмайди. Иккинчидан, ҳарбий низолар, қоидага кўра, одамларнинг ҳалок бўлиши билан боғлиқ. Демак, ҳарбий ҳаракатларни соқинлик билан, эҳтиросларсиз ёритишнинг иложи йўқ.

Бундан ташқари, «уруш ўчоқлари»даги қўллаб ҳодисалар этник ва диний муаммолар натижасида келиб чиқмоқда, демак, журналистнинг ўзи ҳам ўта эҳтиёткорлик билан иш қилиши керак. Унинг репортажлари «маҳаллий низо»нинг аниқ ва мувоzanатлаштирилган тасвирига йўналтирилган бўлиши лозим. Бу жуда ҳам қийин вазифа, зеро, у ўта даражадаги ҳаққонийлик ва юқори касбий маҳоратни талаб этади.

Радиода ҳаётни акс эттириш табиатиға кўра **трансляцион репортаж** тўғридан-тўғри репортажға яқин туради. Бу шундай репортаж турики, «унда «журналист-мухбир ўзи гувох бўлган аниқ ҳодиса ҳақида, унинг ривожидан келиб чиққан ҳолда ҳикоя қилади». Бирок тўғридан-тўғри репортажда журналист ўз хоҳишиға кўра ҳодисанинг у ёки бу жиҳатларини «алоҳида таъкидлаб» ўта олса, яъни ўз режаларига кўра сюжетни «ташқиллаштира» олса, трансляцион репортажнинг муҳим хусусияти – бу унинг ҳодиса билан бир хил вақт давомида янграши ва содир бўлаётган ҳодиса билан бир вақтда эфирға узатилиши саналади. Бунда ҳодиса овоз ёзиб олувчи қурилмада бир хил кетма-кетликда ва барча асосий ва иккинчи даражали деталлар билан биргаликда ўз аксини топади. Трансляцион репортажлар одатда йирик мас-

штабли тадбир, маросим, байрам ва спорт мусобакаларидан ёзиб олинади.

Трансляцион репортажларда журналист роли бошқа репортаж турларидагига нисбатан сустрок. Бу ерда ходиса жараёни радиомухбирга ўз талабларини кўяди. Бундай турдаги репортажларда журналист асосан ўзининг изоҳли матни билан алоҳида, акустик жиҳатдан бир-бирига мос бўлмаган ходиса фрагментларини бир бутун асарга «бирлаштирувчи» материал ташкилотчиси ролини бажаради. Масалан, таникли санъат арбоби юбилей кечасининг трансляциясида томоша фрагментлари бир-биридан ажралган ҳолда эшитилиши мумкин ва шу сабабли, табиийки, мухбир «изоҳи»ни талаб қилади.

Энди замонавий эфир тараққиёт тенденцияларини кўриб чикамиз. Бугунги кунда бевосита эфир амалиётида энг самарали йўналишлардан бири – воқеа-ҳодисанинг моҳиятини бирикки ибора билан ифодалашдир. Бундай «сўз концентрати» аслида воқеани рамзий тарзда фаҳмлашга хизмат қилмоқда ва тингловчиларнинг вақтини тежаганлиги боис уларга маъқул бўлмоқда.

Замонавий «жонли» эфир хусусиятларидан яна бири – таҳлилийликка мойиллик, яъни бевосита узатилаётган эшитиришларда таҳлил унсурларининг ортиб боришидир. Бу тамойил барча жанрларга хос. Шунингдек, тўғридан-тўғри берилаётган суҳбат давомида журналист бир вақтда ҳам мулоқотнинг боришини назорат қилиб туради, ҳам аввалдан режалаштирилган саволларни бериш-бермасликни ҳал қилади, суҳбатнинг янги бурилишларини пайкаб, суҳбатдошига қутилмаган саволларни беришга тайёр туради... Бу эса бевосита эфирда эшитириш олиб бораётган журналистдан таҳлилий фикрлаш, заковат, танланган мавзунини пухта, ҳар томонлама ўрганиш, чуқур билимни талаб қилади.

Агар шунга ўхшаш ҳолат спорт репортажини тайёрлашда юзага келса, кўпинча микрофон қаршисига биргаликда шарҳлаши учун бирор-бир спортчини таклиф этишади. Бундай ёрдамчи, албатта, спортни яхшироқ тушунади, бундан

ташкари, унинг «номохирона овози» курашнинг хали сўнмаган иштиёкини ажойиб тарзда узата олади ва ходисанинг овозли тасвирига қўшимча бўёқларни бахш этади. Аммо, шуни ёдда тутиш лозимки, радионинг, айникса жонли эфирнинг спецификаси микрофон каршисига таклиф қилинганлар сонини чегаралайди: улар 2–3 тадан кўп бўлиши мумкин эмас.

Сўнгги вақтларда радиожурналистлар телефон репортажи дея аталган тўғридан-тўғри узатув турига мурожаат қилишмоқда. Британияликлар ушбу жанрни «2Way» дея номлашади, бу «икки томонлама» деган маънони англатади. Шундай йўл билан инглиз журналистлари телефон репортажининг муваффақияти икки томонга боғлиқ бўлишини таъкидлашади. Биринчи томонни студиядаги бошловчи, иккинчисини воқеа жойидаги мухбир эгаллайди.

«2Way» учун сабаб бўлиб аудитория кизиқиши ва эътиборига лойиқ ҳар қандай ҳодиса хизмат қилиши мумкин: табиий офат, фавқулодда ҳолат, маданий ва спорт тадбирлари.

Телефон репортажи – бу нафақат радиони энг тезкор оммавий ахборот воситасига айлантирадиган, балки бундай жонли узатувлар турини қўлловчи радиохизматнинг рақобатбардошлигини оширадиган жанр саналади. Шу ўринда бугунги «жонли» эфирнинг жанрлари билан боғлиқ бўлган бир тамойилни айтиб ўтиш жоиз. Ўтган асрнинг 50-90-йилларида радиоэшиттиришнинг муваффақияти маълум воқеани тўлиқ ёритиб бера оладиган аниқ бир жанрнинг танланиши билан белгиланса, ҳозирда битта эшиттиришнинг ўзида жанрлар хилма-хиллиги, уларнинг аралаш келиши кузатишмоқда. Масалан, «Пойтахт» радиоканалида режиссер Зулфикор Мусоковнинг янги кинофильми тақдимот маросимидан тўғридан-тўғри берилган репортажида бир нечта жанр қўлланилган. Булар: радиохабар (янги фильмнинг экранларга чиқиши ҳақида маълумот); режиссёр ва бош ролни ижро этган актёр билан интервью; мутахассиснинг қисқа шарҳи; томошабинларнинг фильм хусусидаги фикр-мулоҳазалари.

Замонавий «жонли» эфирнинг яна бир аҳамиятли тамойилларидан бири сиёсий-ижтимоий йўналишдаги бевосита

эшиттиришларнинг сони кундан-кунга ортиб бораётганидир. Мисол тариқасида «Право на защиту» («Радио России»), «Разворот» («Эхо Москвы»), «Очик мулоқот» («Тошкент» радиоканали), «Актуальные вопросы», «По ходу» («Oriat FM») эшиттиришларини келтириш мумкин. Мазкур дастурларга куйидаги хусусиятлар ҳосилдир:

- ўтқир ва долзарб муаммо;
- тингловчиларнинг албатта телефон ёки аудио орқали иштироки;
- бошловчининг барча иштирокчилари билан алоқа ўрнатиши;
- эълон қилинган мавзунинг кенгрок ёритиш учун эшиттириш давомида пайдо бўлган янги ахборотдан фойдаланиш;
- мавзунинг очик муҳокамаси ва кўпфирқилигини таъминлаш.

Мазкур эшиттиришлар турини олиб борганда журналист ҳар қандай қутилмаган бурилишларга тайёр туриши керак. Бу унинг барча эҳтимолий вариантларни ҳисоб-китоб қилиб чиққан бўлиши керак, дегани эмас, гап ички тайёргарлик – кузатувчанлик, чакқонлик, таҳлил қилиш маҳорати, ҳолиса моҳиятини бир зумда «топиш» қўникмаси ҳақида кетяпти, ушбу шахсий хусусиятлар ўз касбининг билимдони учун инсоний сифатларга айланади. Ва бунда, албатта, журналист билими, унинг масъулияти, муаммо тўғрисида зарурий ахборотга эғалиги ҳам жуда катта аҳамиятга эга.

Дарҳол қайта алоқага эга бўлган ушбу эшиттиришлар бамисоли жамоа бўлиб муҳокама қилиш, вазиятлар таҳлили, ечимларни излашнинг барча босқичларини қайтадан гавдалантиради.

Сиёсий-ижтимоий йўналишдаги бевосита эшиттиришларга тайёрланиш, одатда, эшиттириш эфирга чиқишидан бир неча кун олдин янграйдиган анонсдан бошланади. Мухарририятга тингловчилардан қўнғироқлар бўлади, уларнинг аксариятида эшиттириш катнашчиларига (экспертларига) саволлар берилади, мулоҳазалар билдирилади, асосли амалий таклифлар айтилади. Қўнғироқлар сони ва улар асосида қўрилган суҳбатнинг

мазмунни навбатдаги эшиттиришда муҳокама қилинадиган жамоат фикрининг ўзига хос индикатори ҳисобланади. Эшиттириш эфирга узатилгач ҳам радиотингловчиларнинг кўнгирок ва саволлари тўхтаб қолмайди. Студияда махсус ходимлар кўнгирокларни қабул қилиб, улардан мазмунли ва кизиқарли бўлганларни бевосита эфирга улайдилар. Тингловчиларнинг саволларига очик жавоб беришга бир зумда тайёр бўлиш, ўз мулоҳазаларини равшанроқ ифодалаш зарурати студиядаги экспертлар ва масъул шахсларни муҳокама қилинаётган муаммоларга чуқурроқ англашга, ўз сўзлари, далиллари, ваъдаларига жиддий ва масъулият билан ёндашишга ундайди.

Ушбу турдаги эшиттиришларда тингловчилар ҳар вақт фаол бўлади, уларнинг сиёсий маданияти, оммавий чиқиш қилиш маҳорати юксалиб боради. Айнан шунинг учун Ўзбекистон радиосининг бевосита эфир орқали узатиладиган сиёсий-ижтимоий йўналишдаги эшиттиришлар сўз эркинлиги ва давлатни бошқаришда, фуқароларнинг иштирокини таъминлашда муҳим аҳамият касб этади.

Импровизация (бадиха) маҳорати бугун ҳам бевосита эфир олиб боровчи журналистнинг муҳим касбий фазилатларидан бири бўлиб қолмоқда. Ижодкорнинг тажрибаси ортиши билан импровизация маҳорати ҳам ошади ва эфир вақтида турли қўтилмаган вазиятлардан муносиб тарзда чиқиб кетишга хизмат қилади. Лекин, бунда ҳам меъёр керак.

Импровизацияга ҳаддан ташқари берилиб, маъносиз, мантиксиз сўз оқимида «шўнғиб кетган» радиожаурналист тингловчиларда нохуш туйғуларни уйғотиши мумкин. Ва аксинча, «жонли» эфир пайтида ҳадеб матнли «шпиргалкалар»дан фойдаланиш бошловчи ва аудитория ўртасидаги самимий мулоқотнинг бузилишига олиб келади. Радиомулоқотнинг сохталиги ва сунъийлиги, айниқса, матнли «заготовклар» ўта адабий ёки ўта сўзлашув тарзда ёзилган ҳолатда кўзга ташланади.

Бевосита эфир олдиндан тайёрлаб қўйилган матннинг ўқилишини қабул қилмайди, унинг афзаллиги ҳам шунда-

дир. Ўз-ўзидан аён – «жонли эфир»! У микрофон каршисида ўтирган журналистга ўзини намоён қилиш имкониятини беради, маҳорат мактаби вазифасини ўтайди. Шу билан бирга, ижодкор учун бевосита эфир масъулиятли, мураккаб имтиҳон ҳамдир. Буни унутмаслик керак.

3-§. Ахборот плюс мусиқа...

Бугун «формат» радиоси амалиёти кенг тарқалган. Формат – бу эфир мазмуни, эшиттиришлар йўналиши, эфирни дастурлашнинг эстетик меъёрлари, бошловчи маҳорати ва ижод услублари ҳамда мақсадли аудитория эҳтиёж ва қизиқишларига мувофиқ эфир унсурларини тизимлаштиришни ўз ичига қамраб оладиган радиостанциянинг концепциясидир.

Радионинг ихтисослашуви эшиттиришларнинг станция «образ»ига мувофиқ келишини талаб этади, акс ҳолда улар эфирда «кўринмай қолади». Чунки тингловчи радиони у ёки бу тўлқинга созлаётганда аниқ бир дастурни эшитиш мақсадида эмас, балки айнан у танлаган станция ёки каналнинг ихтисослиги бўлгани боис ҳам уланади. Масалан, «Ўзбекистон 24»га тингловчи янги ва тезкор хабарларни эшитиш мақсадида қулоқ тутса, «Ёшлар» каналига содир бўлган воқеа-ҳодиса тафсилотларига эга бўлиш мақсадида мурожаат этади. «Ўзбегим таронаси», «Орият доно»га турли йўналишдаги мусикаларни ҳамда қизиқ, марокли ахборотни тинглаш истагида созланади. Шу тарзда радиостанциянинг ютуғи танланган «формати» садокатлиги билан белгиланади.

Ахборот-мусикий дастурларнинг концепциясига тавсиф бераётиб, улар услубининг ўзига хос томонларига ҳам тўхталиш лозим. Бу дастур тез, қизғин вазнда (маромда) бўлиб, замонавий инсон ҳаётининг ритмига монанд. Шунингдек, у информацион ва мусикий фрагментларининг ихчамлиги, хабарларнинг лўнда ва аниқлиги, нуткий воситаларни қўллашдаги тежамлиги каби хусусиятлар билан ҳам ажралиб туради.

Бугунги кунда Ўзбекистон радиоси бутун бир канал эшиттиришларини қамраб олган ахборот-мусикий каналлари «Пойтахт», «Ёшлик» канали ҳамда алоҳида муҳарририятларнинг 0,5–1 соатлик ахборот-мусикий («Маҳалла» радиоканалида «Меҳрангез», «O'g'at FM» радиосида «Вокруг света за 60 мин.») дастурлар мавжуд.

Локал (маҳаллийлик) хусусиятига кўра халқаро ахборот-мусикий дастурлар – Арабистон давлатларидан эшиттирувчи «Мажаллат ул-мунавват» каби дастурлар ажратилади.

Ахборот-мусикий дастурлар аудитория катламларига қараб ҳам фарқланади. Масалан, Ўзбекистон радиосининг болалар ва ўсмирларга мўлжалланган «Келажак тонги», «Бор эканда, йўқ экан...», Ўзбекистонда истиқомат қилувчи тожик, қирғиз, уйғур миллатига мансуб аҳоли учун «Чаман», «Эл-омон» ахборот-мусикий дастурлари ушбу эшиттиришлар сирасига қиради.

Радиода вақт белгиси бўйича таснифловчи дастурлар ҳам мавжуд. «O'g'at FM» радиосида «Утроверты», «Гранд» радиосида «РАДИОактивное утро», «Маҳалла» каналида «Бедор туйғулар» дастурларини бунга мисол тариқасида келтириш мумкин.

Радиодаги маълум бир ахборот-мусикий дастурининг тuzилиши шунингдек, эшиттиришларнинг умумий йўналишига, дастурни тайёрловчи, унинг устида ишловчи ходимларнинг ижодий салоҳияти, техник таъминланганлик даражасига ҳам боғлиқ. Мисол тариқасида «Ёшлар» студиясининг «Bugun Live» дастурини кўриб чиксак. У жаҳон журналистикасида «ахборот салати» номи билан машҳур бўлган тамойилга асосан саҳифаланиб, бошдан тинглаб келаятган эшитувчи учун ҳам, бир оз кечроқ уланган тингловчи учун ҳам бирдек тушунарли. Расмий хабарлар, газеталар шарҳи, иқтисодиёт янгиликлари, маданият ва спорт хабарларини узатишдаги узвий давомийлик ва ўзаро боғлиқлик тингловчилар эътиборини ушлаб туришга имкон беради.

Шу билан бирга, «Bugun Live» аралаш турдаги дастурлар каторига ҳам қиради. Маълумки, бу хилдаги дастурлар

мавзуси кўп киррали. Бирок республика радиосида айнан бир мавзуга бағишланган ахборот-мусикий дастурлар ҳам мавжуд. Булар иқтисодий, ижтимоий, спорт мавзуларидаги ахборот-мусикий дастурлар бўлиб, бунга «Ёшлар» радиоканалининг «50-daqiqada sport» дастурини мисол тариқасида келтиришимиз мумкин. Ушбу дастур спортга оид барча воқеа-ходисаларни батафсил ва кенг камровда ёритишга имкон беради.

Айни пайтда умуммиллий радиоканалларнинг ўзига хос хусусияти – улардаги эшиттиришлар моҳиятининг демократлашувидадир. Бу ҳол жамиятнинг турли ижтимоий табақа вакилларини микрофонга жалб этиб, уларга у ёки бу масала хусусида ўз карашларини намоён этиш имконини яратишда кўринади. Эфирга узатиладиган эшиттиришлар дини, ирки, миллати, мавқеи, ёши, жинсидан қатъи назар, барча тингловчилар томонидан яхши қабул қилинади.

Ахборот-мусикий дастурлар фаолиятидан ахборот етказишда расмий хабарлар, янгиликлар қисқа маълумотлари билан чекланиб қолмай, балки воқеликни чуқурроқ акс эттирадиган, янада муҳим ва мураккаб шакллар ва жанрларни ҳам қўллаш лозим эканлиги кўринади.

Замонавий ахборот-мусикий дастурлар жанрларнинг хилма-хиллиги, янги кўринишдаги эшиттиришларнинг вужудга келиши билан характерланади. Бу ўринда ахборот-публицистик, ахборот-мусикий-публицистик, ахборот-таҳлилий дастурларнинг кенг қўлланишини алоҳида таъкидлаш жоиз.

4-БОБ. БОЗОР РАҚОБАТИ ШАРОИТИДА РАДИОЛАР ФАОЛИЯТИ

1-§. Хабарлар рақобати

Маълумки, жамиятда информацион бўшлиқ бўлмайди. Мабодо, бундай ҳолат юзага келадиган бўлса, унинг ўрнини муқобил оммавий ахборот воситалари эгаллайди. Ҳар бир одам доимий равишда информацион-ғоявий оқим таъсирида бўлади. Шунга кўра, ташқи дунё билан чексиз ахборот алма-

шинуви жараёнидагина индивид самарали шаклда мулоҳаза юритиб, фаол ҳаракат қила олади.

Шундай экан, радиожурналистлар тингловчиларнинг тезкор, аҳамиятли, қизиқарли ахборотга бўлган эҳтиёжини қондиришлари лозим. Ахборот тўлақонлигини таъминлаш радиостанцияларимизнинг муҳим вазифаларидан бирига айланди.

Қўнлик радиоэшиттиришлар биринчи янгилик дастури ҳисобига тўлдирилади. Бугунги кунда республика радиоканалларининг кўпчилиги ҳар соатда янгиликлар дастури узатишни йўлга қўйган. Хабарлар блоклари одатда радиостанцияларимиз эфирда соат бошида янграйди. Демак, тингловчилар мамлакатимиз ва дунёда содир бўлаётган воқеалардан доимий равишда воқиф бўлиш имкониятига эга. Шундай қилиб, радиодаги инфор­мацион оқимни бойитишнинг биринчи йўли янгиликлар дастурлари сонини кўпайтиришдир.

Радиоэшиттиришларда ахборот тўлақонлигини таъминлашнинг иккинчи йўли воқеий хабарларни кўпайтириш, уларнинг тезқорлигини оширишдир. Бунда воқеа-ҳодиса содир бўлаётган жойдан тўғридан-тўғри репортажлар узатиш, тезкор интервьюлар уюштириш мақсадга мувофиқдир. Радиоэшиттиришлардаги ахборот тўлақонлигини таъминлашда хабарларнинг сифатига эътибор қаратиш ҳам катта аҳамият касб этади.

Ўтказилган тадқиқотларга кўра, қуйидаги талабларга жавоб берадиган янгиликлар сифатли ҳисобланади: объектив, тезкор, долзарб, оммабоп, қизиқарли.

Информацион эшиттиришларни такомиллаштириш имкониятлари радионинг ўзига хос ифодавий воситаларидан янада тўлароқ фойдаланишга ҳам боғлиқ. Тингловчилар «товушли суръат»га журналистнинг қуруқ хабарига қараганда кўпроқ ишонадилар. Айнан шунинг учун ахборот эшиттиришларида берилаётган оғзаки маълумотларни ёрқин ҳужжатли шовкинлар билан тўлдириш ўта муҳим ҳисобланади.

Янгилик дастурининг муҳим унсурларидан бири овозли цитата ҳисобланади. У журналист бераётган маълумотни тасдиқлаш билан чегараланмай, ахборий радиолавланинг асосини ташкил этиши даркор.

Радиоэшиттиришларда ахборот тўлақонлигини таъминлашда янгиликлар дастурларига тахлилийлик унсурларини киритиш тамойили ҳам эътиборга сазовордир. Бу борада «Ўзбекистон-24» радиоси ижодкорларининг тажрибаси ибратлидир. Улар тайёрлаётган янгиликлар дастурининг характери охириги йилларда сезиларли равишда ўзгариб бормокда. Бу ўзгариш шаклларида ҳам намоён бўлмокда. Эндиликда дастурда факт ва воқеа-ҳодисаларни шунчаки баён қилиш билан чегараланиб қолмай, балки куннинг энг муҳим воқеалари иложи борида изохланиб, тахлил қилиб берилмокда.

Радиоода ахборот-тахлилий дастурларнинг пайдо бўлиши ҳам радиоинформацияга аниқлик, муфассаллик ва ҳар жиҳатдан жиддий ёндашувни олиб келди. Бундай дастурларда оммавий аудитория билан ишлаш усули сифатида «сездирмай айтиб бериш» («подсказка») услуби кенг қўлланила бошлади. Ҳақиқатда ҳам содир бўладиган вазиятлар аксарият ҳолларда икки томонлама мазмунга эга бўлади. «Сездирмай айтиб бериш» услуби эса ёрқин тафсилотлар, таъсирли «товушли суръатлар» ёрдамида тингловчининг вазияти, содир бўлаётган воқеа-ҳодисаларни яхшироқ тушунишга ёрдам беради.

Эшиттиришларнинг ахборот тўлақонлигини таъминлаш аудитория радиони тинглаш вақтини аниқлаш ҳисобида ҳам амалга оширилади. Маълумки, энг кўп тингловчилар радиони эрта тонгда эшитишади. Шу сабабли «Вести FM» россиялик радиосида соат 6.00 дан бошлаб уч соат давом этадиган «Эрталабки панорама» ташкил этилди. Мазкур информацион блокда қисқа танаффуслар ҳисобга олинмаса, хабарлар кетма-кет узатилади. «Эрталабки панорама»нинг асосий мақсади тингловчиларга қисқа вақт ичида энг кўп ҳажмдаги ахборотни етказиб беришдир. Шунингдек, таҳририят ижодкорларининг ҳаракатлари берилган радиолавлалар аудиториянинг

катта қисмида кизикиш уйғотишга ҳамда ифодавий воситалар ёрдамида унинг онгида воқеа-ҳодисаларнинг овозли «кимиж»ини ярата олишга қаратилган. Тингловчилар орасида ўтказилган сўров натижаларига кўра, уларга «Эрталабки панорама» блоки ахборотга бойлиги ва тезкор ритми билан манзур бўлмоқда. Радиохабарларнинг кўплиги тингловчилар учун оғирлик қилмайди. Масалан, бир янгиликлар дастурида 7–8 хабар эфирга узатилади ва беш дақиқа давомида янграйди. Дастурнинг керакли мароми ҳар бир радиолавҳанинг пухта хронометражи ёрдамида саклаб қолинади. Эрталабки блокдаги ҳар бир эфир соатининг ва ҳар бир радиолавҳанинг аниқ хронометражи эфирда тасодифий бўшлиқлар бўлишига йўл қўймайди, дастур динамикасининг таъминланишига ёрдам беради.

Дастурларни информация билан тўлдиришда журналистлар орасида машҳур бўлган «паровозча», «томчи», «мозаика» ва бошқа усуллар қўлланилади.

«Паровозча» усулидан радиохабар композициясига керакли информация киритиш керак бўлганда фойдаланилади. Бунда керакли маълумот, худди паровоздаги бир вагон бошқасига уланганидек, бошқасига бириктирилади. Айтайлик, янги кашфиёти учун тақдирланган олим ҳақида хабар берилаётган бўлса, бунда информация олим ишлайдиган ташкилот, олим фаолиятининг истикболи ҳақида маълумотлар билан «бойитилади».

«Томчи» усулида эса бирон бир хабар, маълумотнинг тингловчиларга таъсир этишни ошириш мақсадида, муҳим жиҳатларни унга вақти-вақти билан эслатиб туриш, янги тафсилотлар қўшиш орқали орттирилади.

Радиожурналистлар орасида «мозаика» номини олган усул бир-бири билан боғлиқ бўлмаган хабарлар тўла «комплектлашган» дастаси маъносини билдиради. Бунда янгиликлар тез ўқилади ва тингловчилар ўзларини кўп информация олгандек ҳис қиладилар. Аммо бундай шаклда берилган ахборотни чуқур англаш қийин. Шунинг учун «мозаика» усули

(баъзи нодавлат радиоҳизматларининг дастурлари инобатга олинмаса) Ўзбекистон эштитиришларида кенг тарқалмаган.

Замонавий радиода сўнгги йилларда «инфотейнмент», «финишинг» каби методлар ҳам кенг қўлланилмоқда.

Инфотейнмент (инглизчадан «*information*» – ахборот, «*entertainment*» – кўнгилочарлик) – аудиторияни ҳам хабардор қилиш, ҳам кўнглини олишга мўлжалланган телевизион ёки радиоматериалнинг берилиши усули.

Финишинг – ОАВнинг маълум бир чиқишини асос қилиб олиб, вазиятнинг бир ёки бир нечта жиҳатларини янги, қўтилмаган ракурсадан бериш усулидир. У вазиятни чуқурроқ ёритишга имкон беради.

Бугунги кунда радиода қуйидаги янгиликлар блоклари мавжуд:

- **Умумий** (аудиториянинг кенг қатламига мўлжалланган турли хабарлар);

- **Мавзули** (иктисодиёт, маданият, спорт каби маълум соҳаларга қизиқувчилар учун улардаги ўзгаришлар, ислохотларга йўналтирилган хабарлар);

- **Махсус** (дунё миқёсидаги анжуманлар, фестиваллар сингари йирик тадбирлар ва улар ҳақида батафсил маълумотлардан иборат хабарлар);

- **Фавқулодда** (тезкор равишда маълум қилиниши керак бўлган уруш, давлат раҳбари ёки бош вазирнинг истеъфоси тўғрисидаги хабарлар).

Улар ҳажм, мавзу, унинг ёритилиш даражаси, аҳамияти, тезқорлиги билан бир-биридан ажралади.

Радиостанциялар орасида рақобат шароитида эшиттиришларда ахборот тўлақонлигини таъминлаш масалалари долзарблигича қолмоқда ва доимий равишда ечимлар излашни талаб қилмоқда. Дастурларни ахборот билан тўлдиришга, унинг сифатини оширишга республика радиоси таҳририятлари ўртасида чинакам рақобат бор. Ҳар бир ахборот радиоҳизмати «тандирдан энди узилган» ҳолда тингловчиларга янгиликлар-

ни етказишга ҳаракат қилмоқда, воқеа жойларидан тўғридан-тўғри уланишлар қилиб, телефон репортажларини тайёрлаб, аҳолини ахборот билан етарлича таъминлаб турибди.

2-§. Интерактивлик феномени

Цензурасиз эфирда ишлаш бир ижобий тенденцияни юзага келтирди. Яъни, эшиттиришда жамиятнинг долзарб муаммоларига ўрин ажратилди. Олдиндан ёзилган ва қайта таҳрир қилинган дастурлардан воз кечилиб, эфирда диалогизация фаллашди. Радио аудитория билан тўғридан-тўғри мулоқотга киришди.

Радиостанциялар ўртасида рақобатнинг пайдо бўлиши тингловчиларга танлаш имкониятини берди. Аудиториянинг ҳар қандай қатламига мос эшиттиришлар сони кўпайди. Ўз-ўзидан аудитория оммавий коммуникациянинг фаол объекти ва субъекти бўлиб қолди. Бу тарздаги ўзгариш радиодастурлар тамоман янги тус олишини тақозо қилмоқда.

Бугунга келиб радиоэшиттиришларда янги тамойил қўлатилмоқда. Бу аудиторияни жалб қилиш мақсадида тингловчиларни эшиттириш иштирокчисига айлантириш, натижада интерактивликни юзага келтиришдир. Интерактивлик нима? У қандай кўриниш касб этади?

Радиода интерактивлик техника таракқиёти самараси сифатида қаралиб, у замонавийликка ҳосдир ва айнан демократлаштириш шароитида аҳамиятлидир.

«Интерактивлик» тушунчасини оммавий ахборот воситаларида қўллаш, айниқса онлайн-ОАВ да қўллаш техник параметр ёки ижтимоий параметр жиҳатдан фарқ қилади. Техник параметр нуқтаи назаридан қўллаш техник восита ва у билан ишлаётган мутахассис ўртасидаги ўзаро алоқа (масалан, инсон-компьютер) маъносини англатса, ижтимоий жиҳатдан техник воситалар ёрдамида мулоқот ўрнатилган ўзаро боғланишдир (масалан, инсон-компьютер-инсон).

Журналистикада интерактивлик «инсон—инсон» боғланишини эмас, техника кўмагида реципиент коммуникация иштирокчисига айланиб, инсон—техника боғланишини содир этади».

Бу тарздаги мураккаб изохни таҳлил қилиш учун эса интерактивлик борасида изланишлар олиб бораётган мутахассислар нуқтаи назарига мурожаат қиламиз. Мисол учун, «Авторadio-Народная марка» регионал эшиттиришлари директори Андрей Бубукин «Интерактивность на радио: только плюс!» мақоласида «интерактивлик» тушунчасини шундай изохлайди: «Барчаси оддий: интерактивлик бу икки томонлама алоқадир».

Агар бу мулоҳазалардан келиб чиқиб, интерактивлик ҳақида тўхталадиган бўлсак, XX аср охири — XXI аср бошларида радиоэшиттиришларда кузатилган кизик бир ҳолатни атрофлича кўриб чиқиб, таҳлил қилмоқ лозим.

Бугун радиода интерактивлик юқори босқичга чиққан, десак, муболаға бўлмас. Дарҳақиқат, барча радиостанцияларда ҳар қандай вақтда эфирда тингловчилар телефон орқали боғланиб, яқинларини габриклаш ёки дўстларига салом тариқасида кўшиқ кўйиб беришларини илтимос қиладилар.

Кўп ҳолларда тингловчи радиоэшиттириш қаҳрамонига айланиб, ўз фикр-мулоҳазалари билан ўртоқлашади, ўзини қийнаб юрган муаммоларни ечишга эксперт ёки бошқа эшитувчиларни жалб қилади. Баъзи интерактив радио лойиҳаларида тингловчилар дастур ҳаммуаллифига айланади.

Интерактивлик матбуот, қисман телевидение дастурларидан фарқли ўларок радиода аниқ-равшан кўриниш касб этмоқда.

Телефон кўнғироклари ёки SMS орқали хабар қилишни бир четга қўйиб, аввало, эфир тартиби ва тузилишига эътибор қаратсак, бир хулосага келамиз: эфирда ҳукмронлик тингловчиларники!

90-йиллар охирларида радиоэшиттиришлар нафақат техник инкилоблар, нодавлат радиолари «премьералари» билан характерланади, балки ана шу «эфир ҳукмронлиги» ўрни ал-

машинганлиги билан ҳам аҳамиятлидир. Масалан, муסיкий эшиттиришлар тахририяти муҳаррири янги ижрочини «кашф этиши» ёки аудиторияга маълум бўлган таниқли хонандани дастур қаҳрамони қилиши мумкин эди ва фақат ўз хоҳиши, мақсадига кўра эшиттиришни тайёрлар ҳамда бу унинг ҳуқуқи саналарди. Муҳими, эшиттириш қизиқарли чиқиши ва аудиторияни жалб этиши эътиборга олинмасди. Бугун эса тингловчи бирор муסיқали эшиттириш ёкмаса, шунчаки радиокарнайнинг «қулоғини» бураб, ўзига манзур бўладиган бошқа радиоканалга боғланади. Масалан, Тошкент шаҳрининг ўзида FM-диапазонидан ўндан ортиқ «радиоовоз»лар янграйди. Улар ўз аудиториясини сақлаб қолишга интиладилар. Натижада рақобат вужудга келиб, бу рақобатда фақат тингловчилар талаби, хоҳишига кўра фаолият юритиши самара бериши мумкинлигини инобатга олган радиостанциялар ғолибликни қўлга киритадилар.

Бугун дунёда ҳар дақиқада ижтимоий, иқтисодий, молиявий ва техник ўзгаришлар юз берапти. Радиоэшиттиришларда бу борада етарлича ахборотларни аудиторияга етказиш, ахборот бўшлиғига йўл қўйилмасликка ҳаракат қилинмоқда. Айни пайтда радиостанциялар тингловчиларнинг эҳтиёжлари, қайфияти ва талабига биноан эфирни ташкиллаштирмоқда. Шу мақсадда социологик тадқиқотларни ўтказмоқдалар. Масалан, сўнгги сўровларнинг натижаларига кўра, радиоаудитория интерактивлик асосида тузилган эшиттиришларни манзур кўрапти. Чунки, интерактивлик туфайли аудитория ҳақли равишда ўз конституциявий ҳуқуқидан фойдаланиб, сўз эркинлигига, ўз фуқаролик позициясини баён этишга, ижодий қобилиятини намоён қилишга эришмоқда. Интерактивлик туфайли радиоканал нафақат тингловчиларни ахборот билан таъминлайди, балки улар билан бевосита яқинлашади, радиоэшиттиришлар халқона тарзда бўлишини таъминлайди.

Алоҳида айтиш жоизки, радиода интерактивлик маълум маънода ижтимоий-сиёсий функцияни бажаришга хизмат

килади. Жумладан, Ўзбекистон мустақилликка эришганидан сўнг ижтимоий ҳаётнинг бошқа соҳалари катори радиода ҳам янгича муҳит шаклланди. Мамлакатда барпо этилаётган ўзига хос, ўзига мос тараққиёт йўлига эга янги жамият радио олдига янги вазифаларни қўйди.

Янги жамиятнинг моҳияти, юз бераётган ижтимоий-сиёсий жараёнлар мазмуни ҳақида тўлиқроқ тасаввур ва тушунча бериш, эркин турмуш аҳамиятини ҳар бир фуқаро онгига етказиш, республика халқини демократик жамият қуришга маънавий жиҳатдан тайёрлаш ана шу вазифалар асосидир.

Мустақилликни миллий кадрият сифатида идрок этиш, уни янги мазмун билан бойитиш, жамоатчиликда демократик ҳурфикрлаш кўникмасини пайдо қилиш туб ислохотларни амалга оширишда етакчи аҳамият касб этади. Айни шу ўринда радиода интерактивликнинг таъсири ва кўлами бекиёсдир. Яъни демократизация моҳияти ҳисобланган кўпфирклилик, сўз эркинлиги эфирда тўғридан-тўғри, матнни қайта-қайта таҳрир ҳамда монтаж қилинмаган интерактив эшиттиришларда акс этиши табиий.

Кўп йиллик амалиёт шуни кўрсатадики, аудитория радиодастур иштирокчиси сифатида радиода ўз минбарига эга бўлса, ана шу эшиттириш таъсирчан ва самарали чиқади. Тингловчи маълум мавзуда ўз фикрини билдириб, саволларга жавоб бераркан, у ўзини минглаб одамлар тинглаб турганини ҳис қилади. Айниқса, долзарб масалаларда фикр юритиларкан, тингловчининг эшиттириш иштирокчисига айланиши натижасида радио ижтимоий функцияни бажаради.

Шу ўринда интерактивликнинг айрим кўринишларини қўриб чиқишни лозим топдик.

Интерактивлик икки томонлама алоқа, дедик. Бу алоқани ташкил этишда, қайта алоқани фаоллаштиришда бир канча усуллар мавжуддир. Улардан:

Почта. 90-йиллар охириларига келиб радиостанцияларда келаётган хатлар сони камайиб кетди. Чунки компьютер, телефон имкониятларидан кенг фойдаланила бошланди. Шунга

карамай, телефон, компьютер стиб бормаган жойлар ҳам борки, радиостанция ва тингловчи ўртасидаги икки томонлама алоқани бевосита почта таъминлайди.

Компьютер. Тингловчи билан алоқани ушбу техник восита икки кўринишда боғлайди: электрон почта ёки Интернет орқали. Тезкор кўринишдаги бу боғланишлар тингловчига шундай имконият яратадики, компьютер кўмагида у хоҳлаган диск-жокейга мурожаат қилиб, истаган мусикасини сўрайди, истаган радиоэшиттиришни тинглайди ва хоҳазо.

Телефон. Замонавий радиода тингловчилар билан боғланишда бу алоқа воситаси кенг қўлланилади. Почта, компьютер билан тингловчи фақат мусика буюртма бериб, фикрларини матн орқали маълум қилса, бу алоқа воситаси орқали тингловчи ўз овозини ҳам эшитади. Тўғридан-тўғри эфирда, масалан, студияга меҳмонлар келса, тингловчи унга савол бериши, ўз фикрини билдириши ёки у билан мунозарага киришиши мумкин.

Айниқса, телефон орқали бирор бир воқеа-ҳодиса ҳақида тезкор хабар топиш, эфирга узатиш ва бу юзасидан аудитория фикри, муносабатини билиш мумкин. Масалан, «Водий садоси» радиостанцияси дастурларидан бирида «Пиноккио» йирик магазини очилиш маросимидан репортаж берилган. Воқеа жойидан муҳбир мобиль телефони орқали хабар беради. Бу савдода иштирок этишни хоҳлаган тингловчи тўғридан-тўғри кўнғирок қилиб, у ҳам ушбу тадбирда катнашишини ва ўзини кизиктирган масалалар бўйича эфирда маълумот берилишини сўраш имконига эга бўлди.

Телефон орқали радиотингловчилар билан шаҳар кўчаларида интервью олиш ёки «vox-pop» тайёрлаб, тўғридан-тўғри эфирга узатиш ҳам мумкин ва радиожурналистлар бундан унумли фойдаланмоқдалар.

Бугунги кун радиоси ҳақиқий халқ минбарига айланди. Интерактив радиоэшиттиришлар мазмуни ҳам, услуги ҳам ўзгарди. Ижтимоий-сиёсий, танқидий эшиттиришларга кенг ўрин берилди. Интерактив усулда эфирга чиқаётган эшит-

тиришларда тингловчиларнинг фикр ифодалаш усули ҳам, мурожаатлар характери ҳам ўзгача бўлди. Аудиториянинг мавқеи, ёши, интеллектуал даражаси, кизиқишлари интерфаол радиолойиҳаларнинг бир-биридан тубдан фарқ қиладиган турларини вужудга келтирди.

Интерактив дастурлар турларини тахминан шундай белгилаш мумкин:

– **Ижтимоий-сиёсий йўналишдаги дастурлар** (мунозаралар, дебатлар, «бевосита алоқа», «бевосита мулоқот» тарзидаги эшиттиришлар);

– **Маърифий-таълимий дастурлар** (интеллектуал викториналар, «очик дарслар»...);

– **Ўйин тарзидаги интерактив дастурлар** (мусобакалар, викториналар, ижодий кўриклар...);

– **Кўнгилочар интерактив дастурлар** («табрик ва саломлар» тарзидаги эшиттиришлар, тингловчилар буюртмалари асосида ташкил этилган концертлар...)

Шундай қилиб, радиодаги интерактивлик – аудиториянинг камровини кенгайтиради, баъзи ҳолларда эса (сунъий йўлдош алоқа ёрдамида) уни чексиз қилади. Интерактивлик тингловчининг радио фаолияти йўналишлари, услубларига фаол таъсир қилиш имкониятини беради, ўзини англаш ва бор салоҳиятини намойиш қилишга замин яратади.

Натижада интерактивлик воситалари ва технологияларидан унумли фойдаланган радиостанциялар тингловчиларни «ўзиники» қилиб олишга эришади.

3-§. Радиода замонавий реклама

Маълумки, радиоэшиттиришларнинг ривожини хусусий радиостанцияларнинг вужудга келиши ва янги ахборий технологиялар жорий этилиши баробарида рекламанинг тараккий этиши билан ҳам бевосита боғлиқ. Ҳозирги кунда реклама энг ишончли молиявий манба бўлиши билан бирга, аҳолининг истеъмол маданиятини самарали воситаси ҳам ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикасининг «Реклама тўғрисида»ги Қонунида оммавий ахборот воситаларида рекламанинг ўрни, уни бериш шартлари, шу жумладан реклама берувчилар ва уни таркатувчиларнинг ҳуқуқи ва мажбуриятлари белгиланган.

Бугунги кунда радио реклама берувчилар учун энг арзон ва энг қулай восита ҳисобланади. Чунки, бошқа оммавий ахборот воситаларига қараганда радиода реклама блокларини қисқа муддат ичида тайёрлаш имконияти мавжуд. Шу билан бирга радио бутун оммага ўз таъсирини ўтказа олгани боис ҳам реклама берувчилар учун қўшимча қулайликлар тугдиради. У ҳар бир тингловчи билан алоҳида мулоқот ўрнатиш, эфирда самимийлик ва ишончлик муҳитини ярата олиш имконига эга.

Радионинг реклама таркатувчи сифатидаги имкониятларидан яна бири – акустик воситалардан кенг фойдаланишидadir. Ёқимли овоз, мусика, электрон ва бadiий шовқинлар рекламанинг таъсирчанлигини оширади. Чет эл тадқиқотчиларининг фикрича, одамларни оғзаки мурожаат орқали товар сифати ва қулайликларига ишонтириш осонроқ кечар экан.

Бугунги кунда республика радиосида реклама турли кўринишларда эфирга узатилмоқда. Булар ижтимоий ва тижорат рекламалари, давлат ва ташкилотларнинг эълонлари, радиостанциянинг ахборот хомийлигида турли воқеалар анонслари ва ҳ.к. Реклама буюртма тарикасида эшиттиришларда ҳам намоён бўлади. Бирок рекламанинг энг кўп тарқалган кўриниши спот-роликлар бўлиб, уларнинг бир қанча кўринишлари мавжуд.

Оддий ахборотли ролик рекламанинг энг кўп тарқалган тури бўлиб, унда реклама қилинаётган товар ёки сервис хизматлари тўғрисида қисқа маълумот берилади. Реклама матни бир ёки икки овозда ўқилиб, бунда мусикадан ҳам фойдаланиш мумкин. Шунингдек, таъсирчанликни ошириш учун сўзлашув услубининг бир қанча турлари – овознинг баландлашуви, гапнинг тезлашуви, нутқ оҳанглариининг ранг-баранглигидан ҳам фойдаланилади.

Радиостанцияларда мусикий реклама роликлари – «жингл»лар ҳам тез-тез эфирга узатилиб туради. Булар ўзига хос мусикий логотиплар бўлиб, бор-йўғи 4–10 сония давом этади. Бизнингча, «Гранд» радиостанциясининг «HIGH TECH» мебеллар салони, «Ёшлар» радиоканалининг «Олимп» фирмаси маҳсулотларининг реклама жингллари кучли таъсир этувчи реклама сифатида тан олинган.

Рекламанинг кенг қўлланиладиган турларидан яна бири – **қўшиқ билан бериладиган рекламадир**. Масалан, «Ўзбегим таронаси» реклама блокларида «Аквалайн» ичимлиги ўзбек тилидаги қўшиқли рекламаси, «O'riat FM» радиосининг «Solina Sol» маҳсулотларига бағишланган вокал композицияси таҳсинга сазовор. Енгил куй, оҳангга мос тушадиган сўзлар маҳсулот ва ишлаб чиқарувчи фирма номини эслаб қолишга кўмак беради.

Кейинги пайтларда мамлакат радиостанцияларида ўз-ўзини тарғиб қилиш кенгайиб бормокда. Бу реклама асосан слоган шаклида. яъни мазкур радиостанция йўналиши ва хусусиятларини ўзида акс эттирувчи лўнда, сермазмун ибора, формат рамзини ифодаловчи шиорлардан иборат. «Наврўз» – «Янги кун радиоси», «O'riat Дону» – «Файзли радио» каби слоганлар станциянинг ўзига хос «ташриф карточкалари»га айланган.

Рекламани аудиторияга етказишга доир кузатув натижаларига кўра одамлар кўпроқ реклама қилинаётган объектни эмас, айнан рекламанинг ўзини хотираларида саклаб қолар экан. Рекламанинг самарадорлиги у бераётган маълумот ва товар ўртасидаги узвий боғлиқликлар билан белгиланади. Шу боис кейинги йилларда Ўзбекистон радиосида реклама эслаб қолиниши учун қуйидаги усуллар қўлланиляпти:

- юморни қўллаш – бу рекламани хотирада саклаб қолиш билан бирга, уни қабул қилиш жараёнининг бошқа жиҳатлари – тушуниш ва англашга ҳам хизмат қилади;
- реклама хабарларининг динамикасини таъминлаш;

– ассоциатив услубдан фойдаланиш – фирма ёки корхона-нинг номини унинг иш йўналиши билан боғлаб, тингловчи-нинг онгига сингдириш;

– реклама маълумотларига учирик сўзлар, ёркин ибора, эпитет ва метафораларни киритиш;

– матнга машхур бадий асарлардан киритма ёки халк эр-таклари қаҳрамонлари образларини қўллаш ва ҳ.к.

Хориж ва мамлакатимиз радиостанциялари тажрибасидан келиб чикиб шуни айтиш мумкинки, рекламадаги юморнинг ижобий натижаси билан бир қаторда салбий томони ҳам бор. Масалан, қўлланиладиган юмор кўп ҳолларда кўпол, бачкана, баъзан ўринсиз бўлиб кўринади.

Мутахассислар фикрича, эфирда сўзлаш максимал тез-лиги бир сонияда икки-уч сўздан ортиқ бўлмаслиги керак. Бирок, баъзи радиостанциялар бошловчилари бу қоидага амал қилмайди. Натижада рекламани қабул қилиш ва эслаб қолишда бир оз ноқулайлик вужудга келади.

Айрим ҳолларда мусика ва овоз реклама эълонларидан баландроқ бўлгани боис ҳам реклама қилинаётган товар ва ишлаб чиқарувчи корхонани эслаб қолишнинг таъсири кама-я-ди.

Одатда, реклама роликларида тавсия этилаётган маҳсулот ва ишлаб чиқарувчи корхонанинг номини такрорлаш муҳим аҳамият касб этади. Афсуски, кўп ҳолларда амалиётда бу қоидаларга риоя этилмайди. Шунингдек, баъзи республика радиостанцияларида реклама қилинаётган маҳсулотнинг ху-сусияти ўша станция форматига тўғри келмайди.

Айни вақтда республикаимиз реклама бозорида ижтимоий характердаги рекламаларни яратишда, бизнингча, сусткаш-лик сезилмоқда. Ижтимоий реклама эълонларига соғлиқни сақлаш, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш, энергетик ресурс-ларни сақлаш, ҳуқуқбузарлик профилактикаси, аҳоли хавф-сизлигини таъминлаш, ижтимоий муҳофаза, маънавият маса-лалари киради. У хабар кўринишида бўлиб, атроф-муҳитни ас-раб-авайлаш ёки чекишнинг зарари каби ижобий кўринишдаги го-яларни тарғиб қилади.

Одатда, ижтимоий характердаги роликлар бепул тайёрланади. Сўнгги йилларда мамлакатимиз радиолари давлат органлари билан ҳамкорликда ижтимоий рекламаларни эфирга чиқармоқда. Масалан, «Гранд» радиосининг ва Ўзбекистон Республикаси монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш Давлат қўмитаси билан истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш қўшма лойиҳаси мавжуд. Мазкур лойиҳа тингловчиларнинг радиостанцияга нисбатан эътиборини кучайтиришга хизмат қилади.

Радиостанцияларнинг қўпчилиги рекламани блок тарзда эфирга узатади. Мазкур блоклар эшиттиришлар сеткасида аниқ жойни эгаллайди ва аниқ бир вақтда тўлқинлар орқали берилади. Битта реклама блоки одатда 3–4 реклама аудиоспотларини ўз ичига олади. Аммо баъзи радиоканаллар «рекламани бўлиб бериш» усулига амал қилади, уларда ҳар бир реклама блоки биттагина эълондан иборат бўлади. Шундай қилиб, уларнинг эфирга узатилиши кўпаяди. Бир соат мобайнида анъанавий тарзда бериб бориладиган 2 та реклама блокнинг ўрнига 4–5 блокча узатилади. Бу усул реклама қилинаётган маҳсулотни яхшироқ эслаб қолишга қаратилган.

Сўнгги йилларда Ўзбекистон радиостанцияларининг эфир дастурларида муҳим ўринни ҳомийлик реклама эгаллади. Ушбу ҳолат тўғридан-тўғри рекламага қараганда ҳомийлик реклама бир қатор муҳим афзалликларга эга эканлиги билан изоҳланади. Биринчидан, ҳомийлик реклама тингловчиларга янада мақсадли мурожаат билан белгиланади. Масалан, «O'g'at FM» радиосидаги «Переплёт» дастурининг ҳомийси бўлган «Книгомир» китоблар савдо мажмуаси потенциал миқдозлар унинг маҳсулотлари ҳақида эшитишларига амин бўлиши тайин, чунки реклама «формати» дастур йўналишига мосдир. Бундай ҳолда тингловчининг рекламадан бошқа тўлқинга «қочиб кетмаслиги» эҳтимоли ҳам ўз-ўзидан йўқ бўлади.

Реклама блокидан фарқли ўларок, ҳомийлик реклама дастурининг муносиб ва узилмас қисмидир. Бундан ташқари, ҳомийлик рекламасининг «ёпишқоқлик» таъсири оддий рек-

ламага караганда камрок. Ва ниҳоят, реклама берувчилар учун аҳамиятли жиҳат – ҳомийлик реклама тўғридан-тўғри рекламдан арзонроқ.

Мутахассисларнинг фикрига кўра, ҳомийлик рекламанинг афзаллиги шундаки, у реклама блокидан чиқарилиб, тингловчиларга яқин ва манзур бўлган дастур доирасида жойлаштирилади. Шунингдек, сайёҳатларга бағишланган эшиттиришда (масалан, кулинария дастурига караганда) сайёҳлик агентликларининг рекламаси ўз ўрнида бўлади ва аудитория томонидан табиий ва енгил «ҳазм» бўлади.

Шундай қилиб, ҳомийлик рекламаларида ўзини ифода этиш учун кўпроқ имкониятлар мавжуд. Дастур бошида ва якунловчи қисмида ҳомий ҳақида эслатиб ўтилиши мумкин, ёрқин реклама жинглари, аудиороликлар, ҳомийнинг номи эълон қилинган дастур анонслари, у тақдим этган совғалар, совринлар ва ҳ.к. Баъзан дастур бутунлай ҳомий фирмага бағишланган бўлиши мумкин.

Шунингдек, дастурни тинглашда тингловчиларнинг диққат даражаси реклама блокини тинглашдан кўра анча юқори бўлиши муҳимдир. Натижада, ҳомий тўғрисидаги маълумотга бўлган ишонч дастурга ижобий муносабат эвазига ортиб боради.

Амалиёт кўрсатганидек, ҳомий ва радиостанция ҳамкорлик тарзида ўтказилган PR-тадбирлар ҳам катта самара бериши мумкин. Бундай лойиҳалар самарадорлиги радио жамоаси креативлиги билан белгиланади. Масалан, «Ogiat Dono» радиоси «Шоҳрух» кафеси ҳомийлигида ўтказган «Ориятлилар базми» промо-акцияси доирасида тингловчиларига ушбу кафенинг лазиз шарқона таомларини намойиш этиш билан бир қаторда, станция ижодкорларининг халқ анъаналари ва миллий қадриятларга садоқатини, ўз муҳлисларига бўлган эҳтиромини кўрсатиш имкониятига эга бўлди.

Шуни таъкидлаш керакки, ахборий, мусикий ва суҳбатлар, шоуларга ихтисослашган радиоларда ҳомийлик имкониятлари бир хил эмас. Талк-радиода ҳар қандай эшиттиришда, муал-

лифлик рукнда ва янгиликлар дастурида ҳомийлик рекламани жойлаштириш мумкин. Ахборий станцияларда факат янгиликлар блоклари ёки мавзули информаион рукнларга ҳомийлик рекламани бириктириш мумкин. Мусикий радиостанцияларда ҳомийлик рекламани режалаштириш бироз мушкул, аммо уларнинг эфирда турли лойиҳа, концерт, шоу-бизнес юлдузлари билан учрашувларни ўтказиш учун катта имкониятлар мавжуд.

Кўплаб радиостанциялар тўғридан-тўғри ҳомийликдан фойдаланадилар: дастурнинг бошида, ўрталарида ва охирида ҳомий, унинг хизматлари ҳақида маълумотлар берилади, ҳомий реклама роликлари узатилади. Аммо радио амалиётида билвосита ҳомийлик шакллари ҳам қўлланилади. Шунингдек, муаллифлик дастурлар доирасида совринлар ўйналади: концерт, театр спектаклларига чипталар, ҳомий фирманинг товарларига купонлар ва ҳ.к. Бундай ҳомийлик тури «шериклик иштироки», «совринли ҳомийлик» деб аталади.

Амалиётчиларнинг фикрига кўра, радиодаги ҳомийликнинг асосий тенденцияси – реклама материалларни тайёрлашга ноанъанавий ёндашувлар тобора кучайиб бормокда. Радиостанциялар ҳам, реклама берувчилар ҳам бор саъй-ҳаракатларни реклама индустриясида ажралиб чиқиш, реклама қилинаётган товар ёки хизмат афзалликларини ёрқин ва эсда қоладиган ҳолда кўрсатиш.

4-§. Радиоэфир имижини масаласи

Радиода эшиттиришларни дастурлаш, уларни тайёрлаш жараёни турли аудиторияларнинг эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда амалга оширилади. Бунда коммуникатив муҳитнинг ўзига хосликлари (вақт, жой, эшиттиришни тинглаш усули), аудиториянинг ижтимоий-демографик белгилари (ижтимоий ва касбий таркиби, илмий даражаси, ёши), ижтимоий-психологик омиллари (радиотингловчиларнинг талаблари, қизиқиш ва истақлари) асос қилиб олинади.

Республика радиотизимларининг амалиётини таҳлили шуни кўрсатдики, станциялар, айниқса, нодавлат радиолари деярли бир хил техник база, бир хил ижодий салоҳиятга, сифатли эфир маҳсулотини яратишда тенг имкониятларга эга. Аммо, нима учундир уларнинг баъзиларининг рейтинг юкори, баъзилариники эса бундай эмас.

Бизнинг фикримизча, ҳамма гап усулда. Баъзи радиостанцияларда ўз усули мавжуд, бошқалари эса ўз кўринишига эга бўлмаган тузилмалардир.

Усул – бу станциянинг ижодий жамоаси томонидан эфирни ташкил этиш, дастурларни тузиш, турли тадбирларни уюштириш, яъни ўзига хослигини намоён эта олиш мезонидир.

Усул дастлабки ва сўнгги радиосигналгача эфирда намоён бўлиши лозим. Бу эфирни бунёд этишдаги ҳар бир кадамда, унинг ҳар бир бўлагига амалга ошириладиган воқеликни моделлаштирадиган ижодий услубдир. Баъзи радиостанциялар усул жиҳатдан ёрқин намоён бўлмоқда, бошқаларида эса у пайкалмоқда, учинчиларида эса умуман йўқ.

Ахборот майдонида глобализациянинг ривожланиши, йилдан-йилга электрон масс-медиа соҳасида рақобатнинг кучайиши радиожурналистларни янги йўللарни кидиришга ҳамда радиобозорда ўзини ёрқин кўрсата олишни такомиллаштиришга ундайди.

«Тингловчиларни қандай жалб этиш ва диққатини ушлаб қолиш» муаммосининг профессионал таҳлили радиожурналистга бир умр ҳамроҳлик қилади. Бу ниҳоясиз фикр юритиш, ижодий изланишлар, муваффақият ва хатолар масаласидир. Радиоэшиттириш тажрибаси шуни кўрсатадики, ҳар бир станция муваффақиятининг ҳал этувчи омили бу унинг мазмунан тўлиқлигидир. Ўзининг тингловчиси айнан нимани тинглашни, қандай ахборотни шу вақтда у кутаётганини билган ижодий жамоагина аудиторияни радио олдида ушлаб қолишга қодир. Аммо, журналистлар ахборотни қандай етказа олишлари ҳам муҳим аҳамият касб этади. Худди мана шу «қандай» юкорида айтилган усулни аниқлаштиради.

Йиллар давомида ҳар бир радиостанция тингловчиларни эфирга жалб этиш ва ушлаб қолиш йўллари мубоҳлаштириш тажрибасига эга бўлиб боради. Радиожурналист ишининг самарадорлиги кўп жихатдан радиомаълумотларни (қабул қилиш, тушуниш, эслаб қолиш) ўзлаштиришнинг барча жараёнларига ҳамроҳ бўладиган диққат феноменини ишга солиш ва муваффақият билан ишлашга боғлиқдир.

Шундай қилиб, замонавий эфирда радиостанция ва аудитория ўртасидаги алоқа – ҳамкорликдан фойдаланиш услуби ва йўллари қандай? Авваламбор, бу тингловчилар томонидан ахборотни қабул қила олишлари учун энг қулай шароитларни яратиш мақсадида дастурларни тизимлаштириш. Дастурни ташкил этишнинг энг қулай тизими – радионинг аудитория билан алоқасини таъминлаш муҳим шартлардан биридир. Радиостанцияларнинг жадаллик билан кўпайиб бориши, аммо мазкур станцияларнинг эшиттиришлари ҳақидаги маълумотлар деярли йўқ бўлган бир шароитда радио ходимларининг асосий вазифаларидан бири – бу тингловчиларга кўп овозли эфирларда йўқолиб қолмаслик учун йўналиш кўрсатишдир.

Бу ўринда *жингллар* амалий роль ўйнайди. Жингл – радиоэфир безатилишининг мусиқали ёки вокал продакшн-унсури. Радиостанциянинг ҳар соатдаги аниқ вақтни эълон қилиш ID-jingle асосий жингл ҳисобланади. Масалан, *«Ҳамроҳ» радиосида аниқ вақт. Пойтахтда соат 12.00»*.

Кўп овозли республика радиоэфирда маълум станцияни *«Maxima» радиосида хабарлар»* каби янгиликларни аёнлашувчи характерли жингллар, ўзликни билдирувчи *«FM 100 y 5, ORIAT FM – муваффақиятли кишилар радиоси»* ва бошқа шу каби жингллар «таниб олиш»га ёрдам беради.

Станциянинг ўзига хос имижини ташкил этувчи, унинг стилистикасининг махсус беагани, микрофон олдидаги бошловчи – журналистларни таниб олиш услублари ҳам муҳим аҳамиятга эга. Мазкур хусусиятлар орқали эшиттиришни тинглай бошлаган одам студиядаги бошловчи *«Эфирда шундай станция»* деб эълон қилишидан олдин ва тезроқ кимнинг эшиттириш майдонида эканлигини тез орада билиб олиши

керак. Гарблик радио мутахассислари бунинг учун 5дан 8 секундгача бўлган муддатни берадилар. Албатта, радиостанцияни унинг тўлкини орқали билиб олиш мумкин, аммо нодавлат радиостанциялари частоталарининг бир-бирига жуда яқин бўлгани сабабли овозлар бир-бирига уйкалашиб кетган республикамиз шароитида буни амалга ошириш мушкул. Кўп жихатдан бу жараёни бошловчилар ва ди-джейларни бир станциядан иккинчисига ўтиши каби кадрлар қўнимсизлиги ҳам кийинлаштиради.

Радионинг имижи аниқ бўлишини бош сўз бирикмалари – станцияларнинг ўзига яраша шиорлари ҳам ташкил этади. «Ўзбекистон» каналининг шиори «*Оддий ва самимий*» – у эфирда дабдабасиз, оддийгина, самимий равишда айтилади, бу эса кўп овозли радиомайдонда станцияни қийналмасдан таниб олиш имконини беради.

Радиоканални танишга «**нон-стоп**», яъни бошловчи ёки ди-джей йўқлигидаги вақтда эфир оқимини тўхтовсизлиги ва бирлигини саклаш учун бадий жингллар ҳам кўмак беради. Бу гуруҳга радиостанциянинг логотиби эълон қилинмайдиган, дастурий маҳсулотни бир ягона бўлакка бирлаштирадиган, бир қўшиқдан иккинчисига мос равишда ўтишда уларни ёрқин, бойитилган кўринишга айлантирадиган, свипперлар, бамперлар, опенерлар (*opener*) киради.

Радио амалиётида **свиппер** – мусикали парчалар ва товушли эффектларга асосланган ва радиоэфирни безатилиши учун мўлжалланган продакшн элементи. Свиппер товушли идентификатор бўлиб, ўз ичига станциянинг номи, слогани ҳамда эфир частотасини камраб олади.

Опенер – радиостанцияга типик равишда хос мусика, қўшиқ.

Шуниси диққатга сазоворки, тингловчилар ўртасида юқори баҳоланадиган радиоканаллар бадий жинглларни тайёрлашда уларнинг форматига жиддий риоя қилишга интилади. Шундай қилиб, «Oriat Dono»да яқка тартибда ёки гуруҳ томонидан қуйланган чакирувларнинг беистисно барчаси оғзаки –

халк услубида тузилган. «Гранд» радиосининг жингллари эса мутлако Европа оҳанглиридан иборатдир.

Замонавий радиони асосан фон режимида тингланиши ҳисобга олинадиган бўлса, тингловчиларнинг эфирда керакли станцияни яхши аниқлаб олишини таъминлашда *бадий жинглларнинг* ўрни бебаходир. Агар турли ҳиссиётлар билан тўла бўлган мусикий композициялар тўғридан-тўғри микширлаштирилса, инсонда аччиқланиш, зўриқиш ҳислари пайдо бўлиши мумкин. Турли жанрлардаги кўшиқлар ўртасидаги ўтишларни жингллар бажарса, у одам диққатини ўзига тортади, композициялар ўртасидаги турли хиллилик сезиларсиз бўлади ва ҳеч қандай салбий ҳиссиётларни кўзгатмайди.

Амалиётнинг кўрсатишича, жингллар икки кўшиқни бирлаштиради, бунда эса эфирда узилиш туйғусидан кочишга муваффақ бўлинади. Ундан ташқари, жингллар бошловчи ёки ди-джей овози орқали вақти-вақти билан самарали алмаштириб турилади. Аммо уларнинг иккаласини бир вақтда қўллаш тавсия этилмайди. Биринчидан, яхлитлик бузилади, иккинчидан, бошловчининг овози матнни, мусикий каторни анча пасайтириши мумкин.

Қайд этиш лозимки, яхши жингллар радиоканалнинг ўзига мос ва қайтарилмас нодир саундини аниқлаш имконини ташкил этади. *Саунд* – инглизчадан «товуш» деб таржима қилинади ва ушбу атама оркестр, асбоб, овознинг ноёб жаранглашини тавсифи учун қўлланилади.

Худди шундай тарзда эфирда янграётган мусиқа, жинглларнинг усули ва характери тингловчига тақдим этилаётган дастурий маҳсулотдан нимани кутиш мумкинлигини ва ниҳоят, унинг станцияга ишончини оширади.

Маълум радионинг аниқ бир имижини ташкил этишга профессионаллар тилида мусикий белги («метка») деб номланадиган асосий мусикий фрагментлар ёки вокал асари хизмат қилади. Масалан, «Машъал» (ҳозир «Маҳалла») радиоканали бундай белги сифатида бастакор Ҳабибулла Шамсиевнинг композициясидан фойдаланган. «Oriat Dono» радиостанциясида эса ҳар куни эрталаб эфир куни бошланиши олдида

радиостанция учун махсус ёзилган «Асл айнимас» мадҳияси янграйди.

Рефренлар ва отбивкалар радиожурналистлар томонидан эшиттиришни ёки дастур ичидаги алоҳида материалларни фарқлаш учун ишлатилади. **Рефрен** – эски француз тилидан «такрорлаш» деб таржима қилинади ва мусикада асосий мавзу, бутун мусикали асар давомида такрорланадиган маълум мусикали материал, оҳангдир.

Эшиттиришни безашнинг бундай қисмлари оригинал, махсус яратилган жаранглардан иборат бўлади. Мисол учун, «Пойтахт» радиостанциясидаги хабарлар блокидаги янгиликлар бир-биридан клавишли мусика асбоблари томонидан яратилган мусика – челесталар орқали ажратилади. «Ёшлар» ва «Маҳалла» каналлари эса хабарлар дастурида Ўзбекистонда таникли бўлган кўшиқ ва куй асарларининг парчаларидан фойдаланишни афзал кўрадилар.

Ундан ташқари, бундай чегаралашлар газетадаги график безаш каби тизимли ролни ўйнайди. Овоз характерининг ўзгариши ёки овозларни рефлектор равишда алмаштирилиши бир канча вақт тингловчининг диққатини оширади.

Радионинг аудитория олдидаги имижини яратишда хабарларни ўқиётган суҳбатчи, эфирда бошловчилик қилаётган, алоҳида эшиттиришларни ўқиётганлар овози тагига мусикий трекларни (подлога) қўйилиши катта аҳамият касб этади. Улар ҳам умумий усулларга мос келиши керак. Миллий радиотизимлар тажрибасида «Сетор» радиосида «жўшқин рок» каби ибора тагидаги мусика ди-джей томонидан эълон қилинган рух ва услубга тўғри келмаслиги ҳолатлари учраб туради.

Одатдагидек, аксарият радиоканаллар, уларнинг фикрича, «хаётнинг ҳамма ҳолатлари»га мос келувчи мутлақо турли бўлган жингллар, лайнерлар, трекларга эгалик қилишга интиладилар. Бу нотўғри йўл. Барча ишларда нафакат ягона формат ва усул, балки радионинг ўзига хослигини таъкидловчи уларнинг умумий саунди ҳам сақлаб қолиниши керак.

Тингловчиларнинг эфирда ўзларига кераклигини осон топиб олишга эфир маҳсулотини **блок ва руқналарга** бўлиниши

кўмак беради. Шу ўринда ахборотга эҳтиёж ва блокларни ташкил этиш аудитория билан алоқани ушлаб туриш ва мустаҳкамлашга ёрдам беради. Аммо бу ерда ҳам меъёр бўлиши лозим. Давлат ва нодавлат радиоларининг эшиттиришларини киёсий таҳлили кўрсатишича, канал ишининг самарадорлиги, тингловчилар ўртасидаги рейтингى руқнлар сони ва ҳаттоки мавзули йўналишларнинг хилма-хиллиги билан эмас, балки бу руқнлар йўналишларининг аудитория эҳтиёжларига ва, албатта, станция форматига мос келиши билан аниқланади.

Радио ва аудитория ўртасидаги алоқани ўрнатиш ва қўллаб-қувватлаш, тингловчини эфирда яхшироқ ҳаракатланиши учун кўп жиҳатдан **анонслар** ҳам ёрдам беради. Улар туфайли аудитория кенг тасаввурга, бўлажак эшиттиришлар вақтини аниқлашга эга бўлади. Замонавий анонслар – эшиттириш маҳсулоти рекламасининг бир туридир. Кўплаб радиостанциялар, хусусан, «Ҳамроҳ», «Водий садоси», «O'riat FM» ҳар бир кейинги эшиттиришни ва унинг баъзи алоҳида бўлимларини блоклар ичида анонс қилишни кенг қўлламоқдалар. Бу эса, албатта, тингловчининг ҳаёт суръатлари тезлашишидан келиб чиққан амалиётдир.

Қайд этиш лозимки, турли радиоканалларда анонслар ҳам уларнинг форматларига мослаштирилади. Масалан, «Maxima» радиоси ўз дастурларини классик ахборот услубида анонслайди, «Наврўз FM» – бадиий, имижли, «Гранд» – ўйин услубида. Анонслар «vox pop» (қискача фикрлар, сўзлар йиғиндиси) шаклида ҳам эфирга узатилади.

Кўплаб радиостанциялар анонсларни дастур бошида беради. Бундай анонсларда қисқартирилган шаклда дастур мавзуси худди газета мақоласи бошидаги тагсарлавҳа каби дастурнинг мавзусини очиб беради. Бундай тажриба «O'riat FM» ва «O'riat Dono» радиостанцияларида кузатилади. Радиостанция ва аудитория ўртасидаги алоқани ўрнатиш ва олиб боришда турли характердаги эшиттиришларни ва уларнинг бўлақларини ўрнини алмаштириш, турли шакллар қўллаш билан қайта

эшиттиришлар, эслатишлар, киска мазмунни ёритиш каби услублар ҳам «ишлайди».

Радио аудиторияси кенг масофада тарқалганини ҳисобга олган ҳолда кўплаб одамларга мўлжалланган радиоэшиттириш ва шунингдек, якка тартибда ёки икки-уч кишидан иборат гуруҳга мўлжалланганлиги ҳам инобатга олинса, журналистнинг барча билан суҳбати ҳар бир одам билан алоҳида суҳбатга айланади. Оммага йўналиш ва ҳар бир одам томонидан алоҳида қабул килиниш каби объектив қарама-қаршилиқни енгиб ўтиш – радиожурналист профессионалигининг муҳим жиҳатларидан биридир. Бир томондан, ундан барча аудиториянинг эҳтиёжлари ва талаблари тилида гапира олиш қобилияти талаб этилса, иккинчидан, мулоқотнинг алоҳида услубида сўзлашиш вазифаси қўйилади. У олдингидек дабдаба-олқишли, расмий ва курук бўлмаслиги, ҳозирда учраб турадиган жуда ҳам бачканалашиб кетмаслиги керак, у ишончли, самимий, тингловчига эҳтиромли бўлиши лозим.

Ўзбекистон миллий радиостанциялари эшиттиришларининг таҳлили шуни кўрсатадики, журналистлар эфир дастурларини жонлантириш мақсадида радиоэшиттиришга мулоқот бўлақларини келтиришади: мантиқий саволлар, жонли суҳбатга мос бўлган сўзларнинг «нотўғри» тартибини қўллаш орқали аудиторияга бевосита ва билвосита мурожаат қилиш, паузалардан табиий равишда фойдаланиш, одамлар суҳбатига мос келадиган кулгу, нафас олиш, йўтал каби кўринишларни ишлатиш ва ҳ.к.

Санаб ўтилган услублар ўзича аудитория билан алоқанинг барча муаммоларини ҳал этмайди. Мавзу ғоясининг мулоқот шаклида олиб борилиши тингловчини журналист ўйларига шерик, бўлаётган воқеа иштирокчисига айлантиради. Бу ерда биринчи ўринга турли-туман радиоўйинлар, мусобақа ва викториналар, тингловчилар мактублари асосида тайёрланган эшиттиришлар, телефон орқали шоулар ва бошқа интерактив услублар аҳамиятлидир.

Юқорида айтилганларга хулоса тариқасида қайд қилиш мумкинки, услунинг умумий қоидалари йўқ ва бўлиши мум-

кин эмас. Хар бир радиостанцияда у ўзгача. Бир радиоканалга яхши бўлган нарсаси бошқаси учун тўғри келмайди. Мухими, тингловчи у ёки бу радиотизимни масс-медиянинг умумий оқимидан танлаб олишидир. Шунинг учун ҳатто энг кичик 15 секундлик руқ ўзгича ҳаёт кечириши мумкин эмас. У граммнингнинг ўзилмас қисмидир.

Усул – станциянинг «кутиси», «кийими»дир. Усул – бу унинг ҳаёт тарзи. Усул орқали радиостанцияларда аъёнлар журналистларнинг авлодидан авлодига ўтади. Радиони бадий санъат билан такқосласак, овозли суратлар нима билан ёзилгани эмас, қандай ёзилгани муҳимлигини қайд этишимиз жоиз. Биз эфирни икки ёки ундан ошқроқ қўшиқ ва жингдан иборатлиги учун ёки бошловчи матнининг мусикий подлогага мослиги жиҳатидан қабул қилмаймиз, балки таассуротни яратишдаги ҳар бир бўёқ, яъни алоҳида олинган эмас, балки бир-бирини тўлдирувчи эфирнинг ҳар бир қисми қун, ҳафтаси қўламинидаги бир бутун мажмуа деб ҳисоблашимиз муҳим.

Шундай қилиб, радиостанцияни аудитория билан алоқаси – ҳамкорлигини таъминлашга эфирни ташкил этишнинг ўзи ва тингловчилар диққатини жалб этиш ресурсларини фаоллаштириш услублари хизмат қилади. Бунда муҳим бўлган ролни журналистларнинг аудиторияга таъсир қилувчи индивидуал руҳий ва ижодий усуллар ўйнайди. Аммо, журналист ўз фаолиятида қандай услубларни қўллашидан, қандай усулларни ишлатишидан қатъи назар, муҳими, тингловчилар билан ўзаро муносабатларда у ўзини муносиб тута билиши, қўринмас ҳамсухбатининг тўғуларини, саволларини, таклифларини ҳис қилиши лозим. «Овозли сурат»ни ташкил этар экан, у эфир бўлақларининг барчасидан, яъни мусикадан, жингл, лайнер, бошловчилар матнидан, хабарлардан, руқлардан, рекламадан ва бошқалардан фойдаланган ҳолда «мўйқалам»ни уйғунлик ила ишлата олиши даркор. Шунда тингловчи радиостанцияни «ўзиники»дек қабул қилади, унинг ахборотларини эса факат ўзигагина йўналтирилгандек ҳис қилади, ўз шахсига эътиборни қўради, демак, эфирда берилаётган ҳамма нарсани қизиқиб тинглайди.

III БЎЛИМ

ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКА

Мазкур қисмда телевидениенинг пайдо бўлиши, ривожланиши, ихтирочилари, жамиятда тутган ўрни, вазифалари, телекурсатув тайёрлаш жараёнлари ўрганилади. Бундан ташқари, ўқувчида телевидениенинг ўзига хос хусусиятлари, унинг ахборот тарқатиш, рекреатив, интегратив, маънавий-маърифий, ташкилотчилик вазифалари ҳақидаги тасаввурни шакллантириб, бўлажак телерепортёрларга тележурналистика жанрларида ижод қилиш бўйича муайян тасаввур уйғотади. Замонавий тележурналистга қўйилаётган асосий талаблар, телевизион сценарий ёзиш маҳорати, курсатув тайёрлаш жараёни, замонавий телевидение технологиялари, тасвирга олиш ва бошқа муҳим босқичлар ҳам таништирилади.

Мазкур қисмдаги соҳага оид билимлар телевидение фаолиятида сиёсий, мафкуравий, маданий-маърифий плюрализмнинг ўта муҳимлигини тушунишларига қўмаклашишга, мустақиллик даврида ва ҳозирги бозор иктисодиёти шароитида телевидение сезиларли даражада кенгайганлиги ҳамда ахборот бозорининг изчил тараккий этиши янги телеканалларнинг пайдо бўлишига олиб келганлигини англай билиш ва шу асосда ТВ соҳасида фаолият юритишга йўналтирилган.

Телемахсулот тайёрлашга қўйиладиган асосий талаблар, курсатув тайёрлаш жараёнида муаллиф, режиссёр, бошловчи ва тасвирчининг вазифалари, сценарий қандай ёзилиши ҳақидаги билим ва қўникмалар, ахборот, таҳлилий ва бадиий-публицистик жанрларда телемахсулот тайёрлаш учун сце-

нарий ёза олиш, топириқдан эфирга кадар кўрсатув тайёрлаш жараёнида муаллифга юкланадиган асосий вазифаларни ва тўғридан-тўғри эфирда ишлай олишга кўникма ҳосил қилинади.

1-БОБ. ТЕЛЕВИДЕНИЕНИНГ ЖАМИЯТДА ТУТГАН УРНИ ВА АСОСИЙ ВАЗИФАЛАРИ

1-§. «Ахборот асри»да телевидение ва унинг бош вазифалари

Мутахассисларнинг янги асрга «Ахборот асри» деган нисбатни берганликлари бежиз эмас. Улкан армиялар, қудратли қуроллар бажариши мушкул бўлган ишни маҳсул йўналтирилган ахборотлар орқали амалга ошириш осонроқ ва қулайроқ бўлиб қолди. «Ким ахборотга эғалик қилса, ўша дунёни бошқаради», деган фикр қундалик ҳақиқатга айланди. Инсон ақлий тараккиётга қанчалик мойил бўлса, биологик нуқтаи назардан ҳам олишга ҳам шунчалик эҳтиёж сезади. Телевизион журналистиканинг тараккий этиб бораётган йўналишларида ҳам бу яққол намоён бўлмоқда.

Журналистика назариясининг асосий қонуниятлари ва тизимидан келиб чиқилса, маълум бўладикки, ҳозирги кунга кадар мутахассислар томонидан телевидениенинг анъанавий функциялари сифатида ахборот тарқатиш, маданий-маънавий, интегратив, ижтимоий-педагогик, ташкилотчилик, таълимий, рекреатив ва бошқалар кўрсатиб келинган¹.

Маълумки, телевизион асарлар бошқа оммавий ахборот воситалари материалларига қараганда анча мураккаб бўлиб, замонавий электрон техника воситалари ёрдамида яратилади. Космос орқали, сунъий ер йўлдошлари ёрдамида телевизион тасвирни узок масофага узатиш, кўчма телевизион станция, видеокамера имкониятлари ниҳоятда кенг ва улар ёрдамида ижодий ҳамда техникавий мўъжизалар яратилади. Шунинг учун ҳам телевидениенинг жамиятда тутган

¹ Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. 4-е изд. М.: Изд-во МГУ, 2004 – С.36–52.

ўрни ошиб бормоқда. Телетомошабинлар томонидан илик қабул қилинаётган янгиликлар дастурлари, жонли репортаж, мулоқот, тематик кўрсатув, долзарб мавзуларга бағишланган ток-шоулар, видеофильм, телесериаллар ҳамда дам олиш дастурлари эфирдан муқим ўрин эгалламоқда. Телевидение-нинг жамият тараққиётига ҳамда жамиятнинг ОАВга, хусусан ТВга таъсири ҳам кўтарилиб бормоқда. Жаҳон амалиётида мутахассислар ойнаи жаҳонга нафақат мафкура яратиладиган, уни шакллантирадиган даргоҳ, курул сифатида, балки турли ижтимоий-сиёсий қарашларни томошабинга етказадиган, маърифат таркатадиган оммавий ахборот воситаси сифатида қарашади.

Кўрсатувларда воқеликни ёритишда ҳаёт ҳақиқатидан келиб чиқиб ёндашиш, кенг халқ оммаси мақсадларини кўзлаб ҳаракат қилиш билан бирга шахсий манфаатларини илғари суриш, шароитга мослашиш ҳоллари, телетомошабин орзу-умиди, ишончи, эзгу мақсадлари бир томонда қолиб, реклама бериш, «ҳомийлик қилиш» ниқоби остида ОАВни тор мақсадга хизмат қилдириш, тўла назорат қилишни қўлга олиш ҳоллари ҳам учраб туради.

Телеэфир – турли ижтимоий-сиёсий доираларнинг, катта мулк ва капитал эгаларининг давлат ва ҳукумат билан, хусусий бизнес тарафдорлари билан халқ манфаати ва сиёсий партиялар нуқтаи назари тўқнаш қеладиған даргоҳдир. Шу сабабдан уларнинг ҳар бири ТВнинг ўзига хос хусусиятларини чуқурроқ ўзлаштиришга, ТВда ташвиқот сирларини яхшироқ эгаллашга, ҳатто ижодий жамоаларни қўлга олишга ҳаракат қилади. Бу, айниқса, давлат ва ҳукумат органларига сайловлар даврида кўпроқ ўз ифодасини топади. Шу сабабли кўп давлатларда бу ҳолатлар ва меъёрлар махсус қонуний ҳужжатларда ўз аксини топан.

Телевидениенинг ҳуқуқий-демократик давлат ва фуқаролар жамияти қуришда тутган ўрни юқори бўлиб, мамлакат ўтмиши, бугунги қуни ва келажаги ҳақида ҳаққоний ва юқори савиядаги кўрсатувлар тайёрлаш бугуннинг энг муҳим вазифаларига айланмоқда. ОАВ тизимида энг тезкор, энг халқчил,

энг таъсирчан бўлган электрон алоқа воситаси ТВ олдида ҳам катор долзарб ва залворли вазифалар турибди.

Телевидениенинг шитоб билан ҳар бир жамият ва инсонлар ҳастига кириб бориши натижасида аудиториянинг мамлакатимизда ва жаҳонда содир бўлаётган воқеа-ходисалар ҳақидаги ахборотга талаби ошиб бормоқда. Аҳоли фикрини ҳолисона шакллантиришдаги ўрни кўтарилмоқда. Аҳолини турли воқеа-ходисалардан воқиф қилиш, аҳоли маданиятини ошириш, маънавиятини бойитиш, дунёкарашини тўғри шакллантиришда телевидениенинг ахборот тарқатиш, маданий-маънавий, бирлаштирувчи (интегратив), ташкилотчилик, маърифий, мафкуравий, рекреатив каби вазифаларининг аҳамият кўлами кенгайиб бормоқда.

Санаб ўтилган мазкур функциялар орасида уч йўналиш алоҳида аҳамият касб эта бошлади. Булар **янгиликлар, маънавий-маърифий ва рекреатив (кўнгилочар) йўналиш**. Аммо, бу Ғарб ва Шарқда турлича нисбатда намоён бўлади. Ғарб журналистикасида материалларнинг тенг ярмини кўнгилочар йўналиш эгаллаган (50%), янгиликлар – 30%, маънавий-маърифий – 20% улушни ташкил этган. Шарқда эса, ижодий ишларнинг 40 фоизини кўнгилочар йўналиш қамраб олган. Бошқалари тенг улушларда намоён бўлади.

2-§. Телевидениенинг ахборот тарқатиш вазифаси

Юқорида санаб ўтилган халқаро журналистиканинг муҳим йўналишларидан бири **янгиликлар**дир. Кейинги 15–20 йил давомида тезкорлик билан етказилган ахборотга томошабин талаби ортди ва бу вазифа анча устувор аҳамият касб эта бошлади. Жаҳон оммавий ахборот воситаларида дунёнинг турли бурчакларида содир бўлаётган янгиликлар зудлик билан эфирга узатиляпти. 24 соат давомида янгилик етказиб турувчи «Си-Эн-Эн», «Ал-Жазира», «Russia Today», «Россия 24» каби каналлар пайдо бўлди. Воқеа содир бўлган жойдан, фавқулудда ҳолат жорий этилган қайноқ нуқталардан, дунёнигоҳи қаратилган муҳим ижтимоий-сиёсий, иқтисодий му-

аммоларни бартараф этиш юзасидан амалга оширилаётган келишувлар кечаётган жараёнлардан, тахликали ахвол кузатилаётган объектлардан тўғридан-тўғри янгилик узатиш бўйича каналлараро ракобаг юзага келди. Етакчи ахборот агентликлари, каналлар, журналистлар меҳнати ва машаққати туфайли жаҳон журналистикаси назариясида ахборотга фақат ахборот сифатида эмас, товар сифатида караш тенденцияси юзага келди. Ким ахборотни биринчи ва тез етказса, янгиликдан келади-ган даромад эвазига каналлар ва журналистларнинг иктисодий имкониятлари кенгайиб, молиявий қўллаб-қувватлаш ҳам ўса бошлади.

Аҳолининг талаб ва эҳтиёжлари:

- давр ўзгаришлари;
- сиёсий муҳит ўзгариши;
- психологиядаги ўзгариш;

– ахборотга муносабатнинг ўзгариши туфайли ортиб, ахборот дастурлари тайёрлаш ишига миллий босма ва электрон ОАВда ҳам алоҳида эътибор қаратилди. Информацион чиқишларнинг ҳажми, эфир вақти ва сони ошди. Давлат ва нодавлат радиостанциялар ҳар соатда мамлакат ва хорижда рўй бераётган янгиликларни кенг оммага етказмоқда. Янгиликларга бўлган талаб ортгани сари бу йўналишдаги дастурлар сони ошиши билан бирга, ахборот етказиш услубига ҳам кенг эътибор қаратилди. Мисол учун, «Ўзбекистон» телерадиоканалининг «Ахборот» дастури студияси жиҳозланиб, бошловчилар имижига аҳамият қаратилиб, малакали кадрлар масаласи кўриб чиқилди.

Лекин, гарчанд қиска вақт ичида «Ахборот» дастури шакл-шамойилида бир қадар ўзгаришлар сезилса-да, мазмун-моҳиятида ханузгача том маънода ўзгариш сезилмаётгани. «Тахлилнома» кўрсатувида кўтарилаётган мавзулар тахлили «Ахборот»га қараганда анча дадил ва теран кўринса-да, аммо танқидий-тахлилий кўрсатувлар жуда озлиги, томошабин қалбига кириб борадиган дастурларнинг етишмаслиги аён бўлиб қолди. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-

иктисодий ривожлантиришнинг асосий якунлари ва 2017 йилга мўлжалланган иктисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маърузасида уч жихатга алоҳида эътибор қаратилди. Булар танқидий таҳлил, катъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши кераклиги таъкидланган¹.

Ахборот дастурларининг бугунги ҳолати, ахборот тайёрлаш, қайта ишлаш ва узатиш борасидаги тажрибаларни ошириш устида ҳаракат давом эттириляпти. Булар нималарда акс этади?

Биринчидан, ЎзМТРК тарихида илк бор раиснинг ахборот сиёсати бўйича ўринбосари лавозими жорий этилди².

Иккинчидан, жонли эфир масаласига эътибор кучаймоқда. Бу ҳақда dia.uz электрон нашри: «Ўзбекистон телеканалининг «Ахборот» дастури 14:00да жонли эфирда намойиш этилди. Танқид тошларидан сўнг «Ахборот» дастури жонли эфирда чика бошлагани катта ўзгаришдир», деб ёзади³.

Учинчидан, кўрсатувларда стенд-аппарга алоҳида эътибор қаратилиб, танқидий-таҳлилий чиқишларга эътибор кучайди. Жойлардаги турли соҳаларга тааллуқли муаммолар журналистлар томонидан олиб чиқилмоқда.

Тўртинчидан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 30 март кунги видеоселектор давомида телевидение фаолиятини танқид қилиб, «ура-урачилик замони ўтди» деб айтган гапидан сўнг маҳаллий телеканаллар, хусусан «Ўзбекистон» телеканали хусусида танқидий фикрлар чоп этилган эди⁴. Журналист Фозил Фарход ижтимоий тармоқдаги саҳифасида

¹ <http://uza.uz/oz/politics/tan-idiy-ta-lil-atiy-tartib-intizom-va-shakhsiy-zhavobgarlik-16-01-2017>, 11.05.2017.

² <http://kun.uz/news/2017/04/04/uzmtrk-raisiga-urinbosar-tajinlandi>, 11.05.2017.

³ <http://dia.uz/uz/yangiliklar/ozbekiston/2017/04/04/prezident-tanqididan-song-jonlanish-axborot-jonli-efirda>, 11.05.2017.

⁴ <http://sputniknews-uz.com/news/20170417/5211239/Tahlilnomadagi-nou-xau-ozbekistonliklarni-hayratlantirdi.html>, 11.05.2017.

«Таҳлилнома»даги ўзгаришлар хусусида фикрларини куйидагича ёзиб қолдирган: «16 апрель кун кеч соат 9:00да эфирга узатилган дастурнинг янги формати, айрича киёфаси 9 апрель кунги русча-ўзбекча сонларидагидай кўнглимни кўтарди: саҳифалаш давомида нуктаи назар, таҳлил ва баҳолаш мезонларига ургу берилди. Демак, кўрсатув янги форматда эфир юзини кўрмоқда».

Беинчидан, шу пайтга қадар «Ўзрпорт ТВ» 24 соат мобайнида эфирга чиқиши, информаион канал сифатида намоён бўлаётгани. Эндиликда Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси таркибида янги форматдаги «O‘zbekiston 24» деб аталувчи миллий ахборот-таҳлилий телерадиоканал ташкил этилди. У хорижий мамлакатларда фаолият юритувчи ўз мухбирлар тармоғига ҳам эга¹.

80-йилларда жаҳон телеканалларида кузатилаётган ўзгаришлар миллий телеканалларда ҳам қайд этилди. Булар одамларнинг яшаш тарзидаги ўзгариш ва янгиликлар билан боғлиқ. Иктисодий жиҳатдан тўқис яшаган аҳолининг янгидан-янги эҳтиёжлари юзага келади. Шунинг учун ҳам дастлаб бу ўзгаришлар тараккий этган мамлакатларда кузатилди. Булар туб маънода ривожланиш, цивилизациянинг маҳсули саналади. Айнан шу йилларда АҚШда «Си-Эн-Эн» телеканали ўз фаолиятини бошлади. Канал дунёга ахборот етказишда етакчилиқни қўлга олди. Кейинчалик бошқа телехизматлар ҳам пайдо бўлди. Бир сўз билан айтганда, ахборот соҳасида кечаётган ўзгаришлар аҳолини керакли ва фойдали ахборот билан таъминлайди ва ахборий бўшлиқни тўлдиришга хизмат қилади.

¹ <http://kun.uz/news/2017/05/04/uzbekistonda-angi-uzbekiston-24-ahborot-talilij-telekanali-taskil-etiladi> , 11.05.2017.

3-§. Жаҳон телеканалларида рекреатив йўналишнинг оммалашуви

Бугун бутун дунёда интернет ёки телевизион журналистикадек юкори мавкени эгаллаган ижтимоий институтлар санокли. Аудиториянинг анъанавий босма оммавий ахборот воситаларига муносабати олдингидек оммавий эмас. Жамоатчиликнинг рекреатив характер устувор аҳамият касб этувчи телевидение, кино, интернет каби соҳаларга кизикишлари ортиб бормокда. Журналистика назарияси ва амалиёти мутахассислари бу тенденция хусусида ўзларининг муайян фикр-мулоҳазаларини анчадан бери илгари сурмокда. Янгиликлар журналистикаси 80-йилларда бутун дунёда кенг ёйилган бўлса-да, аммо кўнгилочар журналистика мавкеи кейинги йилларда кўтарилиб кетди.

Маълумки, рекреативлик дастлаб Япония, Фарб, сўнгра Россия ва нихоят, миллий журналистикамизга кириб келди. Россияда кўнгилочар журналистика тараққиёти борасидаги айрим мулоҳазаларга эътибор қаратилса, ҳолат яққол намоён бўлади. «Босма нашрлар, айнан «сарик матбуот» ҳам ёш авлод орасида кенг оммалашмаяпти. Унинг ўрнини ялтирок журналлар ва телевидение эгаллади. Ёшларда сиёсий ва ижтимоий масалаларга кизикиш йўқолиб борапти. Улар учун социум – Интернетдаги виртуал ҳаёт ҳисобланади. Улар жаҳонда нима бўлаётганини глобал тармок орқали билмокда.

Замонавий телевидениеда ҳам кўплаб дам олиш каналлари пайдо бўлди. Одамлар орасида нимани кўриш бўйича ички бахслар кетганда, бир пайтнинг ўзида «Биринчи канал»да янгиликлар, «Пятница»да «Орел ва Решка» дам олиш кўрсатуви эфирга узатилганда, кўпчилик «Пятница» каналини танлайди. Чунки, янгиликлар ишдан кейин мияга оғирлик қилади. Жинсий нуктаи назардан аёлларнинг рекреатив чиқишларга кизикиши юкори бўлса, эркекларнинг сиёсатга кизикиши хали-хануз давом этапти»¹.

¹ Шефер А. Журналистика в современном мире, <http://journalisti.ru/?p=40279>, 30.04.2016

Бу тенденция нафакат Россия, балки дунёнинг барча давлатларида кузатиляпти. Қозоғистонлик мутахассис Есенгүл Копкизи эфир вақтининг атиги 5–10 фоизини янгиликлар ташкил этаётганини таъкидлаб¹, 31-каналнинг 2015 йил 24 июнь чоршанба кундаги телекўрсатувлар дастурини тахлил қилган. Тонгги соат 6:00дан «Ризамын» дам олиш дастури, кейинги соатларда телесериал ва мультфильмлар, куннинг иккинчи ярмида дам олиш характеридаги «Эзілстудио», «Ерлаш», «КазахStar» кўрсатувлари ва яна икки сериал эфир юзини кўради. Фақатгина кечки 8–9 оралиғидагина «Информбюро» янгиликлар ахборот хизмати экранга чиқишини келтириб ўтган.

Ўзбек миллий телеканаллари дастурларига ҳам эътибор қаратилса, рекреатив чиқишлар бирмунча кўплигига амин бўлиш мумкин. «Ўзбекистон» телеканалининг 2016 йил 16 март телекўрсатувлар дастури кузатилса, 24 соат ичида эфирга узатиладиган чиқишларнинг 12 таси телесериал, теленовелла, бадиий фильм, ҳужжатли фильм ҳамда спектакллар намоишини ташкил этади. «Ассалом, Ўзбекистон!» дам олиш дастури эфирнинг 3 соатини эгаллаган. 1,5 соат вақтни банд этган иккита ток-шоу, 3,5 соатли турли мавзулардаги (хукукий, ижтимоий, маънавий-маданий ва маърифий аҳамиятдаги) 10 га яқин кўрсатув ҳамда 3 соату 20 минут вақт информაციон чиқишларга ажратилган². Рекреация эфир вақтининг асосий қисмини эгаллар экан, информაციон чиқишлар умумий йўналишдаги каналлар ҳажмининг камроқ қисмини ташкил этмоқда.

Янгиликлар йўналишидаги телеканаллар ахборот тайёрлаш ва аудиторияга тақдим этишнинг энг таъсирчан усуллари амалиётга жорий этмоқда. Инфотейнмент атамасининг амалда пайдо бўлиши ва қўлланилиши информაციон дастурларда кўнгилочар элементларнинг кириб келиши асносида

¹ Копкизи Е. Холдинги и шоу убивают умную журналистику. <http://365info.kz/2015/07/kto-prevratil-zhurnalistiku-v-instrument-agitacii-propagandy/>, 30.04.2016.

² «Ўзбекистон» телеканали дастурлари. – «Адолат кўзгуси», 10.03.2016.

бошланди. «Инфотейнмент (*infotainment*)» – «информация» (*information*) ва «кўнгилочар» (*entertainment*) деган икки сўзнинг қўшилишидан юзага келган¹.

Н.Зорков Россия телевидениесига инфотейнментнинг кириб келишига оид мақоласида дам олиш, кўнгилочар элементларнинг ахборот дастурларига кириб келиши Америка Қўшма Штатларида XX асрнинг 80-йилларида пайдо бўлганини таъкидлайди². CBS телекомпаниясининг «60 минут» ҳафталик чиқишида бошловчилар ўз репортажларида шахсий муносабатлари билан қахрамонлар иштирокида кадрда намоён бўладилар. Бу эса шу даврдаги АҚШ телевидениеси учун хос бўлмаган жиҳат эди. CBS канали тажрибаси тез орада АҚШдаги бошқа каналларни ҳам камраб олди. Фикримизча, аслида бу тенденция биринчи бўлиб Японияда бошланган, ундан кейин АҚШга ўтган.

NBC продюсери Нил Шапиро янгиликлар дастурининг сўнггисига ўзига тортадиган иллюстрация сифатида юкори, энг таъсирчан видеотасвир, графика, фантазия, махсус эффектлар билан бойитилган, шов-шувларга сабаб бўла оладиган телевизион сюжетларни эфирга узатишни йўлга қўйган³. Ҳафта охирида эса томошабинлар одатда асосий янгиликлар тафсилоти билан танишадилар. Айнан шу тамойил бўйича ABC («20/20»), CBS («48 hours») каналлари иш юрита бошлади. FoxNews инфотейнментни каналлар концепциясининг асосига қўйди. Инфотейнмент тарихига доир янада кенгрок маълумотларни Н.Голядкин⁴ ва Н.Картозия⁵нинг илмий чиқишларида

¹ PR-гlossарий // PR-клуб Московской Международной Бизнес Ассоциации. – <http://www.mibas.ru/Mibas/idp/clubs/pr/spellshock/ar...>

² Зорков Н.Н. Инфотейнмент на российском телевидении <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles>, 17.04.2016

³ Цит. по: Картозия Н. «Программа «Намедни»: русский инфотейнмент» // Меди@льманах. – 2003. – №3. – С. 11.

⁴ Голядкин Н.А. ТВ информация в США. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1995.

⁵ Картозия Н. «Программа «Намедни»: русский инфотейнмент» // Меди@льманах. – 2003. – №3. – С. 10 – 25.

кўриш мумкин. Инфотейнментнинг пайдо бўлиши аудитория кизикишлари доирасини кенгайтириб юборди. С.А. Михайловнинг таъкидлашича, Америка жамияти жиддий матери-аллардан чарчади. 1970-йилларда олиб борилган ижтимоий тадқиқотлар нагжаларига кўра, бир қолипда тайёрланган, курук ахборотлар ўқувчиларни кизиктирмай қўйган¹.

Айни шу даврда бошланган тенденция, янги асрнинг дастлабки йилларида янада тараккий топди. Америка теле-каналлари орасидаги аёвсиз рақобат уларнинг ҳар бирида ўзига хос жиҳатлар бўлишини тақозо этади. Янгилик ва тез-корлик бўйича дунёда олд ўринларда турувчи АҚШ телевиде-ниеси аудитория истеъмоли даражасидаги, унинг эҳтиёжини қондира оладиган инфор-мацион-дам олиш маҳсулотлари иш-лаб чиқаришдан чарчамаяпти.

90-йиллар бошида Иттифокнинг парчаланиши, мустақил давлатларнинг юзага келиши айрим иқтисодий, ижтимоий-си-ёсий, мафкуравий муаммоларни келтириб чиқарган бўлса-да, ахборотга бўлган талабнинг сусайишига олиб келгани йўқ. Телевидение экрани орқали берилаётган ахборотга аксарият томошабинларнинг ишончи жуда баланд эди. Яшаш тарзида-ги тезликнинг ошгани, иқтисодий муаммолар гирдобида ай-рим стресс ҳолатларга дуч келинган, психологик босим кучай-ган бир пайтда руҳий хотиржамлик, ҳаловатга бўлган эҳтиёж ошиб борди. Ахборотнинг кўпайиши оқибатида дам олишга бўлган мойиллик кучайди. «Ҳозирда анъанавий дам олиш дас-турлари ўсиб, кўрсатувларнинг янги шакллари пайдо бўлиб бормоқда ва уларнинг аксарияти ўзида кўнгилочарлик хусуси-ятини ифода этмоқда», – деб ёзади Петер Винтерхофф-Шпурк ўзининг «Медиапсихология. Асосий тамойиллар» китобида².

Миллий телеканаллар аудитория талаб ва эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда дастурлар тайёрлаш жараёнида ахборот оқими кўпайди, ҳаётнинг, одамларнинг яшаш сурати тезлаш-

¹ Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.

² Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Пер.с нем. – Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2007. – С.288.

ди, тезкорлик инсон ҳаётининг барча ҳолатларига кириб келди, стресс ҳолатлардан тезроқ чиқишга бўлган хоҳиш-истак ҳамда ташқи ахборот оқимининг кишилар онгига бўлган таъсири кучайди, аҳолига ахборотнинг шиддатли оқими орасида яшаш қийинчилик туғдира бошлади. Натижада асабийлик, ёлғизликка мойиллик кучайиб, ҳаётий муаммолар гирдобидан беталофат чиқиш хоҳиши кундалик заруриятга айланди. Мана шундай шароитда давр, замон ОАВ, хусусан энг таъсирчан ва кенг аудиторияга эга бўлган ТВ зиммасига масъулиятли вазифаларни қўйди. Ҳаётнинг ўзи тележурналистикадан мутлақо янгича ишлашни тақозо этди. Кенг маънодаги дам олиш кўрсатувлари мазкур зарурият асосида оммалаша бошлади. Телевидениенинг **рекреатив вазифаси** ана шу тўлқинда, қайд этилган эҳтиёжлар силсиласида вужудга келди, шаклланди ва ривожланди.

Рекреатив (лотин. «*recreatio*» – тиклаш) – «дамолиш, кўнгил очиш, ҳар хил стрессларни йўқотиш» деган маъноларни англатади¹. Бу ҳақда дунё олимларининг кўплаб фикр-мулоҳазалари мавжуд бўлиб, жумладан немис олими Петер Винтерхофф-Шпурк кўнгилочар кўрсатувлар телевидение дастурларидан кенг ўрин эгаллаётгани, уларнинг янгича шакллари пайдо бўлаётганини таъкидлаб: «Ҳаттоки, дам олишга ҳеч қандай алоқаси бўлмаган бошқа йўналишдаги дастурлар (мисол учун, янгилликлар, ахборот дастурлари, сиёсий баҳслар, таълимга оид кўрсатувлар) ўз жанр хусусиятини бирмунча ўзгартирди. Улар ахборот-дам олиш, ҳужжатли-дам олиш, таълимий-дам олиш дастурлари сифатида намоён бўлиб борапти», – деб ёзади². Олимнинг таъкидлашича, кўрсатувлар аудиториянинг дам олишга бўлган эҳтиёжини қондиришга ҳам хизмат қилмоқда. Демак, экран рўпарасидаги томошабинлар тафаккурида ҳам фавқулодда қутилмаган ўзгаришлар содир бўлди. Унинг ахборотдан хабардор бўлиш истаги билан бирга, дам

¹ Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика. 4-е изд. - М.: Изд-во МГУ. 2002. – С.52.

² Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. Пер. с нем. – Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2007. – С.253.

олишга бўлган эҳтиёжи ҳам ошди. Телевизион журналистика назариясида, телевидениенинг ахборот таркатиш, ижтимоий-сиёсий, маънавий-маърифий, маданий, таълимий, мафкураравий каби вазифалар кайд этилган бўлиб, шу даврга қадар унинг ахборот таркатиш вазифаси етакчилик қилаётган бўлса, эндиликда ТВнинг рекреатив вазифаси устунлик қилаётибди.

Миллий телевидениемизда эфирга узатиладиган рекреатив дастурларнинг асосини:

- мусикий кўрсатувлар;
- ҳажвий кўрсатувлар;
- ток-шоулар;
- интеллектуал ўйинлар;
- бадий фильмлар ва телесериаллар ташкил этди.

Давлат ёки нодавлат, марказий ёки вилоят канали – бундан қатъи назар, мазкур йўналишдаги дастурлар бугунги кунда эфир вақтининг асосий қисмини банд қилмоқда.

Бугунги кунга келиб рекреатив журналистиканинг қуйидаги йўналишлари ва типологияси юзага келди:

- алоҳида гуруҳлар маданияти;
- кизикиш бўйича бирлашган ташкилотлар;
- спорт журналистикаси;
- мусика журналистикаси;
- «аёллар» ва «эркаклар» журналистикаси;
- дам олиш юмористик матбуот;
- шов-шув, жанжал ва миш-мишни ўз ичига олган бульвар (кўча) матбуот;
- фантастика, саргузашт ва саёҳат йўналиши;
- эзотерик матбуот; сирли, динлар;
- хизмат ва товарлар ҳафталиклари;
- сервис матбуоти – таништирув хизмати;
- маълумот-тавсия нашрлари;
- телегид нашрлари;
- рангли ва «сарик» матбуот¹.

¹ Karimov A. Types and trends of recreational journalism, T.: «Филология масаллари», 2016 йил 2-сон, - Б.82-85.

Матбуотда рекреативликнинг пайдо бўлиши вақт ўтиши билан юзага келган бошқа медиаларда ҳам кўрина бошлади. Дунё медиалари бизнинг аудиторияни маҳв этишга киришди. Унинг оқибатлари ҳозиргача сезилади, маънавий тазйиқ ва ахборот хуружи кўринишида ўз таъсирини ўтказмоқда.

Глобаллашувнинг ўсиб келаётган ёш авлод тарбиясига ўтказаятган салбий таъсири эфирга узатилаётган телевизион лойиҳаларда намоён бўлади. «Оммавий маданият»га берилишнинг салбий оқибатлари ёш авлоднинг ўзини тутиши, муомала маданияти, кийиниш услуби, бир сўз билан айтганда, маънавиятида ўз аксини топади. Телевидениенинг кўп йиллик сайёравий тажрибасидан маълумки, бу восита «оммавий маданият»нинг асосий тарғиботчиси бўлиб хизмат қилиб келмоқда.

Жаҳон телевидениеси таъсирида «оммавий маданият» домига илиниб қолаётган ёшларни асрашнинг бирдан-бир йўли, улар дидига, савиясига, дунёкарашига, маънавиятига ижобий таъсир этадиган, хориж каналлари дастурларидан сифати юқори бўлган, ижод майдонида баҳсга кириша оладиган, хориж лойиҳаларидан қолишмайдиган ҳар томонлама мукамал медиаматн асосига қурилган профессионал журналистларнинг сара асарларига эҳтиёж юзага келди.

4-§. Телевидениенинг маданий-маънавий ва маърифий вазифаси

Журналистиканинг навбатдаги учинчи йўналиши – **маданий-маънавий ва маърифий йўналиш**даги чиқишларга ҳам эҳтиёж қатта. Маълумки, мамлакат мустақиллигидан сўнг ўзликни англаш, миллий урф-одат, анъана ва кадриятларга бўлган эътибор ҳар қачонгидан ошди. Бу эътибор босма ва электрон оммавий ахборот воситаларида ҳам ўз аксини топди. Ўтган йиллар давомида маданий-маънавий вазифани ўзида ифодалаган материалларга кенг ўрин ажратилди. Таълим-тарбия масалаларига бағишланган, ёш авлодни миллий истиқлол ғояларига садоқат руҳида тарбиялашга ёрдам берадиган ижо-

дий ишлар сони ортди. Аудиовизуал журналистиканинг ёш авлод тарбиясига, миллий ва умуминсоний ахлоқнинг шаклланишига таъсир кучи инобатга олиниб, шу йўналишдаги «Оталар сўзи – ақлнинг кўзи», «Бир ўлкаки», «Одамлардан бири», «Яхшилик», «Минг бир ривоят», «Денгиздан томчи», «Меҳр кўзда» сингари лойиҳалар намойишига эътибор қўйилди. Булар каторида янги номдаги кўрсатувлар пайдо бўлди. Асосий эътибор инсон маънавиятини бойитишга ҳизмат қилувчи унсурларга эмас, инсон маънавияти таҳлилига, илмий нуктаи назардан маънавият сўзининг маъносига, кенг ҳажмдаги муҳокамаларга берилиб кетилди. Томошабин эса бундан безди. Бу мавзудаги кўрсатувлар нафақат телеэкранда кўпайди, балки матбуотда ҳам, радиода ҳам узлуксиз ёритилди.

Филология фанлари номзоди О.Тошбоев шундай фикрларни билдиради: «Мустақилликнинг илк йиллари матбуотимизда, телевидение ва радиода миллий анъана ва қадриятларни тиклаш, маънавий ва маданий меросни ўрганиш, тарғиб этиш борасида шу қадар кўп ёзилдики, охир-оқибат, шу мавзуда гап кетса, одамларнинг энциклопедия қотадиган бўлди. Биз энг азиз, но-зик ва сирли мавзуларни ҳам сийқалаштириб, кўпчиликнинг ихлосини қайтардик. Меъёр бузилди, аниқроғи, уни ўзимиз буздик! Истиклол матбуотининг дастлабки беш йилида юқоридаги манзара устувор бўлди, кейин эса... воқелик тамомила бошқа ўзгаришга кўчди»¹.

Муаллиф таъкидлаган жараёнларнинг юзага келишида телевизион журналистларнинг малакасизлиги, телевидение имкониятларини тўла ишга солинмаганлиги, режиссуранинг ночорлиги, тасвир ва матн уйғунлигининг йўқолиши, маърузабозликнинг юзага келиши, услубнинг эскилиги, бир услубдаги қолиплардан фойдаланиш, телевизион ракурсларнинг бузилиши, телесценарийларнинг бўшлиги, матбуот ва бадий адабиёт тилига таяниш ҳолатлари, телевидение тилининг тўла

¹ Тошбоев О. Глобаллашув ва миллий маданият. – Т.: «Тафаккур», 2006. 1-сон. – Б.23.

инобатга олинмаганлиги сабаб бўлди. Бундай вазиятда томошабин ўзи учун янги ахборот манбаи кидиради. Кабель телевидениеси, сунъий йўлдош антенналари, интернет тармоғи имкониятлари оркали хориж ахборот воситаларига мурожаат этишга киришади. Бу нафакат Ўзбекистонга, балки бутун дунё телевидениесига хос тамойилдир.

Бир қарашда беозор кўринадиган «мафтункор, жозибали» воситаларнинг, аудиовизуал журналистика – интернет, радио ва телевидениенинг, чиройли кўриниш ва манзараларга буркалган кўп серияли кино маҳсулотларининг, телевизион сериалларнинг, бир сўз билан айтганда, медиаларнинг аудиторияга таъсири юқори. Бунда айрим хориж телеканаллари асосий эътиборни ёш авлод онги ва калбига таъсир ўтказишга қаратади. Мулоҳазаларимиз аввалида таъкидлаганимиздек, инсон аклий тараққиётга канчалик мойил бўлса, биологик нуктаи назардан дам олишга ҳам шунчалик эҳтиёж сезади. Ахборот хавфсизлиги асосларини ўрганган одамга маълумки, томошабинга хузур бағишловчи кўрсатув замирида ахборот хуружи, маънавий тазйик ётиши мумкин. Ахборот бериш билан бирга, янгича ёндашув ва ракурсларга бой бўлган хориж телеканаллари кўрсатувлари томошасига шошаётган аҳолини ушлаб туриш учун миллий телеканаллар ижодкорлари олдида қатор вазифалар туради. Лекин аксинча, бунинг олдини олиш ўрнига хориж каналларида бериладиган айрим кўрсатувларга тақлид йўсинидаги дастурлар ҳам юзага келди.

1970–2000 йилларда Сан-Диегодаги Калифорния университетида профессор лавозимида фаолият олиб борган Герберт Шиллернинг фикрича: «Америка теледастурларининг энг асосий мақсади савдо ва дам олишга кўмаклашиш» ҳисобланади. У фикрини давом эттириб, кўрсатувлар самарадорлигини оширишда ахборот узатишнинг энг мақбул йўли сифатида электрон ОАВ танланаётгани ва кўнгилочар чиқишлар жорий қилинаётганини келтириб ўтади. Бозор шаронтида медиаларнинг ўрни юксаклиги таъкидланади. Кўнгилочар дастурларнинг томошабини кўп. Бу йўсиндаги лойиҳалардан

махсулотлар ва хизмат турлари рекламаси учун фойдаланиш мумкин.

Халқаро журналистиканинг муҳим йўналишлари саналар экан, тижоратнинг соҳага кириб келаётганини ҳам эътибордан четда қолдириб бўлмайди. Мутахассислар: «Реклама берувчилар ва хомийлар энг янги, самарали ва интенсив усуллар орқали «совға»ларини аудиторияга йўналтиришмоқда», – дейдилар¹.

Пулли телевидениенинг юзага келиши, ахборот кўринишидаги рекламалардан фойдаланиш, кино ва сериаллар оғушида реклама маҳсулотларини тарқатиш реклама берувчиларга катта фойда келтирмоқда. Тижорат телевидениелари ва шу йўналишлардаги кўрсатувлар кўпаймоқда. Тижорийлашувнинг телевидение соҳасига илдам кириб келиши миллий телеканалларда ҳам кузатилди. Товарлар ва хизматлар рекламаси йўлга қўйилди. Реклама беришнинг қонуний асослари ишлаб чиқилди ҳамда меъёрлар белгиланди. Тижорат кўрсатувлари вужудга келди. Бу XX асрнинг охири – XXI асрнинг бошида Ўзбекистон телевидениесида жиддий тус олган ҳодисадир.

Корхона ва ташкилотлар маҳсулот ва хизмат турлари рекламасини беришда томошабин диққатини ўзига жалб этадиган кўрсатувларни танлайди. Рекламадан тушадиган даромад телеасарнинг томошабинбоплигига боғлиқ. Дастурлар сифатини ошириш ва томошабинларга энг яхши лойиҳаларни тақдим этиш ижолкорларнинг асосий мақсади саналади. Дунёга машҳур КВС телекомпанияси энг катта даромадни рекламадан топади. Унинг 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, экрандаги чиқишларнинг мазмун ва сифатини яхшилаш талаб этилади. Мисол учун, Россияда дастурларнинг бирор-бир маҳсулот

¹ *Уэбстер Ф.* Теория информационного общества. Пер с англ. М.В.Арапова, Н.В.Малыхиной. Под ред. Е.Л.Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С.177.

белгиси остида ёки машхур шахслар иштирокида ўтиши одатга айланган. Чунки, машхур шахслар ҳаётига томошабиннинг кизикиши доимо юкори. Эфир ваكتининг асосий қисмини эгаллаётган кўнгилочар «Аншлаг», «Армейский магазин» («Армия дўкони»), «КВН», «Марафон -15», «Поле чудес», «Смехопанорама», «Тема», «Что? Где? Когда?», «Угадай мелодию», «Я и моя собака» каби кўрсатувларда реклама берувчилар яхши даромад топади.

«Америкаликлар учун дам олиш дастурлари – энг машхур маҳсулотлар ҳисобланади. Ана шу маҳсулотлар (кино, теледастурлар, шоу бизнес) орқали улар ўз ғоя, қараш ва ҳаёт тарзини сингдиради. Ғарб жамияти кино саноатини молиялаштиради, глобал реклама кампаниялари орқали ўз мафкурасини сингдириб боради»¹. Замонавий теледастурлардаги ўзгаришлардан навбатдагиси кинонамоишларга кенг ўрин ажратилганидир. ОАВнинг дам олиш вазифаси кенг микёсга эгаллагани боис, шу йўналишдаги нашрлар ва кўрсатувлар аудитория орасида машхур бўла бошлади. Телетомошабинлар ўртасида ўтказилган сўровлар натижасига кўра телевидение соҳасида уч йўналишдаги кўрсатувлар (кинонамоишлар, ахборотлар ва дам олиш дастурлари) энг юкори рейтингни – 81,9 фоизни кўрсатган эди. Булар «Поле чудес», «Городок», «Сам себе режиссёр» ва бошқалар². Номини тилга олинган дастурларнинг аксарияти кинонамоишлардан иборат экани, аудитория талабининг натижаси саналади.

ОАВнинг рекреатив вазифаси одамларнинг даромади кўпайиши, бўш вақти ошиши омиллари билан маълум даражада боғлиқ. Профессор Я.Засурскийнинг ёзишича, «Бўш вақт саноати, кўнгилочар дастурлар индустрияси замонавий иктисодиётнинг муҳим таркибий қисмига айланиб бормоқда, одамларда бўш вақт кўпайгани сари бу янги даромад бугун-

¹ 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. – С.179.

² Система Средств Массовой Информации России. Под редакцией Я.Н.Засурского. М.: Аспект Пресс, 2001. – С.27.

ги кунда айнан хизмат кўрсатиш соҳаси, оммавий маданият ва ОАВ – яъни бўш вақтни тўлдиришга қаратилган соҳаларга айланмоқда»¹.

Замонавий жаҳон ва миллий журналистикада кечаётган янгиланиш жараёнларининг таҳлилидан қуйидаги хулосалар чиқарилди:

- журналистика ҳар қачонгидан шиддатли ўзгаришлар жараёнини бошдан кечирмоқда;

- журналистикада ўзаро рақобат муҳити, аудитория учун кураш журналистлардан янада изланувчанлик, топқирлик ва касбий маҳоратга эришишни тақозо этмоқда;

- умумий ўзгаришлар майдонида миллий журналистикада ихтисослашув тенденция тусини олмоқда;

- ўзгаришлар тенденцияси ҳам давлат, ҳам нодавлат телеканалларида кузатилмоқда;

- жамият ҳаётидаги ўзгаришлар аҳоли психологиясига жиддий таъсир кўрсатмоқда, чунончи кишиларда дам олиш, хордик чиқариш ва кўнгил очиш руҳидаги кўрсатувларга мойиллик кучаймоқда.

Демак, ҳозирда бутун жаҳонда кечаётган туб ўзгаришларни кузатган ҳолда шуни таъкидлаш лозимки, уч асосий ҳолат:

- ихтисослашув;

- тижорийлашув;

- хусусийлашув журналистлар фаолиятига, уларнинг ижодий маҳоратига ўз таъсирини кўрсатди. Буларнинг оқибатида ОАВда товарлар ва хизмат турлари рекламаси кўпайиб, ундан тижорат максасида фойдаланиш кучайди. Жамоатчилик талаб ва эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда кўрсатувлар тайёрлашга киришилди. «Аудиториянинг дам олишни исташи ва яхши кўриши»² материалларда ҳам ўз аксини топди. Мусика, кино, шоу-бизнес билан боғлиқ бўлган кўнгилочар

¹ Засурский Я.П. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий. – М.: Изд-во МГУ, 2000. – С.26.

² Узбестер Ф. Теории информационного общества. Пер с англ. М.В.Арапова, Н.В.Малыхиной. Под ред. Е.Л.Варгановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С.198.

лойихалар тармоғининг кенгайгани замонавий журналистикага ўзгаришлар олиб кирди.

5-§. Телевидениенинг мафкуравий вазифаси

Телекоммуникация соҳасидаги инқилоб натижасида айрим давлатлар яширмоқчи бўлган ахборотдан шу давлат аҳолиси хабардор бўлмоқда. Телекоммуникация чегара билмайди, сиёсий тузумни ҳам танламайди. Инсоннинг ахборотга бўлган кизикишини сўндириш асло мумкин эмас, балки уни қондириш кераклигига кўпчилик амин бўлиб бормоқда.

Телевидение амалиётчиси И.Абдухоликов ўз маърузаларининг бирида қуйидаги воқеани эслаб ўтади: «1980 йил... Москва... Иттифок республикалари давлат телерадиокомитетлари раислари, марказий телевидение ва бутуниттифок радиосининг жойлардаги мухбирлари пунктлари мудирлари кенгашида Арманистон Давлат телерадиокомитети раиси шундай деган эди: «...Эрон билан мамлакатимиз (Арманистон) чегараси ҳудудида мафкурамизга гўғри келмайдиган, асосан АҚШ телекўрсатувлари намоиш этилмоқда. Миллий кўрсатувларимиз Америка теледастурлари билан рақобат қилолмайди. Телетасвирларимиз сифати анча паст ва радиосигнал узатгичларимиз уларникидан анча камқувватли. Агар тез орада уларга қарши курашни бошламасак, қудратли узатгичларни ўрнатмасак, ахборотни факат улар таркатса бу нимага олиб келишини, бизни нима қутаётганини ва охири нима бўлишини айтиш қийин. Бизга Иттифок ҳукуматининг, давлат ТРКнинг зудлик билан моддий техник ёрдами зарур».

Ёрдам кўрсатилмади... Бироз ўтиб Американинг «Интелсетъ» сунъий ер йўлдоши орқали бутун дунёга АҚШ теледастурлари намоиш этила бошланди. Параболик антенналар пайдо бўлди. Космосдан туриб бутун Иттифок ҳудудига ахборот ёғила бошлади. Иттифок каналлари дастурларида Ғарб тенденцияларига ҳос ўзгаришлар содир бўлди ва бу ҳозирги кунгача давом этмоқда. «Французский поцелуй», «Любовь с первого взгляда», «Каникулы в Мексике», «Love машина»,

«Следующие» сингари кўрсатувлар Шарқ менталитетига мутлақо зид ҳисобланади. Бундай теледастурлар жамоатчиликни безовта қилмоқда.

«Оммавий маданият» Ғарб дунёсида ўтган асрнинг иккинчи ярмида шаклланди. Уни Ғарбда «популяр» ёки қискартирилган ҳолда, «поп-культура» (яъни, «оммавий маданият») деб аташади. Ғарчи «маданият» деб аталса-да, аслида, туб мазмун-маъносига, мақсад-ниятига кўра «оммавий маданият» чинакам маданиятнинг қушандасидир. Мутахассислар (файласуф ва социолог олимлар)нинг фикрича, ҳали илм-фанда «антикультура» («ғайримаданият») деган илмий тушунча шаклланмаганлиги учун «Поп (оммавий) маданият» тушунчаси ночорликдан қўлланилмоқда. Чунки, «оммавий маданият» аслида маданиятсизлик, яъни маънавиятсизлик ва ахлоқсизлик синонимидир»¹.

Кўрсатувларда хориж каналлари дастурларига кўр-кўрона тақлид қилиш, миллий менталитетни инобатга олмаслик, телевидениенинг анъанавий мақсад ва вазифаларини тўла эътиборга олишнинг бузилиши каби айрим масалалар кўзга ташланмоқда. Мавжуд муаммолар илмий-тадқиқот нуктаи назаридан ўрганишга муҳтож бўлиб, уларни бартараф этиш бугуннинг энг муҳим вазифаларидан саналади. Телевидениенинг **мафкуравий вазифаси** ана шу бахс ва тортишувларда намоён бўлади.

Телевидениенинг баркамол авлод тарбиясидаги ўрни юқорилиги кейинги йилларда яққол намоён бўлмоқда ва унинг **бирлаштирувчи (интегратив), ташкилотчилик** вазифалари чиқишларда кенг акс этмоқда. Наркомания, ОИТС, чёкиш, терроризм каби бугун бутун дунёни ларзага солаётган иллатларга қарши қаратилган кўрсатувларга дастурларда кенг ўрин берилди. Бу иллатларнинг хавфи, қора доғлари ёш авлод қамолотига ғов ясайди. Қўллаб кўрсатувларда бу мавзуларда махсус бахслар ташкил этилди. 80-йилларда миллий телевидениеда

¹ Сафаров М. «Оммавий маданият» – маънавият қушандаси», info.islom.uz «Маърифат» газетаси.

ўсиб келаётган ёш авлоднинг кизиқишларини ўрганиш, томошабинлардан келаётган хатларни умумлаштириш мақсадида ташкил этилган, давримизнинг долзарб муаммоларини ўртага қўйиши билан ажралиб турадиган «Баҳс» кўрсатувида аниқ мисоллар билан унинг ижтимоий томонларини очиш, сабаб ва оқибатларини таҳлил қилиш кўзга ташланади: «...лоқайдлик, ичкиликбозликни фош этган сонлари телеэкран каршисида ўтирган ҳар бир томошабинни кўрсатувнинг бевосита иштирокчисига айлантирди»¹. Хориж телеканаллари тажрибасидан шу маълумки, маълум гоё ва қарашлар атрофида бирлашган гуруҳ ва жамоалар оммавий тарзда ҳавф солаётган иллатларга қарши бош қўгаради. Бу тажриба миллий телеканалларда ҳам қўлланган. Мисол учун, А.Аброрхўжаевнинг «Ёшлар» телеканалида бир неча йил узлуксиз эфирга чиққан «Саломат бўлинг!» телелойиҳаси доирасида 2001–2003 йилларда мактаб, коллеж, олий ўқув юртларида иллатларга қарши ёшлар шиор ва чакириқлар билан бирлашиб, оммавий кураш ташкил этилган. Ташаббус билан чиққан таълим муассасаларида иллатларга қарши расм, шеър, хикоя, театр томошалари танловлари уюштирилган. Бунда телевидениенинг ҳам бирлаштирувчи, ҳам рекреатив функциялари яққол кўринган. Кейинги босқичда рекреатив вазифа аҳамияти янада ортиб, пойтахтимиздаги «Туркистон» санъат саройида чекишга қарши хайрия-концерт шаклидаги махсус акция, яъни шоу ташкил этилиб, унда ёшлар ва жамоатчилик эътиборига тушган санъаткорлар таклиф қилинган. Эътиборли томони, дастурга ташриф буюрган меҳмонларнинг биронтаси чекмаслиги, чекиб юрганлар қираверишда сигарет қутиларидан воз кечиб, махсус ясалган ахлатга улоқтиришлари шарт қилиб қўйилган. Дастур якунида бу ахлат қутиси иштирокчилар кўз олдида ёкиб юборилган.

Кўрсатув қайси жанрда тайёрланмасин ёки қандай вазифани бажармасин, бундан қатъи назар, уни тайёрлаш-

¹ Ўтаев Ў. Телевидение – давр кўзгуси. – Т.: «Ўзбекистон», 2010. – Б. 46-47.

га қўйиладиган муайян талаб ва меъёрлар бор. Булар телемахсулотнинг сифатига таъсир кўрсатади. Кейинги мавзуларда ана шу талабларни бирма-бир кўриб чиқамиз.

2-БОБ. ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХИДАН

1-§. Халқ оғзаки ижоди ва бадиий адабиётда ойнаи жаҳон орзуси

Инсоният пайдо бўлганидан буён у узок ва мураккаб табиий ривожланиш — эволюцион, инкилобий — сунъий сакраш жараёнларини бошидан кечирди, катта ижтимоий-сиёсий ва илмий-техник тараққиёт йўлини босиб ўтди. Катта масофалар тўсиқ бўлмай қолди. Бир йўла миллионлаб одамлар билан боғланиш, уларга тўғридан-тўғри мурожаат қилиш, улар билан мулоқотга киришиш имконияти (интерактив ОАВ) пайдо бўлди.

Оммавий ахборот воситалари ахборот тарқатиш, алоқа ўрнатиш, инсон хатти-ҳаракатларини, унинг маданий даражаси, характери, турмуш тарзини ўзгартиришга қодир бўла бошлади. Алоқа қилиш воситалари кенг халқ оммаси иштирок этадиган демократик гадбирлар, айниқса сайлов жараёнига ўзининг жиддий таъсирини кўрсатмоқда. Масс-медиялар универсал воситага айландики, улар ҳатто оддий дўкондан нима сотиб олишдан тортиб, инсон нимани орзу қилса, ҳамма-хаммасига ўз хизматларини таклиф этиб, жамиятнинг барча жабҳаларига кириб борди.

Профессионал тележурналистика XX асрнинг 60-йилларида оёққа тура бошлади. Телевидение жанрлари, тележурналистиканинг дастлабки турлари ва шакллари юзага келди.

Ўтган асрнинг 70-йилларини эса телевидениенинг балоғат ёшига кириш даври деса бўлади. Видеоленга тасмасининг пайдо бўлиши ҳам худди шу даврга тўғри келади. Бу даврда телекўрсатувларни ёзиб олиш ва сақлаш имконияти пайдо бўлди. 80-йиллар собиқ совет Иттифокининг парчаланишидан аввал телевидение «қайта қуриш ва ошқоралик даври»ни

бошидан кечирди. 1991 йили СССР Давлат телевидение кўмитаси тугатилиб, МДХ мамлакатлари катори Ўзбекистонда ҳам мустақиллик даври телевидениеси шакллана бошлади.

Телевидениенинг ОАВ тизимида тутган ўрни ва аҳамияти ниҳоятда катта бўлиб, бугунги ижодкорлар аудитория эҳтиёжидан келиб чиқиб, дастур тайёрлашга аҳамият қаратмоқдалар. Инсон руҳияти шунақа-ки, вақт нуктаи назаридан ўтиб кетган, кеча ёки илгари кун содир бўлган ҳодисаларга қараганда, ҳозир, шу дақиқаларда содир бўлаётган воқеалар уларда кўпроқ ва каттарок қизиқиш уйғотади, киши диққат-эътиборини ўзига жалб қилади.

Бундай кўрсатувларда воқеанинг ҳаётда содир бўлиши билан уни телетомошабинлар томонидан қабул қилиниши кузатилади, реал вақт нуктаи назаридан бир пайтнинг ўзида содир бўлади. Бундай имкониятни фақат электрон оммавий ахборот воситаларигина яратиб бериши мумкин. Тўғридан-тўғри репортаж инсонда доимо катта қизиқиш уйғотади. Сабаби, экранда аввал бўлиб ўтган, ёзиб олинган, монтаж қилинган ҳаётнинг акси эмас, худди шу дақиқаларда содир бўлаётган реал ҳаётнинг ўзи кўрсатилади. Бундай кўрсатувларда томошабин кўз ўнгида турли хил қутилмаган воқеа-ҳодисалар эфирда содир бўлиши мумкинлиги киши диққат-эътиборини оширади ва экран олдида маҳкам ушлаб туради.

Шундай воқеалардан бири 1963 йили Американинг 35-президенти Джон Кеннедига Даллас шаҳрида қилинган суиқасддан сўнг содир бўлди. Президент қотиллигида айбланаётган Джек Рубининг бир қамокдан иккинчи қамокқа олиб кетиш пайтидаги унинг отиб ўлдирилиши телевизион трансляция пайтида бутун Америка халқи кўз ўнгида содир бўлди.

Энди ана шундай XX аср мўъжизасининг қачон, қаерда пайдо бўлганини ва у қим томонидан қашф этилганига тўхталиб ўтамиз. 1907 йил. Петербург технология институти профессори Борис Львович Розинг томонидан ярим механик, ярим электрон усулда масофага берилган ва қабул қилиб олинган телевизион тасвир бўлажак электрон телевидение назарий

асосларини ва қисман уни ҳаётда яратилишида ҳал қилувчи аҳамият касб этди.

Ва нихоят, 1925–1928 йилларда Тошкентда жаҳонда биринчи бўлиб бугунги кун электрон телевидениеси кашф этилди, дейишимизга тўла асос бор.

XX асрнинг 20-йилларида Тошкентда Ўрта Осиё Давлат университети (ҳозирги Ўзбекистон Миллий университети) физика лабораторияси ходими Борис Павлович Грабовский, унинг сафдоши Иван Филиппович Белянский томонидан тўла электрон телевидение техник мажмуаси яратилди.

Жаҳон телевидениеси тарихида «Тошкент телефоти» деб ном олган бу ихтиро Ўзбекистон пойтахтининг Шайхонтоҳур тумани ҳозирги Тошкент телевидениеси ёнидаги Ҳамзахон опа ховлисида кашф қилинди.

Катта масофаларни куш каби бир зумда босиб ўтиш имкониятидан маҳрум бўлган инсон қадимдан узок-узокларга парвоз қилишни, дунёда қандай воқеалар содир бўлаётганидан вокиф бўлишни, бошқа сайёраларда ҳаёт борми, йўқми билишни, узок-яқинларини шу пайтда нима билан машғул бўлаётганликларини кўриб туришни орзу қилган.

Қарийб барча халқлар оғзаки ижодиётида ҳозирги замон телевидениесининг рамзий сиймолари бўлмиш «Тошойна», «Жоми Жамшид», «Ойнаи Искандарий», «Ойнаи жаҳон» каби иборалар учрайди. Алишер Навоийнинг «Фарҳод ва Ширин» достонида худди шундай мўъжизакор кўзгу ҳақида гап боради.

Чин мамлакати ҳоконининг фарзанди шахзода Фарҳод балоғатга етгач, дунё сирларини ўрганишни ҳавас қилади. Кунларнинг бирида у отасининг ҳазиналари орасида бир кўзгуни топиб олади. Бу оддий кўзгу эмас, балки узок-узокларда содир бўлаётган воқеаларни кўрсатадиган «сехрли кўзгу» эди. Бу кўзгуда Фарҳод бир гўзал кизнинг сиймосини кўриб, уни севиб қолади.

Алишер Навоийнинг яна бир асари «Садди Искандарий»да шундай дейилади: «...Кунлардан бир куни жаҳонгир Искандар Зулқарнайн ўз давлати сарҳадидаги жамики номдор усталар-

ни хузурига чорлаб, уларга «ойнаи жаҳон» ясашни буюрибди. Орадан кунлар, ойлар ўтиб, ниҳоят, зукко илм ахиллари, донишмандлар, мунажжимлар жамулжам ҳолда ўзларининг бор илму маҳоратларини ишга солиб, жаҳонгирга манзур ва макбул бўладиган шундай «ойнаи жаҳон»ни яратибдилар. Кўзгу кўнгилдагидек чикканини кўрган фотиҳ Искандар бундан беҳад мамнун ва мансур бўлган эди». Бундай мисолларни жаҳон халқ оғзаки ижоди ва бадий адабиётида кўплаб учратиш мумкин.

2-§. Тошкент – телевидение ватани

Вакт ўтиб, асарларда акс этган орзулар рўёбга чика бошлади. 1907 йили Санкт-Петербург технология институтининг профессори Борис Львович Розинг телевизион тасвири масофага узатишда нур таркатувчи электрон трубкани қўллашни таклиф этади. 1911 йили 22 (9) майда у ёруғ фонда бир-бирига параллел иккита кора чизикни нур таркатувчи электрон трубкада қабул қилиш жараёнини тажрибада синаб кўрди.

Б.Л.Розинг таклиф этган ускуналар мажмуининг тасвир қабул қилиш томони электрон усулга асосланган бўлса, тасвир таркатувчи томони ҳамон механик усулда ишлар эди. Мутахассисларнинг хулосаларига кўра, ўша пайтда радио-электроника ва электровакуум техникасининг ривожланмагани ҳозирги замон телевидениеси бўлмиш электрон телевидениенинг тараққиёти йўлида катта тўсиқ бўлган.

Бутунжаҳон олимлари бош қотираётган бу мураккаб илмий-техник муаммони ҳал қилиш, яъни электрон телевидениенинг мураккаб асбоб-ускуналарини яратиш тошкентлик ихтирочи, Ўрта Осиё Давлат университети (ҳозирги ЎЗМУ) физика-математика лабораториясининг ходими Борис Павлович Грабовскийга насиб этди.

Тошкентнинг Шайхонтохур мавзесидаги Бола масжид кўчаси 74 (69) уйда (ҳозирги Навоий кўчасидаги 199-уй, тасодифни қаранг-ки, Тошкент телевидениеси маркази 1957 йилда шу ҳовлининг ёнида қад кўтарган) Ҳамзахон опа ва

Юсуфхон ака Мирзамухамедовлар ҳовлисида 1925–1928 йилларда тасвирни ҳам узатувчи, ҳам қабул қилувчи иккала томони тўла электрон тизимга асосланган ҳозирги замон телевидениесининг асбоб-ускуналари яратилиб, жаҳонда биринчи ҳаракатдаги ҳақиқий электрон телевизион техника мажмуаси яратилади.

1925–1929 йиллар Эски шаҳарнинг бу сулим ҳовлисидаги болаҳонали уйнинг бир хонасида икки ихтирочи – Борис Грабовский билан Иван Белянскийлар истикомат қилишарди. Юсуфхон ака отхонасининг бир чеккаси лабораторияга ажратилади. Ва шу ерда 1928 йили бир хонадан бошқа хонага телевидение тасвири узатилади. «Дастлабки телевизор экранининг сатҳи гугурт қутисидан салгина каттарок эди, холос. – деб эслашади ихтирочилар. – Биринчи бўлиб экранда ҳамма нарсага кизикувчан, керак бўлганда устахона полларини ҳам тозалаб турадиган, ҳар бир ишга ҳозир у нозир уй бекаси Ҳамзахон опанинг кимирлаётган бармоқлари кўринади. Шундан сўнг кул ҳаракати шамолидан липиллаётган шамчирок кўзга ташланади».

Бир маҳал Тошкент бўйлаб: «... Нима дейсан, Ҳамзахон опанинг уйида томоша кўрсатадиган деразали сандикчаси бор экан. Унда одамларнинг суратлари худди жони бордай ҳаракат қилар экан. Сандикчасини ичига ҳатто темир йўлда юрадиган конька-трамвай ҳам сиғиб кетар экан...» – деган шов-шув тарқалади.

Б.Л.Розинг ўзи яратган аппаратларда тасвирни масофага узатиш ва бошқа нуқтада уни қабул қилишга эришган эди. Бу соҳани назарий қисмини чуқур ўрганиб чиққан Б.П.Грабовский: «Тасвир энг замонавий усул бўлган электрон оким ёрдамида узатилиб, электрон оким ёрдамида қабул қилиниши керак», деган қатъий хулосага келади. У тасвирни узатишнинг ўша пайтда кўпчилик диққат-эътиборида турган механик усулнинг истиқболи йўқлигига қатъий ишонч ҳосил қилади.

1925–1926 йиллар Б.Грабовский тасвирни масофага узатиш бўйича бир қатор электрон асбоб-ускуналар яратади. Бу

ускуналарни у Тошкентдаги электр куввати ишлаб чиқарадиган ҳамда ундан фойдаланадиган ўша пайтдаги ягона ташкилот – «Тошгэстрам»да, шунингдек, Тошкентдаги ремонт-механика заводида, Ўрта Осиё Давлат университети (ҳозирги ЎзМУ) нинг физика лабораториясида яратади. Лекин бундай мураккаб муаммони ечишда ёш ихтирочиларда илм ва тажриба ҳали етишмас эди.

1925 йил ноябрь ойида Борис Грабовский Петербург технология институтига, электрон телевиденис «отаси» деб тан олинган Борис Львович Розинг хузурига боради. Санкт-Петербурглик профессор Б.Розинг Тошкентдан келган меҳмонларга аввал ишонқирамай, шубҳали қараб, совуқроқ қабул қилади. Лекин, тошкентлик ихтирочилар олиб келган чизмалар, схемалар, уларга битилган изохларни диққат билан ўқиб, ўрганиб чиққач, Ўзбекистонлик меҳмонлар ихтиросига юқори баҳо беради ва «Бундай ноёб ихтирога патент олиш учун зудлик билан буюртма бериш керак», – дейди Б.Л.Розинг.

1925 йил 9 ноябрь куни тошкентлик ихтирочилар – В.И.Попов, Б.П.Грабовский, Н.Г.Пискуновлар номига Ихтиро ва кашфиётлар ишлари бўйича Давлат Қўмитасининг 4899-рақамли гувоҳномаси берилади.

1920-йилларнинг иккинчи ярмида Тошкентдаги Романовлар саройи биноси – ҳозирги Ўзбекистон Республикаси Ташки ишлар вазирлигининг Қабуллар уйи ҳамда ҳозирги Республика Давлат хавфсизлиги қўмитаси биноларининг қаршисида ташки кўринишидан шарқ меъморчилиги анъаналарини ўзида мужассамлаштирган «Хива» кинотеатри биноси бўлар эди.

1928 йил 4 август куни шу кинотеатр қаршисидаги чорраҳага Борис Грабовский билан Иван Белянскийлар тажриба-синов ишларини ўтказиш учун телевизион аппаратларни ўрнатади. «Тошкент телефоти»нинг телекамераси ҳозирги мустақиллик майдонида қаратилган эди. Аппаратлар ишга тушгач, телевизор экранида ҳозирги Шароф Рашидов кўчасидан ўтиб кетаётган ҳаракатдаги трамвай тасвири кўринади. Узоқда майса-чимли майдон, майдон чеккасида эса

беш каватли маъмурий бино, ялтираб турган пўлат трамвай излари кўринади. Кўчада кетаётган йўловчилар, гуллар, дарахтлар кўзга ташланади. Бир сўз билан айтганда, экранда – Тошкент кўчаларидаги ҳаёт кўринади. Профессионал нуктаи назардан ёндошиладиган бўлса, бу дунёда биринчи бор кўчадан олиб кўрсатилаётган ҳақиқий телевизион репортаж эди. «Телефот» жонли ҳаётни тўғридан-тўғри воқеа содир бўлаётган жойдан олиб кўрсатаётган эди. Кейинчалик бу шакл, бу услуб жаҳон телевизион журналистикасида алоҳида бир ижодий услуб, мустақил бир жанр сифатида ўз ўрнини эгаллади.

1928 йил 4 августда Тошкентда содир бўлган бу воқеа жаҳонда биринчи бор кўчадан тўғридан-тўғри олиб кўрсатилган телевизион репортаж эди. Жаҳон журналистикаси тарихида ўзининг муносиб ўрни ва мавқеига эга бўлган бу воқеа, афсуски, мана 90 йилдан зиёд на Ўзбекистон, на жаҳон телевизион журналистикаси назарияси ва амалиётида халиханузгача ўзининг муносиб ўрни ва баҳосини эгалламаган.

Жаҳондаги биринчи бу телерепортаж киноҳужжатчилар томонидан кинолента тасмасига туширилади ва 1920–1930-йилларда Тошкентнинг барча кинотеатрларида бадий фильм кўрсатишдан аввал кинотомошабинларга «Тошкент телефоти» синовлари ҳақида кичик кинолавҳа намойиш этилар эди.

Тошкентлик ихтирочилар ўз аппаратларини Москвада Иттифок микёсидаги обрўли комиссия олдида намойиш этишлари, улар олдида ўз ихтироларини синовдан ўтказишлари керак эди. Ихтирочилар 1928 йили Тошкентда яратилган тажриба ускуналарини расмий синовлар учун Марказга жўнатишга қарор қиладилар. Қутиларга «Эҳтиёт бўлинг, Шиша!», «Ноёб физика ускуналари!», «Ташлаш мумкин эмас!» деган ёзувлар битиб қўядилар. Ниҳоятда эҳтиёткорлик билан махсус қутиларга жойлаштирилган «Тошкент телефоти»нинг Москвага факат синик парчаларигина етиб боради, холос.

Йўловчи вағонида келган Б.Грабовский вокзал маъмуриятига арз қилганида қутилар вокзалда эмас, меҳмонхонага олиб

бориб очилганлиги рўқач қилиниб, ихтирочилар эътирозлари қабул қилинмайди. Содир бўлган бу жинойтда ҳеч ким айбдор деб топилмайди. Бир неча бор арз қилинганидан сўнг, ихтирочилар қўлидаги «Тошкент телефоти»га тааллуқли 6 та махсус қалин папкадан иборат чизма, жадвал ва бошқалар акс этган ҳужжатлар ҳам олиб қўйилади. Бу воқеанинг қандай сабаб ва қай ҳолда содир бўлганлиги йиллар давомида сир бўлиб келмоқда.

«Телефот» сўзи грекча бўлиб, «теле» – олис, «фот» – нур маъноларини англатади. Телевидение, телефон, телеграф каби сўзлар илдизи шунга бориб тақалади. Механик телевидение электрон телевидение йўлидаги дастлабки бир босқич эди. Тасвири бир манзилдан бошқа манзилга узатишга уриниш ишлари XIX аср ўрталарида олиб борилган. Инглиз механиги А.Бенуа сурат ҳолидаги тасвири узатиш аппаратини 1843 йили ихтиро қилган. А.Бенуа коғоздай юпка қалай парчасига тасвир тушириб, махсус сиёҳ ёрдамида ёзувлар битиб, қалай тахтачани тасвир таркатувчи аппаратга ўрнатган. Тасвири қабул қиладиган аппаратга эса электр токи таъсирида хиралашадиган махсус коғоз ўрнатган. Тасвири электр қуввати ёрдамида масофага узатадиган яна бир техник ускуна лойиҳаси 1858 йили Россия расмий доираларида муҳокама қилинганлиги ҳақида маълумотлар бор.

1928 йилнинг 4 август кuni Тошкентда содир бўлган ҳамда жаҳон журналистикаси тарихида ўзининг муносиб ўрни ва мавқеига эга бўлган бу воқеа ҳақида тажрибали ўзбек тележурналисти И.Абдухолиқов бир сўз билан «ойнаи жаҳон» деб баҳолаган, «Бу дунёда биринчи бор кўчадан олиб кўрсатилаётган ҳақиқий телевизион репортаж...»¹ – деб эътироф этган. Айнан шу ихтирони унчалик машҳур бўлмаган Америка ёзувчиси, мутахассислиги бўйича физик олим бўлган Митчел Уилсон 1952 йили Бостон шаҳрида

¹ Абдухолиқов И. Дунёдаги илк телевизион репортаж, Садо, 2006, 9 ноябр.

босилиб чиққан «Душманим – акам» романининг 3-боб, 3-кисм, 107-108 саҳифаларида: «Электрон телевидениени дунёда биринчи бўлиб ўз ватандошлари – ака-ука Меллори-лар яратишган»¹, деб ёзади. Демак, дастлабки тасвир узатиш аппарати икки нуктада – Ўзбекистонда ва Америкада пайдо бўлгани тўғрисидаги икки фараз мавжуд. Бу турли адабиёт-ларда турлича берилган. Жумладан, Россияда чоп этилган «Телевизионная журналистика» дарслигида Тошкентдаги ихтиро алоҳида тилга олинган².

3-§. Ўзбекистонда замонавий телевидениенинг пайдо бўлиши

Ўзбекистонда телевизион кўрсатувлар расман 1956 йил 5 ноябрда Тошкентда бошланди. Шу йили Тошкент телевидение студияси ташкил этилди. Бу студия ўз кўрсатувларини 180 м баландликдаги Тошкент телевизион минораси (1956 йили фойдаланишга топширилган) оркали кўрсатди. Шу тарзда мунтазам кўрсатувлар бошланди. 1958 йили кўчма телевизион станция (КТС) оркали биринчи марта студия ташқарисидан кўрсатув олиб борилди.

Телевизор – телестудиялардан узатиладиган телекўрсатувларнинг сигналларини қабул қилиш, кучайтириш ҳамда тасвир ва товушга айлантириш учун мўлжалланган радиоэлектрон қурилма. Телевизорнинг рангли ва ок-кора, стационар ва кўчма хиллари бор. Телевизион марказдан тарқатилган электр сигналлари тўлқинларни қабул қилувчи антенна тутиб, кабель оркали телевизорга узатилади. Бунда тебранишлар кучаяди, тасвир ва товуш сигналларига ажралади, сўнгра кинескоп ва радиокарнайга ўтади. Генераторлар воситасида кинескоп экранда телевизион растр ҳосил қилинади. Ок-кора телевизорда

¹ Абдухалиқов Н. «Тошкент телефоти»нинг расмий тан олинishi. – Садо, 2006, 26 ноябрь.

² Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика. – М.: Высшая школа, 2002.

тасвир сигналлари кора ва ёруғ элементлар кўринишида намоён бўлади. Қабул килинадиган дастурлар сонига қараб, телевизорнинг бир, уч, беш, ўн икки, ўттиз бир ва ҳоказо каналлари бўлади. Телевизорда қабул қилиш учун метрли тўлқинлар диапазонида ишлайдиган телевизион каналлардан фойдаланилади. Дециметрли диапазондаги дастурларни қабул қилиш учун телевизорларга алоҳида мослама – конвертон қўйилади. У дециметрли сигнални қабул қилиб, частотасини биринчи, иккинчи ёки бошқа телевизион канал частотасига мослаб беради. Телевизорларнинг тузилиши стандартлаштирилган. Унинг соддалаштирилган схемаси каналнинг алмашлаб улаш блоки, тасвир ва овоз каналлари, синхронлаш каналлари, ёйовчи блок ва электр қувватлари билан таъминловчи блокдан иборат. Телестудиялар бир неча дастурни бир вақтда узатади. Улардан керагини кўриш учун телевизорда созлаш блокидан фойдаланилади. Бу созлаш блоки юкори частотали кучайтиргич билан туташтирилган бўлади. Тасвир ва товуш сигналлари бир-биридан фарк қиладиган частоталарда узатилганлиги учун бу сигналлар кучайтирилганидан сўнг юкори частотали тебранишлар ажралади ва бошқа-бошқа мустақил каналлар бўйича кетади. Товуш сигналлари тебранишлари товуш блокига тушади. Тасвир блокида детектор юкори частотали тебранишлардан тасвир сигналларини ажратиб олади.

Рангли телевизорларнинг тузилиши анча мураккаб, улар оқ-кора телевизорлардан ранглар канали блоки ва рангли кинескопи билан фаркланади. Рангли телевидение тизими уч каналли бўлади. Монохром ташкил этувчилар – кизил, кўк ва зангори ранглар рангкоргичида аралашади, сўнгра узатгич модуляторига ўтади. Тебранишлар қабулқилгичда қайтадан уч частота каналига бўлиниб, рангли кинескопга ўтади. Сифат кўрсаткичлари, экраннинг ўлчами ва фойдаланишга қулайлиги бўйича телевизор тўрт синфга бўлинади: I – III синфдагиси – стационар телевизорлар, IV синфдагиси – портатив, яъни ҳажми кичик, қулай телевизорлар, одатда, телевизорлар босма монтаждан кенг фойдаланилган алоҳида конструктив блоклардан тузилади. Телевизорларда асосан

яримўтказгичли асбоблар, интеграл платалар, транзисторлар қўлланилади. Экрани текис ва электрлюминифорда ишлайдиган, жуда катта ва митти экранли телевизорлар яратилган.

Инсоният тарихидаги муҳим даврни электрон телевидение бошлаб берган. Бу дунёнинг ривожланиши, халқлар ва давлатлар орасидаги муносабатлар ўзгариши, ҳуллас, инсоният ҳаётидаги янги бир босқич эди. Электрон телевидение соҳасида профессор Б.Л.Розингнинг хизматлари катта. Унинг ғоялари ва изланишлари натижасида Борис Павлович Грабовский электрон телевидениенинг амалий асосини очиб берди.

Телевидение кашф этилгандан бери телевизион техниканинг 4 та авлоди яратилди:

- 1-авлод – механик телевидение;
- 2-авлод – ярим механик, ярим электрон телевидение;
- 3-авлод – электрон телевидение;
- 4-авлод – рақамли телевидение.

Телевидениенинг замонавий авлоди бўлган рақамли телевидениеда тасвир ҳаётда қандай бўлса, ҳудди шундай рангда аниқ, тиниқ қилиб кўрсатилади. Бу телевидение техникасининг юксак сифат қафолатидир.

Телевидениенинг таракқиётига эътибор қаратадиган бўлсак, тележурналистиканинг ахборот жанрлари дастлабки йилларда жуда тез ривожланди. Янгилик топиш, уни қайта ишлаш ва узатишда кучли рақобат муҳити вужудга келди. Агар бутун дунё ахборот хизматлари фаолиятига назар ташланса, бу яққолроқ кўринади. «Би-Би-Си», «Си-Эн-Эн», «Ал-Жазира» телехизматлари ўртасида ахборот топиш, уни тайёрлаш ва тарқатиш борасида кенг қўламли рақобат юзага кела бошлади.

Янгилик олимлар ва тадқиқотчилар томонидан «энг қиммат ва энг тез эскирадиган маҳсулот», деган ҳулосага келинган. Янгилик инсонлар учун қундалиқ эҳтиёжга айланди. Маълум даражада жамиятда мавжуд бу истакни қондириш ва бунинг негизида мўмай даромад орттириш, ахборот бозорида ўз манфаатларига хизмат қилувчи ғояларни илгари суриш те-

левизион янгиликлар дастурларининг бирламчи мақсади этиб белгиланди. Тўғрироғи, ҳар қандай давлат бугун ўз нуфузини, салоҳиятини, у ёки бу ҳодисага муносабатини интернет билан бир қаторда, айнан телевизион янгиликлар дастурлари орқали тарғиб қилишга асосий кучини ташлаган. Ахборот бозорида эса аллақачон етакчилар шаклланиб улгурди. Ахборот етказиш бобида бозори чаккон компаниялар сифатида тадқиқотчи В.В. Орлованинг «Глобальные телесети новостей на информационном рынке» («Информация бозорида янгиликлар глобал тармоқлари») рисоласида ахборот ва унинг жамиятимиз ҳаётида тутган ўрни тўғрисида бир қанча фикрлар айтилган ва қуйидаги жадвал келтирилган:

Дунё ахборот бозоридаги глобал телевизион янгиликлар тармоғи

Телетармок	Янгиликлар узатиш кўлами	Тили	Аудиторияси	Ташкилотчиси ёки раҳбари
Си-эн-эн	212 мамлакат	Инглиз, Испан, Турк, Немис	200 млн. дан зиёд обуначилари бор	АОЛ-Тайм Уорнер Тед Тернер
Би-би-си Уорлд	200 мамлакат	Инглиз	270 млн. обуначи	Би-би-си
Блумберг ти-ви	126 мамлакат	Инглиз, Француз, Немис, Италия, Япон, Португал, Испан	200 млн. обуначи	Блумберг Эл-Пи асосчиси ва эгаси Майкл Блумберг
Си-эн-би-си	84 мамлакат	Инглиз	180 млн. обуначи	Си-эн-би-си

Замонавий радио ва телеканаллар ҳам янада кенгрок аудиторияга етиб бориши учун ўз маҳсулотларини тез суръатларда ўсаётган техника ва технология билан барабар олиб боришга ҳаракат қиляптилар. Онлайн телевидениелар сони ҳам ортиб

бояпти. [www. webtvlist. com](http://www.webtvlist.com) сайти орқали 300 дан ортик онлайн каналларни тўғридан-тўғри томоша қилиш мумкин.

Мисол учун, «Ал-Жазира» телеканали ахборот етказиш борасида ўз ўрнини топиб олган канал сифатида аудиторияга танилиб улгурган. 24 соат давомида ўз теледастурларини сунъий йўлдош орқали узатади. Канал маъмуриятининг штаб-квартираси Қатарнинг Доха шаҳрида жойлашган бўлиб, унинг аудиторияси 35 миллиондан ортик, деб эътироф этилади. Канал дунёнинг 30 дан ортик мамлакатида ўзининг мухбирлар бюросига эга. «Ал-Жазира» телеканали эфир орқали янгиликлар, тахлилий кўрсатувлар, ток-шоу ва ҳужжатли фильмлар беришга ихтисослашган.

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

Ахборот каналларидан сўнг, бошқа соҳаларга ихтисослашган махсус каналлар ҳам пайдо бўла бошлади. Фақат кино намойиш этувчи, спорт дастурлари, футбол мусобақаларини олиб кўрсатувчи ва бошқа йўналишларда ҳам каналлар фаолият юрита бошлади.

Бутун дунёда бўлгани каби XX аср охирида биргина Россиянинг ўзида оммавий ахборот воситалари, хусусан теле-

видение тубдан ўзгарди. Бунинг сабаби, давлатчилик тузумининг янгича кўриниши шакллана бошлаши эди. Айниқса, ушбу даврда демократик принциплар асосида кўрсатув ва дастурларнинг тайёрланиши Россия оммавий ахборот воситалари рухиятига, савиясига жуда катта таъсир кўрсатди. 90-йилларнинг ўрталарида Россияда телевидение иккига, яъни Марказий ва маҳаллий телевидениеларга бўлинган бўлса, айти пайтда бироз мураккаб тавсифланади.

«1. Трансляция шаклига кўра:

- а) одатдаги эфир каналлари орқали;
- б) йўлдош антенналар орқали;
- в) кабель телевидениелари орқали.

2. Фаолият турига кўра.

3. Таркибий тузилишига кўра:

- а) эскича структура бўйича;
- б) янгича кўринишда ташкил этилган.

4. Аудитория камровига кўра:

- а) умумроссия телевидениелари;
- б) давлатлараро телевидениелар;
- в) минтакавий телевидениелар;
- г) маҳаллий телевидениелар.

5. Телесигнал тарқатилишига кўра:

- а) умуммиллий;
- б) тармокли;
- в) маҳаллий.

6. Дастурлар йўналишига кўра:

- а) умумий йўналишда;
- б) ихтисослашган йўналишда.

7. Мулкчилик шаклига кўра:

- а) давлат телевидениелари;
- б) нодавлат телевидениеларга бўлинган»¹.

¹ Засурский Я.Н. и другие. Система средства массовой информации России. – М.: «Аспект Пресс», 2001.

Россия оммавий ахборот воситалари Европача кўринишда такомиллашиб бориши билан ўзига хосдир. Шу билан бирга Россия телеканалларидаги дастурлар АҚШнинг йирик телеканалларига таклид қилган ҳолда ташкил этилганини ҳам кўриш мумкин. Россия каналларида телеянгиликлар узатиш борасида тезкорлик, аниқлик, ҳолислик тамойилларига риоя қилиниши, Ер шарининг исталган нуқтасидан янгиликларнинг тўғридан-тўғри етказилиши аудиториянинг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондириш билан бирга, уларнинг ишончини ҳам қозона олди.

3-БОБ. ТЕЛЕВИЗИОН АХБОРОТ ЖАНРЛАРИ

1-§. «Ахборий сабаб» нима?

Телевизион журналистика жанрлари асосан 3 туркумга бўлиб ўрганилади. Буларнинг дастлабкиси ахборот жанрлари ҳисобланади. Ахборот жанрларига видеосюжет, ҳисобот, давлат ва ҳукумат делегацияларининг расмий ташрифлари тўғрисидаги лавҳалар қиради. Ўз ўрнида репортаж ҳам ахборот жанрларининг энг асосий типи ҳисобланади. Ҳозирда жаҳон журналистикасида тўғридан-тўғри репортаж, репортаж-трансляция, воқеий репортаж, режалаштирилган ва муаммоли репортаж, шунингдек репортаж портретлар ҳам қўлланилади. Бундан ташқари интервью, экспресс сўровлар ҳам ахборот жанрлари сирасига қиради.

Телевиденида кўп ва қарийб ҳар куни учраб турадиган жанрлардан бири телелавҳа, яъни видеосюжет ҳисобланади.

Телелавҳа – нима, қачон, қаерда содир бўлди, деган саволларга жавоб берувчи, сўз, овоз, шовкинлардан ташқари реал тасвир ва образларда акс этувчи, айниқса ахборот дастурларида кўп фойдаланиладиган кичик жанрлар тоифасига қиради. Уларнинг бошқа номлари телевизион янгилик, тезкор хабар деб ҳам юритилади. Аслида журналистика янгиликдан бошланади. Янгилик тайёр махсулот кўринишида ахборий маълумот, қайд ёки рус тилида «заметка» деб аталади.

Ҳар қандай янгиликни эфирга узатишда ахборий сабаб бўлади. Бу сабаблар инсон психологияси ва ижтимоий эҳтиёж билан боғлиқ.

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

Ижтимоий вазифа. Ахборот алмашиш социумни бирлаштиради. Социум барча ижтимоий институтларни камраб оладиган жамиятга яқин тушунча. Бундан ташқари, янгилик инсонни ҳаётда келгусида қандай яшаш, қайси шарт-шароитларга тайёр туриш, ўзи учун махсус координатларни қандай белгилашга ўргатади. Лотин тилида «Огохлантирилди – демак ҳимояланди», деган мақол бор. Қайси жамиятда мураккабликлар юзага келса, ўша ерда янгиликка бўлган талаб юқори бўлади.

Журналистнинг ахборот йиғиш усуллари:

- қузатиш;
- ҳужжатлар билан ишлаш;
- интервью олиш;
- эксперимент (тажриба), прогнозлаш, биографик усуллар.

Журналист учун ахборот манбалари:

- шахсий қузатув;
- томошабин-гувоҳ (ўқувчи, тингловчи)лар маълумоти;

- ахборот етказувчилар маълумоти;
- интервью берувчилар маълумоти;
- ахборот агентликлари, Интернет маълумоти;
- ахборот хизматлари маълумоти;
- календарь ва бошқ.

Баъзи ҳолларда ахборот манбалари муҳаррир кўрсатмаси ва тавсиясига биноан белгиланади. Бунда воқеанинг долзарблиги инобатга олиниб ёки бирор-бир сана олдидан махсус телесюжет тайёрлаш журналистга топширик сифатида берилади. Мисол учун, 3-май – Жаҳон матбуот эркинлиги кунини арафасида ҳар бир телеканалда ана шу мавзудаги телелавҳалар берилади. Аммо, одатда ташаббус журналистнинг ўзидан чиқади. Муҳаррир томонидан берилган топширик асосидаги телелавҳадан кўра, журналист ташаббуси билан, томошабин диққатида турган долзарб мавзудаги чиқиш анча сифатли бўлиши мумкин. Чунки, у мавзу моҳиятига бироз олдинроқ кирган, манбаларни ўрганган, кузатган, мавзуга доир маълум қараш ҳамда фаразларга эга.

Янгилик жамоатчиликка етказиш учун арзирлими? Бунинг учун 3 та саволга жавоб берилиши керак. Дунёдаги етакчи оммавий ахборот тарқатувчи телехизматлар ахборот бозорида бугун муҳим деб ҳисобланган воқеа-ҳодисаларни тез ва аниқ етказиш борасида ўзаро кураш олиб боради. Аввало, жамоатчиликка тақдим этилган хабар **янги**ми? Телевидениеда унинг янгилиги узоғи билан бир кунгина, ҳаттоки бир ёки бир неча соатгача сакланади. Шунинг учун ҳам телевидение табиатидан келиб чиқиб, хабар етказишнинг ўзига хос янги шакл ва услублари пайдо бўлаяпти.

Бериладиган кейинги савол: **янгилик муҳимми?** Муҳим бўлмаган, унчалик аҳамият қасб этмайдиган майда янгилик учун вақтни йўқотиш ҳамда техникани жалб этиш шартми? Бошқа томондан, шу кичкина янгилик «пашшадан фил ясаш»дек аҳамият қасб этиб кетса-чи? Бундай пайтларда муҳаррир билан воқеанинг муҳимлигини муҳокама қилиб олиш энг мақбул йўл саналади.

Ва ниҳоят, энг сўнгги савол: **янгилик қизиқарлими?** То-мошабинда кизиқиш уйғотувчи бир қанча омиллар бор:

– зиддиятли ҳолатлар (жараённинг кечиши: зиддиятнинг юзага келиши, ривож, нима содир бўлгани, ким ғолиб ёки мағлуб бўлгани, ечими);

– томошабинга яқинлиги (ўз ҳовлингдаги тўполон қўшни ҳовлида бўлаётган шовкиндан кўра кизиқарли);

– хиссиёт уйғота билиши;

– маълум шахслар билан алоқадорлиги;

– ноодатийлиги (ит одамни тишлагани эмас – одам итни тишлагани каби);

– фойдалилиги;

– аудитория манфаатларининг ҳисобга олиниши (мисол учун, футбол ишқибозларига етказиладиган натижалар).

Агар юқоридаги саволларга жавоб берилса, ахборий сабаб ҳам мавжуд бўлади.

Ахборий сабаб. Воқеа оммани кизиктирса, ахборий сабаб юзага келади ва маълумот эфирга узатилади. Ахборий сабабнинг юзага келиш турлари мавжуд:

а) Ўз-ўзидан юзага келган объектив воқеа-ҳодисалар (портлаш, террорчилик ҳаракатлари, ўрмон ёнгинлари, зилзила, сув тошқинлари ва бошқалар). Бу информацион дастурлар учун хос хусусиятдир.

б) Ташкиллаштирилган тадбирлар:

– ким томонидандир уюштирилган («*special event*») акция, матбуот анжумани, брифинг, кўргазма, давра суҳбати ва бошқалар;

– журналистларнинг ўзи уюштирган тадбирлар («*event action*» – спровоцированная события).

в) Таквимга кўра ўтказиладиган тадбирлар. Мисол учун, 8 декабрь – Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинган кун арафасидаги қатор тадбирлар олдиндан ташкиллаштирилиши кўпчиликка маълум.

Янгиликлар одатда олтита саволга жавоб бериши керак: «Ким? Нима? Қачон? Қерда? Нега? Қандай қилиб?»

«Қачон?» деган саволга одатда телевидениеда БУГУН, шу дакикаларда, деб жавоб берилади. «Нима?» деган саволда воқеанинг муҳимлиги ва унинг натижалари назарда тутилади. «Қандай?» деган саволда эса воқеанинг фавқулодда кутилмаганлиги ёки ижобийлиги ифода этилади. «Ким?» – ўз-ўзидан бирор шахс ёки одамлар билан боғликлиги. «Нега?» – воқеанинг келиб чиқишига сабаб бўлувчи омиллар ҳақида сўз боради.

2-§. Телевизион янгиликлар форматлари

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

Формат (немисча *format*, французча *format*, латинча *forma* – «кўриниш, кифа» деган маънони англатади) – 1. Босма оммавий ахборот воситаларида «формат» сўзи газета ёки журналларнинг нашр ўлчами маъносида ишлатилади. Мисол учун, «Халқ сўзи», «Ўзбекистон овози», «Народное слово», «Труд» (Россия) газеталари А2: «Туркистон», «Стадион», «Ҳаёт», «Аргументы и факты» (Россия) газеталари А3: «Даракчи», «Бекажон», «Тасвир» газеталари А4 форматда чоп этилади. «Формат» тушунчаси худди шу маънода китобларга ҳам тегишли. 2. Формат сўзининг кейинги маъноси – ахборот объектининг тузилиши, шакл ва усулини билдиради. Мисол учун, хорижда радиоларнинг аудитория ёшига қараб форматланган кўринишлари мавжуд:

1. **Dance** (15–20 ёшли ўсмир ёшлар учун мўлжалланган раксбоп кўшиқлардан иборат бўлган) форматли;

2. **CHR – contemporary Hit radio** (20–30 ёшдаги аҳоли кизиқишларидан келиб чиқувчи формат). Ўз ўрнида у ҳам иккига бўлинади:

- **NHR** (миллий хит радио – «Орият Доно»),
- **FHR** (хорижий хит радио – «Орият FM»).

3. *Adult contemporary* (25–40 ёшдаги аҳоли катламга мўлжалланган радиолар);

4. *Oldies* (40 ёшдан ошган аудитория вакиллари учун).

Ҳозирда мамлакатимиздаги радиостанциялар юқорида келтирилган талаблар асосида эмас, *эшиттириш узатиш тур-пуца* караб форматланади. Яъни, информაციон, информაციон-мусикий, мусикий-информაციон, мусикий. Эшиттириш-ларнинг асосий кисмини мусикий чиқишлар ташкил этса, демак, бу радио мусикий-информაციон форматда иш олиб боради. Мисол учун, «Тошкент» радиоканали Ўзбекистонда ва жаҳонда рўй бераётган хабар ва янгиликларни мунтазам етказиб тургани учун «Биринчи информაციон радио» шиори остида ўз дастурларини тайёрлайди.

Аудиовизуал журналистикада, хусусан телевидениеда кўрсатув формати ҳақида кўп гапирилади. Баъзида кўрсатув мазмунан ёки шаклан талабга жавоб бермаса «форматда эмас», деган ибора ишлатилади. Форматда конкрет канал ёки кўрсатув йўналиши акс этади. Фараз қилайлик, мамлакатимизнинг биринчи ижтимоий-сиёсий «Ўзбекистон» канали «ТВМ»нинг «М-files» ёки «Премьера» лойиҳаларини шундай-лигича намоиш этолмайди. Чунки, каналлар формати ҳар хил. Худди шунингдек, «Ахборот» дастурини мусикий-кўнгилоҷар каналда берилишини тасаввур этиб бўлмайди.

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

Телевидениеда ахборот етказишнинг телесюжетдан таш-қари бошқа турли форматлари ҳам бор. Қуйидаги мағна аҳамият килинг:

(Қирғизистон, Бишкек) Қирғизистонда «Биз МДХда яшаймиз!» мавзусида болаларнинг тасвирий санъат асар-

лари кўргазмаси ташкил этилди. Хакамлар 1000дан ортиқ ишларни кўриб чиқдилар.

(«Live» – Содружество» ахборот дастури, «МИР» ТРК, Россия, 2011 йил 18 декабрь)

Экранда тасвирий санъат кўргазмасидаги энг кизикарли ҳолатлар, болаларнинг ҳаяжони ва руҳияти, ташриф буюрганларнинг кайфияти, айрим тасвирий санъат асарларининг кўринишлари, мулоқот алмашаётган ёш авлод вакиллари намоён бўлди. Хўш, мазкур лавҳа телевизион форматнинг қайси турига мансуб? Телевизион ахборот форматларини бирма-бир кўриб чиққач, келтирилган мисолнинг қайси турига мансублигини осонгина илғаш мумкин.

1. Оғзаки хабар. Мазкур усул телевидениега радиодан келиб келган. Вокса-ҳодисалар суратга олинмай, фақат оғзаки ахборот бериб қўйилган. Телевидение пайдо бўлган дастлабки йиллардан ҳозиргача бу усулдан барча каналлар фойдаланади. Хабарни бошловчи кадрда туриб ўқийди. Одатда, бундай усулдан видеоматериаллар йўқ пайтда фойдаланилади. Баъзи ҳолларда оғзаки хабардан сўнг «подводка» ўқилиб, кейинги материалга ўтилади. Мисол учун, жаҳон чемпионатида саралаш ўйинлари доирасида Шимолий Корея ва Ўзбекистон терма жамоалари ўртасида 2011 йил 11 октябрь куни бўлиб ўтган учрашувнинг видеоматериаллари йўқлиги сабабли томошабинларга ўйин 0:1 натижа билан туггани, ягона голни дарвозага Генрих киритгани тўғрисидаги хабар барча ахборот дастурларида ўша куни оғзаки тақдим этилган ва кейинги сюжетга ишора қилинган.

2. БЗ (рус тилидаги «без закадра» сўзининг қисқартмаси). Баъзида хабарлар мухбир томонидан матнсиз, шунчаки видеоматериал кўринишида тақдим қилинади. Бундай пайтда бошловчи студияда туриб, видеоматериалдан ёки графикадан фойдаланган ҳолда ахборотни кенг жамоатчиликка етказилади. Мазкур усулни «қиска формат» деб ҳам аташади. Бу усулдан вокса-ҳодиса ҳақидаги тафсилотларни томоша-

бинга тезкорлик билан етказиш мақсадида фойдаланилади. Одатда, бу турдаги чиқишларда воқеага ҳеч қандай шарҳ берилмайди. Айрим студияларда **БЗ** шунчаки видео деб ҳам юритилади.

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

4. «Хрипушка» – СХнинг бир тури: одатда у телефон орқали ёзиб олинади. Синхрон эфирга кетаётганда бирор-бир графикадан фойдаланилади ёки мавзуга доир видеоёзувлар берилади. Кўп ҳолларда:

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

«Хрипушка» асосан ахборот жанридаги материалларда қўлланилади. Малакали муҳаррирлар воқеа-ҳодиса ҳақидаги хабарни тезкорлик билан етказишда бу усулдан фойдаланишни яхши кўришади. Президент хориж сафарига кетган пайтида Миллий телеканалларда журналистлар воқеа жойидан телефон орқали хабар қилишади. Интернет тармоғи орқали олинган икки мамлакат раҳбарларининг фотосуратлари, видеоматериаллардан ҳам фойдаланилади.

Репортёр вокеа жойида бўлса-ю, техник сабаблар туфайли ундан видеоматериалларни олиш имконияти бўлмаса, вокеага эксперт ёки гувоҳларнинг шарҳлари керак бўлса, бу усулни қўллаш яхши самара беради. Журналист телефон оркали эфирга чиқади ва вокеа тафсилотларини баён қилади.

5. Бир нечта СХ (2 СХ, 3СХ ва х.к.) – бир нечта синхронлардан олинган бўлакчалар. Журналист синхронларни вокеага гувоҳ бўлганлар, иштирокчилар ва бошқа дахлдор одамлардан йиғади ҳамда улар берган фикрнинг бир бўлаги – «каймоғи»ни олиб, эфир учун тақдим қилади. Одатда бундай формат «стрит-ток» – кўча сўровларида ишлатилади. Мисол учун, «Мир» телекомпанияси бир савол атрофида Ҳамдўстлик мамлакатлари аҳолисидан фикр сўрайди. Экран бурчагида мамлакат номи кўрсатилади.

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

7. БЗ+СХ (айрим телестудиялар амалиётида БЗ синхрон билан, ундан ташқари БЗ, СХ ва ИШлар ҳам бирга ишлатилиши мумкин) – бу ҳам қисқа формат, у кадр орти матни бўлмаган пайтда ишлатилади. Бу форматни деярли сюжет дейиш мумкин. Уни қуйидаги ҳолатларда қўллаш тавсия этилади:

- ахборотни эфирга тез бериш талаб қилинса ёки шарт бўлса;

- матн ёзишга ҳеч қандай эҳтиёж сезилмаса;

- сценарийсиз видеоматериалнинг ўзидан томошабин тегаран маънони англаб олса;

- журналист ўз исм-шарифини эфирда берилишини истамаса (бу кўпинча сиёсий «буюртма» кўринишидаги чиқишларда учрайди).

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

8. Тўғридан-тўғри уланиш – мухбирнинг воқеа жойидан эфирга чиқиши: стенд-ап, видеоматериал бўлмаган пайтда ана шундай мулоқотга киришилади. Бу бошловчи билан мухбирнинг диалоги ҳисобланади. Ундан ташқари, бошқа эфирга чикувчилар – мухбир, эксперт, гувоҳ ва бошқалар билан ҳам диалогга киришиш мумкин.

9. Ярим жонли уланиш (псевдовключение) – мазмунан тўғридан-тўғри уланиш билан бир хил маънони англатиб, фақат олдиндан ёзиб олинishi билан фаркланади. Аксарият мутахассислар бу усулни томошабинни алдаш деб баҳолашади. Унда ҳам воқеа ҳақидаги керакли ахборот етказилса-да, аммо кимматбаҳо техника, кўчма телевизион станция талаб қилинмайди. Бунда журналистга тўғридан-тўғри эфирга уланиш каби масъулият юкланмайди, ҳиссиётлар ҳам жонли эфирдан анча фарқ қилади. Чунки, телерепортёр хатога йўл қўйса ёки жумлаларда адашса, такроран яна студия билан уланиши, дубль қилиши мумкин.

10. Сюжет – репортаж, очерк, лавҳа ва зарисовка жанридаги кўп узвли телевизион асар бўлиб, кадр орти матилари муаллиф томонидан ёзилади. Қондага биноан, сюжет ўзида синхрон, лайф, баъзида мусикий безакларни ҳам камраб олади.

Телевизион сюжет ва БЗнинг асосий фарқи:

– **БЗ** матни бошқа одам, яъни бошловчи томонидан ўқилиши учун, телевизион сюжет матнига нисбатан расмий

ёзилади; бошловчи матнни студияда туриб ўқийди, шунинг учун ҳам уни ўзига мослаштириб олиши мумкин;

– сюжет матни муаллифлик услубида бўлиб, канал ва кўрсатув форматидан келиб чикилади. Унда одамни ўйлантирадиган, хайратлантирадиган юмор, киноя, кесатик, пичинг, гротеск элементлари, сўз ўйини, бошқа тасвирий воситалар бўлиши мумкин. Бундан ташқари, сюжет маълум композицияга эга бўлади.

Қоидага биноан, материалнинг формати мухбирнинг ўз олдида кўйган вазифаси ёки мухаррир кўрсатмасига асосан белгиланади. У мавзудан ва видеоёзувлардан келиб чиқиб, уни томошабинга етказиш учун қисқа форматнинг ўзи етарлими ёки сюжет тайёрлаш кераклигини аниқлаб олиши талаб қилинади. Бу кўп ҳолларда мухбир қарашларига боғлиқ. Яъни:

биринчидан, воқеанинг қизиқ ва муҳим эканлигини баҳолай олиш;

иккинчидан, сюжет учун барча компонентларнинг мавжудлиги;

учинчидан, мавзу доирасида ишлашга истакнинг бориёқлиги.

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

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

1. Мухбир тезкорлик билан воқеа жойига етиб келиши билан БЗ ёки ИШ-БЗ кўринишида тезда эфирга чиқувчи хабарларга ахборот тақдим этиши керак.

2. Мухбир хабарларнинг кейинги сони учун синхрон, БЗ синхрон ёки қўшимча шарҳ беришни мўлжаллаши керак.

3. Ва ниҳоят, сўнгги боскичда мухбирнинг бор диққат-эътиборини воқеага қаратиб, телевизион сюжет тайёрлаш талаб этилади.

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

3-§. Репортёр – ахборот воситачиси сифатида

Репортёр (инглиз тилидан таржима қилинганда **reporter** «**report**» сўзидан олинган бўлиб, «маълумот етказмоқ» деган маънони билдиради) – оммавий ахборот воситаси ходими бўлиб, кундалик воқеа-ҳодисалар, тadbир ва анжуманларни бевосита юз бераётган жой – дунёнинг турли бурчакларида туриб, кенг оммага етказди. «Демократик анъаналарга бой АКШ, Буюк Британия, Франция, Германия ва бошқа давлатларда репортёр ва репортажга муносабат ўзгача. У ерда «Хамма нарса репортёрдан бошланади!» мазмундаги қонун амалда. Айнан репортёрлар газета, журнал, телевидение ва радиога янгилик, сенсация (шов-шув), муаммоли ва суриштирув репортажларни узатадилар. Хориж ОАВ каналларини бундай материалларсиз тасаввур ҳам қилиб бўлмайди».

Репортёрлик фаолияти орқали телевидениеда реал ҳаёт акс этади. Замонавий телевидениени репортёрларсиз тасаввур этиб бўлмайди. Хорижда бошловчилар студияда ўтириб оғзаки хабар етказиш билан чекланишса, уларга нисбатан «говорящая голова (гапирувчи бош)» деган жумла қўлланилади. Репортёр шунинг учун ҳам телетомошабин ва реал ҳаёт ўртасидаги воситачи ҳисобланади.

Репортёрнинг асосий махсулоғи ахборот жанридаги журналистик асар – репортаж бўлиб, атамалотинча «**reportare**»дан олиниб, «хабар бермоқ», «дарак бермоқ» маъносини англатади. Унда воқеа-ҳодиса тафсилотлари тезкорлик билан муаллиф гувоҳлиги ёки унинг иштирокида томошабинга тақдим

этилади ва шунинг учун унга аудитория кўпроқ ишонади. Чунки, у воқеага сабаб бўлган омил, унинг ривож, омма учун кизиқарли ва муҳим бўлган жиҳатлар, яқини тўғрисида тўлалигича ахборотга эга – воқеага гувоҳ бўлган ишончли воқитчидир.

Репортаж телевидение тарихида алоҳида ўрин тутди. «Аввалига репортаж жанри турли суд мажлислари, парламент баҳслари тўғрисидаги хабар шаклида бўлган. Атама XIX асрнинг биринчи ярмида пайдо бўлган. Кейин бундай материаллар ҳисобот деб ҳам атала бошлаган. Репортаж ҳам маънан, ҳам мазмунан замонавий очеркка ўхшаш. Жон Рид, Эгон Эрвин Киш, Эрнест Хемингуэй, Юлиус Фучик каби репортёрлар Ғарб журналистикасида кўпроқ «очеркчилар», деб таърифланади»¹.

Телерепортаж мазмунан босма ОАВдаги махсулотлардан фарқ қилмаса-да, ТВ имкониятларининг бирламчи хусусияти – тасвирнинг мавжудлиги томошабинга кўпроқ таъсир кўрсатади. Россия телевидениесида мазкур жанрдаги чиқишлар дастлаб 1948 йил (Ленинград) ва 1949 йил (Москва) да кўчма телевизион станциялар пайдо бўлиши билан бошланган. Унда репортажнинг икки кўриниши мавжуд бўлиб, – биринчиси, шарҳсиз трансляциялар, иккинчиси, кадр ортидан туриб шарҳланган спорт мавзусидаги репортажлар.

Репортажлар нуткий қурилишини таркиблашда икки муҳим тамойил кузатилади: ҳолис (нейтрал) ва шахсий (муаллиф мулоҳазаси). Воқеий репортажларда одатда ҳолис баён усули, шахсий – муаллифлик тамойилида эса шарҳлаш, баҳолаш усули устуворлик қилади. Ҳолис-воқеий усулдаги репортажларда ахборот бериш тадрижи воқеанинг кечиши оқимига мос бўлиб, нутқ оҳанги, тезлиги ҳам ўша воқеа жараёнини ақс эттиради. Шу боис ҳаракатни ифодаловчи воқиталар (фёллари), ихчам ва лўнда жумлалар кўп ишлатилади.

¹ Лўғат-маълумотнома. Журналистика, Реклама, Паблик Релейшнз. 1700 га атама. Муаллифлар хайъати: Ф.П.Нестеренко (раҳбар) ва бошқ. – Т.: «Зарқалам», 2003

Аниклик, вазминлик, хужжатлилик, бетараф – ҳолис баён асосий хусусият хисобланади.

Спорт ва айрим ҳолларда сиёсий мавзудаги репортажларда ҳам журналист баъзан ҳолислик, бетараф муносабатни «унутиб» қўяди ва ошкора равишда ҳиссиётли муҳлисга айланади. У энди ҳакамлик қилиш (ҳакам билан мунозарага киришиши), ўз ҳис-туйғулари, шахсий нуқтаи назарини ошкора баён қилиши мумкин. Оқибатда, вазминлик, аниклик ҳис-туйғу ва шахсий мулоҳазалар билан алмашади. Бу ҳиссиёт ва мулоҳаза ўқувчи ёки томошабин ҳиссиётига яқин, унга «юкадиган» ҳаяжонли туйғу сифатида ифодаланади. Бу, албатта, репортаж самарадорлигини, таъсирчанлигини оширади. Яна шуни таъкидлаш лозимки, айрим ҳолларда бу воқеага объектив, ҳолисона баҳо беришдан чалғитади ва бу мунозараларга сабаб бўлиши мумкин.

Журналист долзарб мавзунини танлаш, ишончли фактларни топиш ва қайта ишлаш жараёнида унинг энг мақбул ифода шаклини ҳам танлайди. Ифоданинг бу шакли ва услуби жанр хисобланади. Жанрдаги аморфлик, қоришиқлик тасаввури амалиётчилар ўқувсизлиги ёки жанр назариясидаги камчиликдир.

Бугунги кунда репортажларнинг бир неча тури мавжуд. Қуйида уларга қисқача тўхталиб ўтилган. Воқеа содир бўлаётган жойда ва пайтда эфирга чиқаётган кўрсатув тўғридан-тўғри репортаж хисобланади. Кейинги тур – репортаж-трансляция. Анъанавий репортажда мухбирнинг сўзи, шарҳи бирламчи бўлса, репортаж-трансляцияда воқеа, унинг ривож, тасвир биринчи ўринда туради. Воқеа қандай ривожланса, репортаж шундай ҳаётий реал вақтда ва кетма-кетликда эфирга чиқади.

Воқеа содир бўлаётган жойдан воқеа содир бўлаётган пайтда тўғридан-тўғри эфирга берилаётган репортаж – воқеий репортаж хисобланади. Бунда мавзу, муаммо эмас, балки воқеа бирламчидир. Режалаштирилган репортаж эса мухбир томонидан олдиндан режалаштирилиб, телетомошабинлар

диккатига бирор-бир муаммо ёки мавзу тафсилотлари ҳавола этилади. Бундай репортажлар маълум бир мақсад билан долзарб мавзуларда ташкил этилади. Кўчада, тротуарда кетаётган йўловчиларнинг орасида кекса бир киши юрагини ушлаб, охишта тиз чўка бошлайди, ерга йиқилади. Телекамера гўё тасодифий содир бўлган бу воқеага (инсон фожеасига) атрофдагиларнинг муносабатини ўрганади.

Муаммоли репортажда жамият, мухбир нуктаи назарида муҳим деб ҳисобланган муаммо кўтарилади. Бунга ТВЦ (Россия) телеканалининг Андрей Караулов олиб борадиган «Момент истины» («Ҳақиқат онлари») кўрсатуви яхши мисол бўлаолади. Бирор-бир таниқли шахс, замон қаҳрамони, сиёсий, давлат ёки жамоат арбоби, ёзувчи, шоир ва бошқалар образи очиб бериладиган ижодий асар – репортаж-портрет деб юритилади.

4-§. Репортёр фаолиятининг кўринишлари

Замонавий тележурналистикада репортёрлар фаолиятида икки нуктаи назардан ихтисослашиш мавжуд:

Биринчиси, «горизонтал» – жамият ҳаёти ва фаолиятнинг маълум жабҳаси бўйича (сиёсат, иқтисодиёт, криминалистика, илм-фан, экология, ҳуқуқ ва бошқалар). Мисол учун, «Ахборот» дастурида Муаттар Аскарова ҳуқуқий мавзуга оид видеосюжетлар тайёрларди. Улар шу соҳа ва йўналишларга ихтисослашгани боис, тайёрланган телемахсулотлар сифати бирмунча юқори.

Иккинчиси, «вертикал» – битта минтақа, республика ёки вилоятда туриб турли мавзудаги ахборотларни етказди. Ҳозирда Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси тизимидаги каналларнинг барчасида вилоят мухбирлари иш олиб боради. Йирик хориж телехизматлари турли минтақа ва мамлакатларда ўз мухбирларига ва ҳаттоки, мухбирлик пунктларига эга. Мисол учун, «TRT» (Туркия телерадиокомпанияси) мухбири Тошкентда фаолият олиб боради.

Мухбирларнинг горизонтал ёки вертикалга ихтисослашувининг ҳам ижобий, ҳам салбий томонлари бор. Бирор-бир соҳага ихтисослашган мухбир сценарийда мавзунини тўла тушунгани учун маҳорат билан ёритиб бериши, аммо баъзи соҳага доир атамаларни керагидан ортик қўллаганда томошабин тушунмаслиги ҳам мумкин. Телесценарий ёзилаётганда бу жиҳатлар инобатга олинмоғи жоиз. Вертикалга ихтисослашган мухбир эса тадбир ва учрашув тўғрисидаги ахборот, воқеа-ҳодисаларнинг барчасини ҳам юқори даражада тушуниб, етказиб беролмайди. Чунки, у тайёрлаган дастурлар ҳамиша хилма-хил мавзуда бўлади. Бири иккинчисига ўхшамайди.

Телевидениеда репортёрлик фаолияти жанрлар нуктаи назаридан ҳам тавсифланади:

1. Уларнинг кўпчилиги тезкор янгилик тайёрлаш ва етказиш билан шуғулланади.

2. Доимий равишда телевизион суриштирув олиб борадиган ижодкорлар («Профессия – репортёр» туркумидаги кўрсатувлар).

3. Махсус репортажлар тайёрлаш билан шуғулланувчи тележурналистлар.

Репортёрларнинг универсаллашган тури босма нашрлардаги «махсус мухбир»лар фаолиятини эслатади. Одатда, улар воқеа тафсилотларини ўрганиш ва мунтазам етказиб туриш учун махсус жўнатилади. Махсус мухбирлар телекомпанияда фаолият олиб боровчи юқори профессионал мутахассислардан тайинланади. Мутахассисларнинг ихтисосликлари ва журналист сифатида қайси соҳага ихтисослашгани тўла инобатга олинади. Америка Қўшма Штатларида уларни «генералист» деб ҳам аташади. Генералистлар воқеа-ҳодиса содир бўлган жойга жўнатиладиган экан, аввало воқеа хусусиятига, қайси соҳа ёки жабҳа билан алоқадор эканлигига эътибор қаратилади. Улар воқеани журналистлардан кўра чуқурроқ ва кенгрок тушунади. Генералист репортажи универсал журналист тайёрлаган махсулотга нисбатан оддийроқ, лекин фойдали бўлади. Чунки, у объектнинг махсус ўрганади ва яхши тушунади.

Репортёрнинг профессионал маҳорати тўрт унсурда кўпроқ ўз аксини топади:

Биринчиси, керакли пайтда керакли жойда ҳозир бўлиш (хаттоки, муҳаррир билан келишмай туриб ҳам). Воқеанинг муҳим аҳамият касб этишига мантиқан баҳо бериб, материал тайёрлашга киришиш.

Иккинчиси, телесюжет маркази ва композицион тизимини уйлаш, керакли интервьюларни ёзиш ҳамда видеотасвирларни танлаш.

Учинчиси, воқеа ҳақидаги ахборотларни йиғиш, тафсилотларни аниқлаш ва матн тайёрлаш.

Тўртинчиси, таҳририят учун тезкорлик билан телесюжет тайёрлаш.

Репортёрнинг профессионал маҳорати қуйидаги узвларда кўринади:

– барчага кизиқарли ва умумаҳамиятга молик воқеа ҳақида томошабинда ёрқин тасаввур ҳосил бўлиши учун тасвирчи билан бирга кадрларни чамалаш, ракурсларни танлаш, тасвирга олиш;

– воқеага дахлдор одамлардан интервью олиш;

– содир бўлган воқеа ҳақида кенгрок ҳикоя қилиш, кадрларда воқеанинг моҳиятини очиқ бериш;

– кадрларнинг қиска монолог сингари маъно касб этиши, ўша воқеа ҳақида маълумот бериши керак.

ТВда журналист билан ҳамкорликда ишловчи гуруҳ таркиби:

– продюсер (инглиз тилидан таржима қилинганда *producer*, лотинчадан *produce* – «ҳосил қиламан», «тасаввур пайдо қиламан» деган маънони билдиради) – ижодий жараён ташкилотчиси;

– тасвирчи;

– муҳаррир (редактор, французча *redacteur*, лотинча *redactus* – «тартиб ўрнатмоқ» маъносида) – 1) мутахассис, материални таҳрир этиб (мазмунан ва грамматик кўриб чиқиш, қайта ишлаш, тайёрлаш), эфирга беришга масъул шахс; 2) ОАВ таҳририяти раҳбари;

– режиссёр (французчадан *regisseur*, лотинчадан *rego* – «бошкармоқ» деган маънони англатади) – мутахассис, телекурсатув, жонли эфир, телевизион фильмлар бошқарувчиси;

– монтажчи (французчадан *montageur*, *montage* сўзларидан олинган) – кадрларни танлаб, бир-бирига улаб, яхлит курсатувни яратувчи;

– овоз оператори, овоз режиссёри;

– видеомуҳандис;

– дастур бошловчиси;

– чирок усталари.

Ахборот жанрларининг энг муҳимлари каторига интервью, экспресс-сўровларни киритиш мумкин. Кўпчилик фикрини билиш, саволларга жавоб олиш, у ёки бу масалага муносабатни урганиш мақсадида экспресс-сўров (яъни, тезкорлик билан қисқа савол, қисқа жавоб усулида) ўтказилади. Савол беришда жавоб берувчининг характери, табиатини ҳисобга олиш зарур. Гапдон, сўзамол кишига савол бериш билан, жавоб беришни истамайдиган, билган ахбороти, маълумотини атайлаб яширмоқчи бўлган шахс билан муносабат, саволлар мазмуни, савол бериш методикаси бошқача бўлади.

Портрет-интервью. Қаҳрамон портретини яратиш мақсадида олинadиган мазкур турда бериладиган саволлар суҳбатдошнинг характерини очиб беришга хизмат қилиши керак. Аср шиддати ва замоннинг тезкорлиги журналистдан ихчамликни, факат фактларни эътироф этишни такозо қилмоқда. батафсил шарҳ ва воқеаларнинг тафсилотлари аҳолининг бир қисmini қизиқтиради, ҳолос.

Интервью олиш мутахассисдан алоҳида маҳорат талаб қилади. Суратга тушириш жараёнида камера олдида турган бошловчи юқори малакали мутахассис бўлиши жуда муҳим. Унинг эфирда ўзини тутиш маданияти старли даражада бўлмаса ёки паст бўлса, яққол кўзга ташланади.

Ахборот жанрларининг кейинги тури ҳисобот бўлиб, давлат ва ҳукумат делегацияларининг расмий ташрифлари, рес-

публикада ёки жаҳонда бўлиб ўтган бирон-бир муҳим ижтимоий-сиёсий тадбирлар тўғрисида мазкур жанрдан фойдаланилади. Унда ахборотдан ташкари шарҳ ва тарихга экскурс каби усуллар ҳам қўлланилади.

5-§. Телевизион сюжет – муайян тарихий жараён сифатида

Ахборий образ. Драматург табиий равишда бадиий образни, репортёр эса ахборий образни юзага келтиради. Ахборий образ реал воқеаларга нигоҳ қаратиш орқали пайдо бўлади. Журналист 100 сония ичида ўша жойдаги муҳит ҳақидаги маълумотнинг ишончлилиги, кизиқарлилиги, аниқлигига жавоб берган ҳолда томошабинга етказди.

Сюжет формуласи. *Сюжет = 1 воқеа = 1 ахборий сабаб = 1 тарих = 1 ҳиссиёт = 1 фикр.* Агар пунктларда кўрсатилган тенглик бузилса, телевизион сюжет самараси паст бўлади. Албатта, бундай формулани таҳлилий кўрсатувларга жорий этиб бўлмайди. Баъзида янгилик моҳиятини битта жумла орқали ҳам ифодалаш мумкин (подводка ёки шпигелда).

Сюжетда қаҳрамон ва антиқаҳрамон. Сюжетда нафакат алоҳида шахслар, балки жамоалар, бутун халқ бирига қарши қўйилиши мумкин. Бунга талабаларнинг Париж кўчаларидаги тартиббузарликларини мисол сифатида кўрсатса етарли. Агар сюжетда зиддиятлар бўлмаса, томошабиннинг воқеага кизиқиши уйғонмайди.

Телевизион янгилик – далиллар драматургияси. Мухбир томонидан йиғилган далиллар бир-бирига зид қўйилган икки томоннинг ўзаро муносабатлари, муносабатдаги муаммо ҳамда чигалликларни очишга хизмат қилади. Агар далиллар муваффақият билан тақдим этилса, томошабин репортёр хатти-ҳаракати ва ҳиссиётини юксак баҳолайди.

Сюжетнинг драматургик композицияси. Тафсилотларнинг ривожланиш тамойиллари:

экспозиция – мукаддима (завязка) – ҳолатнинг ривож – кульминация – ҳолатнинг кейинги ривож (спад действия) – хотима (развязка).

Экспозиция – нима, қаерда, қачон, ким билан содир бўлди.

Муқаддима (завязка) – қахрамон ва антиқахрамонлар тўқнашувини тасвирлаб бериш, зиддиятларнинг келиб чиқиш сабабларини кўрсатиш.

Ривож – янгидан-янги далилларнинг тақдим этилиши туфайли томошабин қахрамонлар томонида туриб ҳаяжонланишни бошлайди.

Кульминация – бу боскичда ҳали ҳеч қаерда эълон қилинмаган далилнинг журналист томонидан тақдим этилиши билан томошабинда юқори таъсир ҳиссиёти пайдо бўлади.

Хотима (развязка) – бунда зиддиятлар якуни ҳамда ҳулосалар тақдим этилади.

Баъзида юқорида санаб ўтилган айрим боскичлар қолдириб кетилиши, аммо, энг асосийси, мантикий изчиллик бузилмаслиги керак.

Телеянгилликларнинг одатдаги сюжетлар драматургиясидан фарқи. Репортёр – зиддиятларнинг қатнашчиси бўлиб, жараёнга бевосита гувоҳ бўлади. У эфирда тўғридан-тўғри шахсий фикрини билдирмаслиги, воқеани баҳоловчи сўзлардан фойдаланмаслиги, томошабинга далиллар ёрдамида ўзаро зид қўйилган икки томоннинг ижобий ва салбий томонларини тушунтириб бериши лозим.

6-§. Телесюжет матнининг ўзига хос хусусиятлари

Янгилликни баён қилиш тамойиллари. ABC телекомпанияси: «Аниқлик, қисқалик, тушунарлилик».

Ҳолислик. Муаллиф воқеа ёки ҳолатга нисбатан ўзининг тўғридан-тўғри шахсий баҳосини беришга ҳақли эмас. У:

– ахборот манбаи ва томошабин ўртасидаги **медиатор** (лотинча *mediator* – воситачи), холос. «Менинг фикрим ҳеч ким-

ни кизиктирмайди». Факт ва айникса, баҳолашни қуйидагилар билан тасдиқлаш макбул:

- видеокатор;
- эксперт фикри;
- ўз кўзи билан кўрганларнинг гувоҳлиги;
- ахборот манбаидан иктибос бериш орқали.

Мухбир шахсий фикрини қуйидагилар орқали ифодалагани мақсадга мувофиқ:

- далил ва фикрларни тартиби билан тақдим этиш асносида («Штирлиц конуни»);
- гаптаги сўзлар тартиби (инверсия) орқали;
- начиткадаги интонация – оҳанг орқали;
- кесатик билан.

«Баҳосиз» матн, минимум сифат ва равишдан иборат бўлади.

Воқеанинг долзарблиги. Муаллиф томошабинда воқеанинг айти пайтда содир бўлаётгани ҳақидаги таассуротни қолдириши керак. Чунки:

- томошабин воқеанинг олдин ёки келгусида қандай бўлишига эмас, айти пайтдаги вазиятга кизиқади;
- матнда шунинг учун «бўлиб ўтди» деган жумлани қўллаш тавсия қилинмайди.

Ҳоятда тушунарлилиги. Қуйидагиларни эсда тутиш жоиз:

- киска фразаларда ёзиш керак («битта гап – битта фикр» тамойилида);
- илмий-образли ва бюрократик формулировкалардан қочган ҳолда оддий сўзлар, сўзлашув услубида ёзиш тавсия қилинади («гапирганимиздек ёзамиз» тамойили);
- барчага тушунарли атамаларни қўллаш;
- биз доим эшитиб турадиган аббревиатуралардан эркин фойдаланиш мумкин (мисол учун, ИИБ, МХХ ва бошқ.);
- иложи борица узун сонлардан қочиш, улардан максимум 3 та пунктда фойдаланиш мумкин каби қоидаларга амал қилиш керак.

Мантикий баён қилиш. Матн бир қанча блоклардан иборат бўлиб, ҳар бир блок маълум режа асосида ёзилади.

Олдин айтилган фикр кейинда яна такрорланмаслиги керак. Қаҳрамонлар айтган гап муаллиф матнини давом эттириши, аммо такрорламаслиги кабилар инобатга оlinиши тавсия этилади.

Информацион хабар конкрет ва тўлиқ бўлиши керак. Аксарият мухаррирлар мухбирларга ижодий ишни турли нуқталардан туриб, турли кўзлар билан:

- дастлаб ўқувчи сифатида;
- кейин ўзувчи сифатида;
- сўнгра мухаррир сифатида ўқиб чиқишни тавсия қила-

дилар.

Юқоридагилар информацион сюжетнинг сифат ва савиясини талаб даражасида бўлишини таъминлайди.

4-БОБ. ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКАНИНГ ТАҲЛИЛИЙ ВА БАДИИЙ-ПУБЛИЦИСТИК ЖАНРЛАРИ

1-§. Тележурналистиканинг таҳлилий жанрлари

Жаҳон телевидениесида таҳлилий журналистика муҳим аҳамият касб этади. Уларга телешарҳ, телетаҳлил, суҳбат, корреспонденция, матбуот анжумани, брифинг, баҳс ва ток-шоулар киради. Қуйида уларга бирма-бир тўхталамиз.

Шарҳ– таҳлилий публицистиканинг доимий ва анъанавий жанри ҳисобланади. Унинг бош мақсади – ижтимоий-сиёсий воқеаларни ёритиш, айрим ҳолларда телетомошабинлардан яширин бўлган воқеа-ҳодисаларнинг ўзаро боғлиқлигини очиб бериш, уларнинг воқеа ривожига таъсирини тушунтиришдан иборат. Одатда телешарҳда архив материалларидан, воқеа содир бўлган жойда суратга туширилган кадрлардан фойдаланилади ва воқеа шохидларининг муносабатлари берилади. Телетаҳлилда эса воқеа-ҳодиса чуқур шарҳланиб, таҳлил қилиниб, қўшимча далиллар билан мантикий асослаб, тушунтириб берилади. Телевидениеда халқаро воқеалар шарҳидан ташқари, мавзули шарҳлар, спорт шарҳлари ҳам мавжуд.

Телешарх – журналистдан юксак истеъдод, интеллектуал қобилият, ақл, нозик таъб, чуқур билим, бой ҳаётий тажриба, бағрикенглик, дипломатик қобилият, одилona ва принципиал ёндашувни талаб қилади. Халқаро масалалар муҳокамасида шарҳловчи нуктаи назарида миллий манфаатдан умуминсоний кадриятлар устувор бўлиши лозим.

Матбуот анжумани – катта воқеа, ҳукумат ёки вазирликларнинг бирон-бир муҳим масала юзасидан баёноти хусусидаги савол-жавобларга асосланган тур. Унда, одатда, аккредитациядан ўтган мухбирлар таклиф этилади. **Брифинг**да эса, савол-жавобларсиз давлат, ҳукумат, вазирликларнинг баёноти берилади.

Телекўприк – бир-биридан узоқ манзилда бўлган гуруҳларнинг эфирдаги мулоқоти. Бундай мулоқотни жаҳондаги таниқли телебошловчилар Леонид Золотаревский, Владимир Познер, Фил Донахью фаолиятида кўплаб учратиш мумкин.

Сухбат каби баҳсга асосланган жанрлар – савол-жавоб тарзида, диалогик шаклда бўлиб, икки ёки бир неча киши иштирокида ўтади. **Сухбат** – таҳлилий публицистиканинг ўзига хос телевизион жанри. Улар одатда сиёсий, иктисодий, ижтимоий, ахлоқ-одоб, илмий ва бошқа мавзуларда бўлиб, унинг тез-тез катта баҳсларга айланиб кетиш ҳоллари учраб туради. Сухбатларнинг аввалдан пухта ишлаб чиқилган сценарий, савол-жавоб асосида ташкил этилиши унинг муваффақиятини белгилайди. Аммо, импровизация ҳам муҳим аҳамият касб этади.

Таҳлилий жанрларнинг яна бири **баҳс (дискуссия)** бўлиб, лотин тилидан олинган «*discussio*» «тадқиқ этиш, кўриб чиқиш, муҳокама қилиш» деган мазмунни билдиради. **Баҳс (мунозара)** – телевидение экрандаги киши диққатини ўзига тортувчи жанрлардан бири. Унда телетомошабин ТВдаги энг кизиқарли, жонли фикрнинг туғилиши, ривожланиши, мақсадга қараб йўналишини яққол кўриб туради. Телетомошабин унда турли фикрлар тўқнашуви жараёнининг шохиди

ҳам бўлади. Шуниси диққатга сазоворки, экранда кечаётган фикрлар тўқнашуви кўрсатувни томоша қилиб ўтирган мухлисларни муаммони тадқиқ этиш жараёнига жалб қилиш хусусиятига эга. Бошловчи бу жараёнда студияга таклиф этилган ва баҳсда иштирок этаётган аудитория билан мутахассислар ўртасида ўртақашлик, воситачилик вазифасини бажаради.

Баҳс, ток-шоу – томошабинларнинг фаол иштирокида олиб бориладиган телекўрсатувлар тоифасидан бўлиб, ТВда бу жанрлар кенг қўлланилади. Бундай кўрсатувларга умуммиллий аҳамиятга молик муҳим масала, муаммолар мунозара учун ўртага ташланади. «ТВ маҳсулотини қабул қилиш, қизиқиш билан кўриш – булар драматургик асос ёзилишида ҳисобга олинishi даркор. ТВ асарини бунёд этишда етук ижодий кучларга таяниш, театр актёрларининг техникасини ТВ телеканалларининг зийрак объективини назарда тутиб, янада мукаммаллаштириш зарурлигини кўрсатди»¹. Ток-шоуларнинг баҳс-мунозаралардан бир қадар фарқи бор. Одатда баҳс нисбатан жиддий кечади. Ток-шоуда эса ҳазил-мутойиба, куй-кўшиқ, суҳбат, интервью каби жанрлардан ҳам фойдаланиш имконияти кўпроқ. Шунинг учун ҳам мутахассислар ток-шоуда бадий-публицистик жанр хусусиятлари мавжуд бўлсада, уни мазмун нуқтаи назаридан мавзулар таҳлилига қараб, таҳлилий журналистика жанрларига киритишган².

Ток-шоу – бевосита мулоқотда суҳбатдошлар ўртасидаги алоқа, муносабат, юзма-юз, студияда рўпарама-рўпара жойлашган вазиятда юзага келади. Бунда бақамти суҳбат – бақамти мулоқот, деб аташ ҳам мумкин. Бунда суҳбат иштирокчилари бир-бирини кўриш ва эшитиш имкониятига эга бўлади. Нолисоний хатти-ҳаракатлари (қўл ҳаракати, қош чимирилиши, кўз қорачиғини қатталаштириши, мийиғида қулиб қўйиш, ҳўмрайиш, овозни кўтариш, ўқиётган матндаги мантикий

¹ Акбаров Х. Кино-, теледраматургия: назария ва амалиёт. – Т.: ИLM ZIYO, 2006. – Б.117.

² Кузнецов Г.В. и др. Телевизионная журналистика М.: Аспект Пресс, 2004. – С.198-199.

урғулар, овоздаги киноя оҳанги кабилар) ҳам фикр ифодалаш-га хизмат килади. Сўзлашувчи ва тингловчида мулоқот вазия-ти ва жараёнига бевосита дахлдорлик кайфияти, масъулияти мавжуд бўлади.

Ток-шоу бошловчиси аклли, кутилмаган ноқулай, калтис вазиятлардан тез ва муваффақиятли, ғалаба билан чиқиб кета олиши, сўзга чечан, ҳазил-мутуйибага мойил бўлиши, тинглов-чини ўзига ром эта олиши, студияда йиғилганлар ўртасида тез ва енгил ҳаракат қилиши жоиз. Бундай лойиҳалар телетомо-шабин орзиқиб кутадиған кўрсатувлар каторида тайёрланиши шарт. Ток-шоу пайтида студияда телетомошабин уланадиган телефонлар ўрнатилиши улар билан мулоқот қилиш имкония-ти бўлгани маъқул.

Корреспонденция. Бу жанрда тайёрланган материалда бирон-бир актуал воқеа ёки ҳодиса ҳақида хабар қилиниб, факт ва рақамлар чуқур, пухта, атрофлича таҳлил қилинади, умумлаштирилади. Телевизион публицистикада воқеа ва ҳодисалар тез-тез шахслаштирилган ҳолда учраб туради.

Бугун замонавий телевиденида интерактив кўрсатувлар ҳам ривожланиб бормоқда. Дастлаб янгиликлар жонли эфир-да намоиш этилган бўлса, ҳозирда ток-шоулар, бошқа йирик лойиҳалар ҳам тўғридан-тўғри эфирга чиқмоқда. Телевидение интерактив кўринишда ўз фаолиятини ташкил этмоқда.

2-§. Бадий-публицистик жанрлар

Телевизион журналистиканинг бадий-публицистик жанрларига *лаҳза, эссе, очерк* киради. Сатирик жанрлар ҳам бадий-публицистик жанрларнинг бир қисми сифатида ри-вожланиб борапти. Жумладан, мамлакатимиз телеканалларида сатирик, айнан дам олишга йўналтирилган махсус лойиҳалар кўплаб топилади. Ҳужжатли телефильмлар бутун жаҳон телеканалларида алоҳида ўрин тутди. Буюк Британиянинг Би-Би-Си телекомпанияси юзлаб ҳужжатли фильмларни ўз томошабинларига тақдим этиб келган. Бадий-публицистик намоишларнинг бир кўриниши сифатида ривожланиб ке-

лаётган сериаллар ТВ дастурларида муҳим ўринни эгаллаб келмоқда.

Оммавий мулокот турларининг ҳар бир тури ўзига хос лисоний-услубий хусусиятларга ҳам эга. Бу хусусиятлар матбуот, радио ва телевидениенинг техник воситалари, ахборот узатиш шароити, адресат билан алоқа узатиш имкониятлари каби омиллар таъсирида шаклланади. Ҳар бир ОАВнинг ўзига хослиги уларда мулоқотларнинг аклий-таҳлилий ва шахсий ижодий асослари бир бутунлиги нисбатини ҳам таъин этади.

Газета материалини радио ва телевидение учун мослаб, қайта ишлаш матнни қискартиришни, синтактик тузилишини ўқиш ва эшитишга мослашни, соддалаштиришни тақозо этади. Овоз ва оҳанг ихчам ва лўнда ифодаларни ўзаро боғлаб фахмлашни, осон тушунишни таъминлайди.

Телемулоқотда диктор нутки ва кадрдаги тасвир ҳамда унинг шарҳи алмашилиб туради. Дикторнинг ёки кўрсатувни бошқарувчи журналистнинг экранда узоқроқ туриб қолиши томошабинда суст қайфиятни уйғотиши мумкин. Шу боис унинг кадр ортидан гапириши ҳужжатли тасвир билан яхлит мулоқот тўқимасини яратади. Шунинг ҳам таъкидлаш керакки, радио ёки телевидение диктори нуткида сўзлашув унсурлари — умумадабий талаблардан чекиниш ҳоллари учраб туради. Лекин, янгрот овоз ва оҳанг туфайли уларни пайқаш қийин. Бу тайёр матнни янгрот нутққа айлантириш жараёни билан изоҳланади.

Телемулоқотда суҳандон қиёфаси, хатти-ҳаракатлари, қайфияти, кўз қарашлари ҳар доим томошабин эътиборида бўлади. Бу ерда талаффузнинг ҳам, нолисоний хатти-ҳаракатларнинг ҳам вазиятга, ахборот мазмунига мувофиқлигини белгиловчи режиссура, эстетика мавжуд. Чунки, телеасар теленутқнинг лисоний ва нолисоний унсурлари мажмуи уйғунлигидир.

Камера воқеликни бутун кўлами ва тадрижи билан эмас, балки унинг муайян қисмини кўрсатади: қисмини бутуннинг рамзи сифатида тақдим этади. Телетасвирни шарҳлаган

сўзнинг маъноси газета ёки радиодаги сўздан аниқроқ бўлиб, ундан икки маъно укиш қийин.

Теледастур – мақсадга кўра ягона бир бутун асар. Кўрсатиш амаллари дастур мазмунидагина эмас, унинг нуткий ифодасида ҳам акс этади. Телевидение тили оғзаки сўзлашув ва ёзма китобий нутк шакллари ўртасида юзага келган оралик мақомни эгаллайди.

Телевидение тили уч асосий унсурдан иборат: *тасвир, овоз, нутқ*. Телемунозарада лисоний ахборот устувор хусусият касб этади. Репортажда тасвирий ва лисоний ахборот кўшилиб кетади. Телефильмларда эса лисоний ахборот тасвирга тобе бўлади. Телесухбат иштирокчилари гоҳ сўзловчи, гоҳ томошабин мақомида кўринади. Шу хусусиятларга асосланиб:

1. Ахборот узатувчи (журналист ёки суҳандон томонидан) ўқиб бериладиган;

2. Телесухбатларда баён қилинган;

3. Тайёрланган ва хотирада сақланган матнни қайта ифодаловчи турларга гуруҳлаш мумкин. Теленутқнинг диалогик ва монологик шакллари ҳамда ўқиб бериладиган ва эркин гапириб бериладиган турлари фаркланади.

Журналист тайёрлаётган материалнинг мавзусига қараб унга мос бўлган жанрни тўғри танлай олса, ўз олдига қўйган вазифани юқори савияда, сифатли қилиб бажара олиш имконияти кенг бўлади.

Очерк – бадиий публицистиканинг асосий, бош жанри. Хужжатли очерк ўзининг тили, баён услуби, образлар тизими бўйича бадиий ҳикояга яқин туради. Лекин, очерк содир бўлган воқеалар ҳаётда ҳақиқатдан ҳам бўлиб ўтганлиги, воқеа содир бўлган вақт ва манзилнинг аниқлиги, қаҳрамонлари ҳаётда бор бўлган реал шахслар эканлиги билан ажралиб туради. Публицистикада очеркдек муаллифдан катта истеъдод, маҳорат, ижод талаб қиладиган бошқа жанр бўлмаса керак.

Очерк – публицистиканинг телеэкранда учрайдиган энг мураккаб жанри ҳисобланади. Бу жанр реал ҳаётнинг, конкрет

шахснинг ёзувчи, публицист томонидан эстетик мушоҳада килинган аксидир. Хужжатли очеркда воқеа ҳаётда қандай содир бўлган бўлса, худди шундай – ортиқча бадий тўқимасиз қайта тикланади. Образлар бироз типиклаштирилади, характерлар бадий ташбеҳлар ёрдамида ширин тил билан яратилади. Очерк композицияси жанр хусусиятлари бўйича драматик асарнинг ички тузилишига яқин ҳисобланади.

Фельетон. Кимдир бу жанр йўқ бўлди, энди биз учун унинг кераги ҳам йўқ демоқда. Лекин, ундай эмас. Токи ҳаётимизда камчиликлар, ёлғон, жиноят, жамоатчилик фикрини чалғитиш, коррупция, порахўрлик – салбий воқеа ва ҳодисалар, нотўғри ғоявий йўналишлар, қўшиб ёзишлар, сотқинлик, террор, диний экстремизм, айирмачилик (сепаратизм), иркчилик, миллий худбинлик, ёзувчи ва журналистнинг қазабини кўзғатадиган бошқа салбий ҳолатлар, уруш бор экан, жанжал бор экан, телефельетон, телепамфлетлар ўлмайди.

5-БОБ. ИЖОДКОРГА ҚЎЙИЛАДИГАН АСОСИЙ ТАЛАБЛАР ВА ТЕЛЕВИДЕНИЕ ТИЛИНИНГ ЎЗИГА ХОСЛИКЛАРИ

1-§. Тележурналистга қўйиладиган асосий талаблар

Замонавий телевидение журналистлари олдида қўйиладиган бир қанча талаблардан хабардор бўлмаган мутахассис ҳар томонлама сифатли ва мазмундор кўрсатув тайёрлай олмайдди. Аудиториянинг қабул қилиши ҳам қийин кечади. Буни тўлиқ англаш учун аввало телевидениеда бошқа оммавий ахборот воситалари журналистларидан фарқ қилувчи айрим жиҳатларни яхши ўрганиш ёш ижодкорлар учун жуда зарур. Мисол учун, газета ёки журнал ходими тадбир бўлаётган жой – объектга бориб, бир ўзи ўрганиши ва мақола ёзиши мумкин. Бирор-бир танқидий-тахлилий хат-хабарда баён этилган долзарб муаммони синчиклаб текшириш ҳам муҳим натижа беради. Бир неча йил муқаддам аввал фотожурналистларнинг газетадаги ўрни бирмунча юкори эди. Бугун эса деярли ҳар бир ижодкорнинг қўлида фотоаппарати бор, ўзи суратга тушириб, газета саҳифаларига ўз фотоасарларини бериши мумкин.

Демак, матбуот журналисти қўлида қоғоз, қалам ва фотоаппарат бўлса, мавзунини бемалол ёритиш имкони бор. Радиожурналист учун энг асосий қурол эса диктофон ҳисобланади. Демак, матбуот ва радиостудия журналисти яқка ҳолда истаган жойга бориб, ўз ижодий асарини тайёрлаб қилиши мумкин. Бу нуқтадан назардан тележурналистлар фаолияти бирмунча фарқ қилади. Яъни, тележурналист ижодий гуруҳсиз йўлга чиқолмайди. «Телевидение асосан ахборот, маърифий ва қўнғилочар замонавий электрон техник воситасидир»¹. Телевизион асар бир кишининг меҳнати эмас. Ҳақиқий телеасар кўпчилиكنинг ақли, иқтидори, тажрибаси билан вужудга келади.

И.Абдухолиқов ўзининг кўп йиллик тажрибасига таянган ҳолда тележурналист воқеани экранга олиб чиқишда қуйидагиларга эътибор бериши кераклигини келтириб ўтади:

- эҳтиросли сўз;
- чиройли рамзлар;
- телетомошабин ақли ва қалбига етиб борадиган тасвирлар;

- ёқимли овоз;
- характерли шовқин;
- кўрсатув моҳиятини очиб берувчи мусика;
- ва бошқа новербал воситалар ёрдамида яратади.

Профессинал журналист:

- тасвирий санъатдан;
- кино сиру синоатларидан;
- ёзувчилик маҳоратидан;
- мулоқот қилиш, муносабатга қиришиш – дипломатия санъатидан;

- электрон техникадан ва бошқа соҳалардан яхши хабардор бўлмоғи керак.

Бу йўналишда ёзилган материаллар талабалар учун ҳам илмий, ҳам амалий нуқтадан назардан катта ёрдам беради. Назарияда билдирилган фикрлар амалиёт билан ҳамбарчас

¹ Абдухолиқов И. Тележурналист устахонасидан. – «Садо» газетаси, 2007 йил 1 февраль.

боғлансагина, бўлажак журналистларнинг ўз соҳасининг чинакам ва ҳақиқий устаси бўлиб етишига ёрдам беради.

Тележурналистика асослари, масс-медиа типологияси ва техникаси, интерактив журналистика каби фанларни ўқитиш, машғулот олиб боришда ижодий гуруҳ таркибига кирувчилар тўғрисида маълумот бериб ўтиш жуда зарур. Аммо, замонавий телевидение журналистга янги талаблар қўймоқда.

Бугунги ёшларнинг кўпчилиги машхур бошловчилар Жамшид Умрзоков, Дилдора Рустамова, Гулмира Мусажонова, Муҳаббат Ҳамроева, Толибжон Исроилов, Нозима Воҳидова, Нилуфар Умрзокова сингари ижодкорларга ҳавас билан соҳага кириб келадилар. Талабларнинг биринчиси **бошловчилик**. Замонавий тележурналист нафақат бошловчи фаолиятдан хабардор бўлиши, ўзи ҳам ана шу касб эгасининг машаққатини ҳис этиши лозим. Сценарий муаллифи кўнгилдан ўтказиб ёзган матндаги ҳиссиёт, дард, кувонч – буларнинг барчаси бошловчига етганда сусайиб, камайиб кетишига йўл қўймаслик, бошловчи орқали етиб бориладиган матнлардаги жамики ҳис-туйғуларни томошабин ҳам теран ҳис этиши керак. Инсонда малакали тележурналист бўлмоқ истаги бўлса, бошловчилик касби сир-асрорини ҳам ўрганишни зарур. Бошловчи журналист ҳис қилган дардларни у каби ҳис қилолмайди.

Одатда бошловчилар ҳақида гап кетганда, уларни телекўрсатувнинг юзи деб атаймиз. Мисол учун, «Ўзбекистон» телеканалида эфирга чиқадиган «Ойдин ҳаёт» ток-шоусини актёр Рихситилла Абдуллаев билан Азиза Расулова олиб боради. Муаллифлар бутунлай бошқа одамлар. Лекин, экран қаршисидаги томошабинда «кўрсатувни ана шу икки бошловчи тайёрлаган» деган хулоса пайдо бўлади. Саломни ҳам, хайр-хўшни ҳам, суҳбатларни ҳам улар олиб боради. Одатда бошловчилардан мавзу ва матнни тўлиқ ўзлаштириб олиш талаб этилади. Кўпгина хориж телеканалларида бошловчилар машхур кишилар (кўпинча актёр, шоир, адиблар) орасидан танланади ва шу орқали кўрсатув тез оммалашади.

Телевизион асар ютуғи **режиссура, тасвирга олиш** жараёни билан боғлиқ. «Режиссёр» сўзи лотин тилида

«бошқарувчи» деган маънони англатади. Бироз таҳрир қилиб гапирадиган бўлсак, «режиссёр» бу – сахна, экран, эфир асарлари: театр, кино, радио, телевидение ва бошқа оммавий сахна асарларининг тўлақонли муаллифи, ижодий раҳбари, сўзга, воқеага жон бағишловчи мутахассис ҳисобланади. Муаллифнинг режиссурадан хабардор бўлиши, тасвир имкониятларини чамалай олиши дастур ютуғини таъминлайди. Мисол учун, журналист «Биринчи муҳаббат» мавзусида топширик олди. Биринчи муҳаббат муаллиф наздида бутунлай бошқача кечган бўлиб, масалага шу нуқтаи назардан ёндашади. Режиссёр эса буни бошқача кўради. Чунки, муаллиф имкониятлари сўзда, режиссёр имкониятлари тасвирда акс этади. Тасвирчи эса бутунлай бошқа нуқтаи назардан тасаввур қилади. Муаллифнинг ижодий гуруҳ таркибига қирувчи журналистик фаолият турларидан хабардор бўлиши кўрсатувнинг чинакам муваффақиятини таъминлайди. Журналистнинг **монтаж** жараёнидан хабардор бўлиши кўрсатув сифатини оширишда муҳим омил ҳисобланади.

Замонавий журналистика ижодкордан универсалликни талаб қилмоқда. Журналист кўлида камера бўла туриб, тасвирчи йўқлиги учун ҳодисанинг тасвирга олинмаслиги бугунги кунда кечирилмас ҳолдир. Хориж телеканалларида уяли алоқа воситалари, оддий видеокамералар орқали тасвирга олинган ўнлаб янгиликлар эфирга берилмоқда. Ижодий гуруҳ зиммасидаги вазифаларни бугунги кунда биргина журналистнинг ўзи ҳам режиссёр, ҳам тасвирчи, ҳам бошловчи, ҳам монтажчи бўлиб амалга оширмоқда. Бу ахборот-коммуникация технологиялари ривожланган замоннинг талабига айланмоқда.

2-§. Телевидениеда кадр тушунчаси

Телевидение – оммавий коммуникация воситалари (ОКВ)нинг бир туригина бўлиб қолмай, балки ахборий, ҳужжатли-публицистик ҳамда бадий ижоднинг замонавий мукамал шакли ҳисобланади. Маълумки, ҳар бир ижод тури, у тасвирий

санъат бўладими, радио, театр ёки кино, бундан катъи назар, ўз техник ва тасвирий ифода усулларига, ўзига хос тилига эга. Телевидение мухбири, мухаррири, муаллифи ана шу имкониятлардан тўла фойдаланган ҳолдагина ўз мақсади, вазифаси, ғояси йўлида самарали фаолият кўрсатади.

Телевидениёда кинодагидек экран ифода усули бўлганлиги сабабли бу икки соҳа – санъат тури моҳиятан бири-бирига яқин, қарийб бир хил тилга эгадир. Тарихга мурожаат қилинадиган бўлса, экран тили даставвал тасвирий санъатда пайдо бўлган эди. Тўлақонли шаклда эса у кинода ривож топди, сўнгра телесвидениёда яна мукаммаллашди. Маълумки, «экран тили» атамаси кино усталари томонидан яратилиб, томошабин уни тушуна бошлагандан кейингина кино ва телесвидение амалиётида термин сифатида ишлатила бошланди.

Яна шуни айтиш керакки, экранда чор-атрофнинг бир қисмигина, яъни кадр, камера тўртбурчагида унинг хошияси билан қирқиб олинган ҳаёт манзарасигина кўринади. Кинокамеранинг (телекамера ҳам бундан мустасно эмас) «кўриш имконияти» кадр хошия томонларининг тўртдан уч нисбаги билан чегараланган бўлади.

Агроф-муҳитнинг экранда кўриниб турган қисмига кадр дейилади. Баъзи бир телестудияларда «кадр» сўзининг иккинчи маъноси ҳам мавжуд. Яъни, камеранинг «бир нигоҳи» билан суратга туширилган планга ёки кўрсатувнинг бир қисмига ҳам кадр деб айтилади. Шунингдек, тасвири туширишга кетган вақт оралиғини билдирувчи тушунча «план» сўзи билан ифодаланади. Бу тушунча одатда «узун ёки қисқа план» ҳақида гапирилганда ишлатилади. Биз уни «узун кадр» ёки «қисқа кадр» деб юритсак анча тўғри бўлар эди.

Экран нафакат борликни акс эттиради, балки вақтни намоён қилиш, сездириш, ифода этиш хусусиятига ҳам эга. Шунинг учун «кадр» тушунчаси вақт тушунчасини, яъни тасвири экранда қанча муддат туришини ҳам ўз ичига қамраб олади. Шундай қилиб, «кадр» деб фильм ёки кўрсатувни тасвир тасмасига тушириш мобайнида камерани тўхтатмай, унинг «бир нигоҳи» билан суратга олинган қисмига айтила-

ди. Бошқача килиб айтганда, камера ёқилганда унинг ичидаги тасма бошидан-охиригача ҳаракатланган вақт оралиғи ёки видеотасвир эфирга уланган дақиқадан бошлаб камера бошқа кадрга ўтгунга қадар бўлган вақт оралиғидаги тасвирга «кадр» дейилади.

3-§. План ва унинг турлари

«План» деб кадрдаги тасвир кўламига – масштабига айтилади. «План» тушунчаси тасвирланаётган шакл ёки предметнинг экрандаги йириклик даражаси, тасвирга олинаётган объект билан камера ўртасидаги оралик масофа ҳамда объективнинг фокус оралиғи, яъни суратга олинадиган предметларнинг аниқ-тиник кўринадиган нукта масофаси билан боғлиқ тушунча.

Одатда план уч турга бўлинади: умумий, ўрта ва йирик. Лекин профессионал кино ва телевидение ходимлари уни олти турга бўлади:

1. Чексиз, нихоятда узокдан олинган план (дейлик, космосдан туриб Ерни суратга тушириш, одам ва уни ўраб турган бутун борликни тасвирлаш);

2. Умумий план (одамнинг бор бўй-басти бўйича олинган кадр);

3. Ўрта план (одамнинг тиззасигача бўлган тасвири);

4. Ўрта йирикликдаги план (белгача бўлган план);

5. Йирик план (одамнинг юз, бош қисми туширилган кадр);

6. Макроплан кадрнинг бир қисми, фрагменти: (масалан – кўз, кулок, кош, киприк, мўйлов, асаларининг оёғидаги пахмок тукларигача ва ҳоказо.)

Шуни ҳам таъкидлаш керакки, план катта ёки кичикрок бўлиши мумкин, бироқ у ҳеч қачон узун ёки қисқа бўлмайди. Шу сабабли бу таърифлар бироз нисбий тушунча ҳисобланади.

4-§. Ракурснинг телевидениеда тутган ўрни

Экран тилининг яна бир унсури «**ракурс**» деб юритилади. Бу термин тасвирий санъатдан олинган бўлиб, манзара

бор бўйича кенг камровли килиб тасвирланганда шу манзара ичидаги шаклларни иложи борича кискартириш маъносида ишлатилар эди. Бу тушунча, одатда, икки ўлчовга эга бўлган тасвирий санъат асарининг ясси-текис тасвирларидан уларнинг ҳажмини бор бўйича камида уч ўлчовда кўрсатиш (перспектива)га ўтганда пайдо бўлди. Вакт ўтгани сари «ракурс» деб шакл ва предметларни ғайриоддий, кутилмаган нуктадан туриб (тепадан, пастдан, ёнидан, зовур ковлаб унинг ичида туриб, осмондан ва ҳ.к.) тасвирга олиш учун ўрнатилган камера нукталарига айтила бошланди.

Кино пайдо бўлган дастлабки йилларда ракурс деб объективнинг оптик ўкига нисбатан олинган йўналишга айтилар эди. Бунда тасвирга олинаётган объектнинг ҳажми кичраяди, чунки кадрда энди у бор бўйича ғайриоддий ҳажмда кўринади. Шуниси аниқки, ракурс термини остида тасвирга олиш нуктаси, камеранинг тасвирга туширилаётган объектга нисбатан жойлашиши тушунилган. Ракурсли планларга машҳур рус шоири Евгений Евтушенконинг сценарийси асосида, таникли режиссёр Урусевский томонидан «Мен – Кубаман» фильмида тасвирга туширилган планларни мисол килиб келтириш мумкин.

Бугун эса объективнинг оптик ўки ва суратга туширилаётган предмет нуктаси ҳосил қилган ҳар қандай бурчакка «ракурс» дейилаёпти. Жумладан, объективнинг оддий одадий нуктасию ясси-текис ҳолда суратга туширилган тасвирга ҳам ракурс тушунилади. Бирок, кино ва ТВ тараккий қилабошлаган даврда ракурс деб шакл ва предметни бор бўйича, маълум бир ғоявий-эстетик мақсадга бўйсундириб, одатдагидан бошқачарок килиб, ўзига хос тарзда кўрсатиш назарда тутилар эди.

Юқорида қайд этилган фикрлардан келиб чиқиб, кадр, план ва ракурс каби тушунчаларсиз кино, телевидение ва умуман, экран эстетикаси мавжуд эмас. Ҳақиқатдан ҳам, ҳар бир тасвир, «кадр» экран хошияси билан чегараланган бўлади

ва бу мутахассислар тилида «кадрланган», «кадрга олинган» маъносини англатади. Тасвир турли катталиқ ва турли ракурсда бўлиши мумкин.

Эътибор берилса, тасвирий санъат асарлари ҳам юқорида санаб ўтилган белгиларга эга. Аммо, бир нарсани ёддан чиқармаслик керак, мўйқалам асари билан экрандаги тасвир орасида сезиларли фарқ мавжуд: кино ва видеотасвирлар ҳақиқий тасвирий санъат асарлари каби абадий эмас. Устига-устак, экрандаги тасвир доимо ҳаракатда, ҳаракат эса вақт, макон ва замон тушунчасини ўз ичига қамраб олади.

Видеофильм ёки телекўрсатув бир-бирининг ўрнига келувчи, алмашиб турувчи тасвирлар йиғиндиси, уларнинг узлуксиз окими ва уларга юкланган мазмуни билан томошабинга таъсир қилади. Кадрларнинг тўхтовсиз окими – экраннинг асосий хусусиятларидан биридир. Демак, энг муҳими, ушбу кадрлар тартиби, уларнинг маълум вақт оралиғида бирин-кетин жойлашиши, яъни уларнинг экранда пайдо бўлиш даврийлиги, кетма-кетлигидир.

Аслида телекино тасвири билан тасвирий санъат асари ўртасида умумийлик бор. Истеъдодли тасвирчи ҳар бир кадрга ҳақиқий тасвирий санъат асаридаги мазмунни, кульминациядаги эҳтиросни сингдиришга, кадрни гўзаллик конунқоидалари асосида қуриб, телетомошабинга эстетик завқ беришга ҳаракат қилади.

5-§. Телевидение амалиётида монтаждан фойдаланиш

Кадрларни бир-бирига улаш, уларни белгиланган тартибда жойлаштириш **монтаж** деб аталади. Монтажга XX аср бошларида кино усталари томонидан асос солинди ва телевидениеда раванқ топди. Кино асосчилари франциялик ака-ука Люмьерлар томонидан суратга олинган «Ишчиларнинг заводдан чиқиши», «Поезднинг вокзалга кириб келиши», «Сув сепаётган, усти шалаббо бўлган киши» ва бошқа фильмларни кўрган ҳар бир инсон, улар бор-йўғи бир кадрдан иборат эканлиги, яъни бир нуктага мустахкам қотириб ўрнатилган

аппарат ёрдамида, камера ўчирилмасдан бошидан-охиригача бир нуктадан, бир планда ва бир ракурса суратга олинган-лигига ишонч ҳосил қилади. Кино асрининг дастлабки 10–15 йиллигида кўпчилик фильмлар айнан шу тарзда – котирилган камера ёрдамида ракурссиз суратга туширилар эди. Кўп вақт ўтмай, целлулоиддан тайёрланган кинотасмасини кесиб, елим, скоп ёрдамида улаш мумкинлиги маълум бўлди. Тез орада илгаригидек, битта план билан суратга туширилган эмас, балки бир неча кадрлардан иборат бўлган фильмлар пайдо бўла бошлади.

Бир катор фильмларда турли планларда суратга туширилган кадрларни, ҳаракат акс этган тасвирларни, параллел монтажни кўрса бўлади. Аммо, бу фильмлар ҳали тўлалигича бадий кийматга эга эмас эди. Уларда борлик бадий, фалсафий мушоҳада қилинмасдан, механик тарзда акс эттирилган, ҳаётдан нусха кўчирилган, холос.

Экранда томошабин тўхтовсиз кадрлар оқимини кўрса ҳам, улар аслида алоҳида-алоҳида ҳолда суратга туширилган планлардан иборат. Суратга олиш жараёнида кадрлар – кинотасмаларнинг парчалари уланади. Бу жараён механик жараён бўлиб, **техник монтаж** деб аталади. Икки кадр уланган жой эса **ёпиштирма (склейка)** деб юритилади. «Кадр» деб, тасвирни вақт мобайнидаги узунлиги маъносида, кундалик ҳаётда бир қисми бир ёпиштирма (склейка)дан иккинчисига кадар бўлган масофа тушунилади.

Кадр – секундига 24 та суратга туширилган алоҳида фото-суратдан иборат бўлиб, уларнинг ҳар бирини тасвир деб аташ мумкин. Кинопроектор деразасидан эса секундига ўша 24 та **тасвир** ўтиши натижасида экранда ҳаракатдаги жонли ҳаёт пайдо бўлади.

Кўп суратларга эга бўлган кадр экранда узок вақт турса, узун ёки **узайтирилган**, агар шундай кадр эфирда кам вақт турса, **секинлаштирилган кадр** дейилади ва бундай кадрлар ўзининг бадий, фалсафий маъносига эга бўлади. Кам кадр-

ларга эга план экранда камрок вақтни олади, бу **киска ёки харакати тезлаштирилган кадр** дейилади.

Кадрлар ёпиштирилиб, бир бутун узлуксиз тасмага бирлаштирилади. Бирок кадрлар мантикий кетма-кетликда, маълум бир маъно-мазмун юкланган ҳолда, онгли равишда уланган бўлиши керак. Кадр улашнинг бу жараёни **конструктив монтаж** деб аталади. Конструктив монтаж ўз ичига биз илгари айтган оддий ёпиштирама техник монтажни камраб олади. Конструктив монтажнинг асосий вазифаси фильмни маълум бир мақсадга йўналтириб, харакатни тўғри, аниқ акс эттириб беришдир. У факатгина икки талабга жавоб бериши лозим: *Биринчидан* кадрлар мантикий ва тушунарли тартибда уланиши, *иккинчидан* эса, томошабин ҳар бир кадр мазмунига етиб боришга имкон берувчи даражада узун бўлиши, шунча вақт экранда туриши керак. Монтаж давомида экрандаги харакатлар тўғри акс этиши учун кадрлар орасидаги мантикий боғлиқликни таъминлашнинг ҳеч бир кийин жойи йўқ.

Конструктив монтажга оддий бир мисол:

1. *Дўпчидаги ёш ўзбек йигити «Нексия» автомобилени ҳайдаб кетаяпти.*

2. *Тўхтаб, уни ичидан чиқади.*

3. *Қўпқаватли уйнинг подъездига киради.*

4. *Зинадан қўтарилади.*

5. *Хонадон эшигини очади.*

6. *Кириб эшикни ёнади.*

7. *Оёқ кийими ва дўпчисини ечади.*

8. *Хонага кириб, хонтахта ёнига солиб қўйилган кўрпачага тиз чўқади.*

Бу ердаги кадрлар кетма-кетлигида харакат тўғри акс этирилган ва кадрлар орасида мантикий боғлиқлик аниқ. Бу каби боғлиқлик бадий адабиётда ҳам учраши мумкин. Бирок, бу ўзига хос кинематографик боғлиқлик эмас, балки оддий мантикий ҳикоявий боғлиқликдир. Ҳар бир кадр ўз маъносига эга. Бу кадрлар жойини алмаштириб бўлмайди.

Конструктив монтаж бадий монтажнинг таркибий қисми бўлиб, бу турдаги монтаж ёрдамида экрандаги вақт ва ма-софа – макон ва замонни «сиқиш» ёки «узайтириш», воқеа-ҳодисаларнинг мантикий боғлиқлигини сақлаган ҳолда уни тўла-тўқис ҳикоя қилиб бериш мумкин.

Бадий монтаж ёрдамида ҳаётни нафақат акс эттириш, балки ўша воқеликни ижтимоий-сиёсий фикр уйғотадиган қилиб янгича талқин қилиш, тушунтириш ҳам мумкин.

20-йилларнинг бошида кадрларни оддий, бир-бирига улашгина эмас, балки уларни «тўқнаштириш» янги маъно касб этиш мумкин эканлиги, тасвирланаётган тушунчалар ҳақида томошабинларга фақат мантик, гоё ёки фикр билан эмас, балки эстетик категориялар ёрдамида, образлар орқали хис-хаяжонга ҳам таъсир этиши мумкинлиги исботланди.

Монтаж ёрдамида катта ижтимоий-сиёсий, эстетик аҳамиятга молик муҳим фикрларни айтиш катта полотноли бу-тун бир экран асарларини яратиш мумкинлиги тан олингандан кейингина аввал кино, кейин телевидение ҳам асл, мустақил санъат турига айланди.

Параллел монтаж – бу параллел ривожланаётган бир неча воқеликни маълум бир мантикий изчилликда, драма-тургия қонунлари асосида ҳикоя қилишнинг кинематогра-фик ифодасидир. Турли жой ва турли вақтда суратга олинган кадрларни бир-бирига сингдириб юбориб кўрсатилиши, икки воқеликни бир вақтнинг ўзида содир бўлаётганлигини монтаж ёрдамида кўрсатиш, уларнинг мустаҳкам ўзаро боғлиқлигини таъминлайди.

Ҳаётда бир вақтнинг ўзида бир неча воқеа, ҳатти-харакатлар содир бўлади: «Гуллаган боғлар. Болалар парта ор-тида ўтиришибди. Тракторлар ер ҳайдаяпти. Кимдир қуролдан ўт очмоқда. Кимлардир муҳаббат изҳор қилмоқда. Кимдир ўлим тўшагида, оламдан ўтмоқда. Тугуруқхонада чакалоқ дунёга келмоқда». Телекиноиждоқор борлиқни тушунтириш билан бирга, бу воқеликлар акс этган тасвирларни мантикий

боғликлигини таъминлаш учун уларни саралаш, кетма-кет жойлаштириши, монтаж қилиши керак.

Агарда у бир вақтнинг ўзида юз бераётган воқеаларни акс эттирган тасвирлар кетма-кетлигини сақласа, яъни икки кадр тўқнашувидан янги, оригинал, ҳатто қутилмаган маъно чиқара олса, демак, бу воқеликни оддийгина акси эмас, балки муаллиф мушоҳадаси маҳсули, унинг тавсифи бўлади.

Воқеалар ривожининг асл тафсилотларини муаллиф фикри билан қалғитиб юбормаслик учун бу усулдан эҳтиёткорлик билан фойдаланиш зарур. Бадиий ва публицистик фильмларда бу усул ёрдамида экранда мукамал ҳолатларни акс эттириши, туйғуларни чуқурлаштириши мумкин. Шунингдек, сюжетга кескин руҳни бағишласа ҳам бўлади. Параллел монтаж усулининг ишлатилишини деярли ҳар бир кинофильмда учратиш мумкин, аммо унинг таъсир кучи бир хил эмас, ҳаммаси сценарий муаллифи ва режиссёрга боғлиқ.

Ички, субъектив алоқаларни акс эттириш учун ишлатиладиган параллел монтаж **ассоциатив монтаж** деб юритилади. Собик Иттифок режиссёрлари талкинида бундай монтаж мафкуравий концепцияларни тарғиб этувчи восита бўлиб хизмат қилган.

Режиссёр кадрларни бирлаштириб, уларнинг экрандаги аниқ фойдаланган ҳаракати, яъни уларни тезлаштирилган ёки секинлаштирилган ҳолда кўрсатиши мумкин. Шуниси аниқки, монтажнинг темпи ва ритми ҳар бир уланаётган кадр узунлигига, бошқача қилиб айтганда, ҳар бир пландаги кадрлар сонига боғлиқ.

Темп ва ритм томошабин ақл-идрокидан кўра унинг ҳиссиётига таъсир қилувчи унсурлардир. Монтаж нафақат кинода, балки санъатнинг бошқа турларида ҳам учрайди. Айниқса, адабиётда (назмда ҳам, насрда ҳам) монтаж унсурлари бўлмиш кадрлаштириш, кадр йириклигини ўзгартириш, параллел монтаж ва хоказо. Аммо, кино санъати монтажни адабиёт ёки тасвирий санъатдан қўчирган, деган ҳаёлга бориш нотўғри.

Одамда оламни идрок этиш жараёни «монтаж» характери-га эга. Бу жараёнларни бадий адабиётда учратамиз. Кино шу мақсадни кўзлаб, ўша воситалардан фойдаланди. Бу монтажнинг такомиллашганини билдирмоқда. Бир катор назарий мақолаларда қайд қилинишича, киномонтаж ва адабиёт конунлари орасида баъзи бир умумийликлар бор. Динамика ва кўриш имкониятининг мавжудлиги сабабли монтаж адабиётдан кўра кинода кўпроқ мавжуд ва сезиларлидир. Юқорида қайд этилган фикрлар экран тилининг асосий элементи сифатида кўп маънолилигини кўрсатади.

Телевидение тили адабий сўзлашув шакли бўлиб, кўп ҳолларда ўзининг матний вариантга (микрофон папкасидаги стенографик матнга) эга бўлади. Мулоқотда ҳар икки томон ўз нутқини аудитория талабларига мослаштиришга, мувофиқлаштиришга ҳаракат қилади. Телемулоқотда фикрлаш ва уни ифодаланиш (нутқнинг яратилиш) жараёнлари бир вақтда юз беради. Баъзан студияга таклиф қилинган суҳбатдош тилини диққат билан эшитсангиз, у: «Алпомиш»ни, «Олпомиш» ёки «Ўлпомиш», «том маъно»ни «гўм маъно», «ол қулим»ни – «ол қўлим», шупурги (шипирги, супирги) кабилида талаффуз қилади. Суҳбатдош меҳмон бўлгани учун бу кечирарли ҳол. Лекин, журналистнинг бундай талаффуз қилишга ҳақки йўқ.

Талаффуз мароми секин ёки ўртача мулоқотда сўз тўлиқ, аниқ ва раво айтилади, мароми тез талаффузда эса сўз қисқариши ёки нотўғри айтилиши ҳам мумкин. Расмий тантанали вазиятларда юқори, кўтаринкилик мароми ҳукм суради. Мустақиллик, Наврўз байрамлари каби тантаналарга оид чиқишлар, Президент табриклари, Фармонлари одағда кўтаринки руҳда ўқиб берилади. Қундалиқ ҳаётга оид ахборотлар эса одағдаги ўртача сўзлашув талаффузи маромини тақозо этади. Расмий шахслар билан суҳбатда, маърузаларда эса ишчан, нисбатан секин ва вазмин (бетараф) талаффуз услуби мақбул қўрилади.

Радио ва телевидениеда асосан бетараф талаффуз услубига амал қилинади. Амалиётда уч талаффуз маромининг ўзига

хос товушларини кузатиш мумкин. Спорт ахборотлари нисбатан тез, дунё воқеалари шарҳлари вазмин, расмий оҳангда ўқилади.

Ўз шеvasи хусусиятларини ташувчи баъзи журналистлар нуткида эса ўта секинлик, ланжлик руҳи кузатилади. Бу ахборотнинг қабул қилиниши, тушунилиши жараёнини назорат қилишга ҳалал беради. Нутқдаги ланжлик, секинликдан кўп ҳолларда тингловчи ёки томошабинда қониқиш ҳисси ҳосил бўлмайди. Шунинг учун ҳам давлат телеканалларининг баъзи дастурлари оммавий эмас.

Нуткнинг талаффуз услуби мулоқотнинг расмий ёки норасмий даражаси билан боғлиқ. Оммавий мулоқотнинг расмийлик даражаси эса ахборот мазмуни ва жанри қаби омиллар билан белгиланади.

Байрамона кўтаринки, ҳаяжонли нутқ секин, текис тезликда, ифода ҳажмидаги бўлинишлар ва тўхталишлар, ажратувчи, таъкидловчи урғу ва оҳанг билан тавсифланади. Ҳаяжонли нутқда одатда ажратувчи урғу ишлатилади. Кўп тўхталиш (тин)лар нутқда бир хиллик (монотонлик) руҳини қучайтиради. Ифодалар ўртасидаги тин (пауза) одатдагидан биров узун бўлади.

Телемулоқотда томошабин билан бақамти руҳда сўзловчи (журналистнинг) овоз товланишлари, гапириш усуллари, ҳатти-ҳаракатлари ҳам муайян маълумот ифодалашга йўналтирилган бўлади. Нутқ оҳанги, тезлиги, у ёки бу ифодани алоҳида таъкидлаши ёхуд сукут сақлаши қабилар нотикнинг ҳис-туйғуларидан, айтилаётган фикр, тингловчи ёки томошабинга муносабатидан, мулоқотнинг ўзига ҳослигидан дарак беради.

Телесуҳандоннинг лоқайд киёфа, ҳорғин нигоҳ билан расмий ахборотни ёхуд кўтаринки руҳдаги матнни ўқиб бериши кечирилмас бир ҳолдир. Баъзи журналист ёки суҳандонларнинг ўзларига ниҳоятда зеб беришлари, ўз шахсияти мавқеини таъкидлашга уринишлари, қошу кўз ҳаракатларидаги сунъийлик, ахборот мазмунини ҳам, моҳиятини ҳам тушунишга, баҳолашга ҳалал беради. Шундай экан, телепалиомулоқотла

нутк оҳанги, овознинг паст-баландлиги, талаффузнинг ўзига хослиги, сўзловчининг қўл-юз ҳаракатлари, қараши, ҳатто сукут сақлаши, экрандаги тасвирга ва томошабинга муносабатини ифодалаши мулоқотга жонлилик хусусиятини беради. Радио ва телемулоқотда нолисоний (новербал) воситалар (овоз, оҳанг) ҳам маълум маънони англатади ва у нуткий ифода билан биргаликда хизмат қилади, уни кучайтиради. Новербал ахборот мулоқот мақсади ва мазмунини тўлдириши, уни кучайтириши, таъсирни самаралироқ қилишга йўналтирилган бўлиши лозим.

Экран ва микрофон олдидаги журналистнинг овозидаги, нутк оҳангидаги товланишлар, экрандаги сўзловчи имо-ишоралари, қўл ва юз ҳаракатлари, кўз қарашлари, жиддийлиги, жилмайиши каби хатти-ҳаракатлар ахборотнинг тушунилиши ва талқин этилиши самарадорлигини оширишда алоҳида ўрин тутади. Айни пайтда бу воситаларнинг ўзи муайян ахборот манбаи вазифасини ҳам ўташи мумкин.

Оммавий мулоқотда нуткий таъсир моҳиятан психологик таъсир мақомига эга бўлиб, унинг асосий вазифаси нолисоний-ахборий мақсадни амалга оширишдан иборат. Оммавий мулоқот тили – ижтимоий ахборот, мафкуравий-маънавий, маданий-ахлокий ташвиқот-тарғибот тилидир. Қадимдан оммавий мулоқот тили жамиятни бошқариш ва назорат қилиш қуроли бўлиб келган.

Телевидениенинг ўзига хос хусусияти шундаки, жонли мулоқот тили ҳар бир телетомошабин билан шахсий муносабатда бўла оладигандай, фақат шу киши билан суҳбатлашгандай бўлишни талаб қилади. Бошловчи мулоқот жараёнида мавзу-муаммони маълум қилиш, уларни талқин ва таҳлил этиш, ижтимоий-сиёсий қийматини баҳолаш ва тарғиб қилиш, телетомошабин эътиборини жалб этиш ва мавзунини англаш жараёнини бошқара олиши лозим.

Мулоқот самарадорлиги тил воситаларини мақсадга мувофиқ танлаш ва қўллаш орқали тингловчига таъсир этиш даражаси билан белгиланади. Телетомошабин онгига, тасав-

вурига таъсир кила олган, ишонтира олган нутк самарали нутқдир.

Оммавий мулоқот факт ва ҳужжатчилик, аклий-ҳиссий таҳлил ва ижтимоий-мафкуравий талқин тамойилларига таянади. Оммавий мулоқот тилини меъёридан ортик баднийлаштириш, таъсирчан-тасвирий ифодаларни ортикча қўллаш, муболағая мажозийликка ружу қўйиш сохталиқка, сафсатабозликка олиб келади. Лисоний ва фикрий шаблон (андозалиқ), баландпарвозлик, тумтароклик бунинг ёркин мисолидир.

Фикрий, мафкуравий яккахокимлик, андозалиқ аслида кашшоклик, мадҳиябоз баён услубини қарор топтиради. Маънавий қийматга эга сўзлар асл маъно ва мазмунидан узоклашиб, инкирозга учрайди. Ўта мафкуралашган бюрократик тизим ўзининг мафкуралашган сиёсий тилини яратиб, шу билан ўзини омма тилига қарши қўяди. Сиёсий сохта баландпарвозликни оддий кишилар масхарабозлик мақомида қабул қиладиган бўлиб қолади, – дейди Ирисали Тошалиев.

Оммавий мулоқот тилида қарор топган чучмаллик, ҳавойилиқ, эзмалиқ ўрнига ошқора ҳақиқатгўйлик, ишчан ахборийлик, маънавий кадриятларни эъзозлаш, ўзлугимизни, ўз сўзлугимизни излаш лозим. Мулоқотлар нотиклик нутқи сифатида сўзловчининг шахсий сифатлари ва ифодалаш усуллари билан боғлиқликда қабул қилинади.

Муаллифлаштирилган, диалоглаштирилган мулоқотда қўлланадиган тасвирий таъсирчан воситалар, ҳиссий-руҳий ифода усуллари адресатга журналист-нотик шахси ва унинг ижодий услуги тасаввурини шакллантиради.

Журналистнинг воқеа-ҳодисани ҳаяжонли руҳий ҳолда намоён қилиши аудиторияда унинг шахсига ижобий муносабатни шакллантиради, у узатган ахборот мазмунига ишонч-ни орттиради. Айни мана шу шахсий-руҳий нутқ вазияти ва мулоқотнинг ҳаяжонли услуги ахборот узатиш таъсирчанлигини, самарадорлигини таъминловчи социал-психологик омил ҳисобланади. Ифода услубининг ўзи, нутқнинг ўзига ҳослиги ҳам телетомошабинга қўшимча маълумот беради.

Оммавий мулоқотда асосий ахборот, мавзу ва мазмун, талкин ва тавсиф услубнинг асосини ташкил этади. Шаклий-услубий ахборот бошловчи шахси, унинг рухий-хиссий кайфияти, телетомошабинга ва ахборотга муносабати, мулоқот каналидаги ўзига хослик ҳақидаги лисоний тасаввурлардир. Ҳаяжонли таъсирчан нутқ шакли тингловчи томонидан журналистнинг мулоқот мавзуига, воқеа-ҳодисага шахсий (субъектив) муносабати сифатида қабул қилинади.

Телевидение тезкор электрон оммавий ахборот воситаси, мушаккил синтетик санъат туридир. Унинг таркибида телевидениеда фаолият кўрсатадиган қатор янги мутахассисликлар пайдо бўлди. Улардан дастлабкиси ижодий жараён ташкилотчиси ва ижроچиси бўлган телевидение муҳарриридир. Телевидение муҳаррири ўзининг функционал вазифаси бўйича мавзу танлайди, кўрсатув йўналишини белгилайди, кўрсатув сифатини назорат қилади, ишга давлат ва қўпмиллионли телетомошабинлар манфаатидан келиб чиқиб ёндошади. Телемуҳбир (телерепортёр) эса, асосан воқеа содир бўлаётган жойдан тезкор ахборот, репортаж бериб боради.

Таҳлилий мавзуда иш олиб боровчи телешарҳловчи (телевизион комментатор) ва телетаҳлилчи (телеобозреватель)лар муҳим аҳамиятга эга бўлган, катта резонансга сабаб бўладиган воқеаларни ёритади, воқеа-ҳодисалар остида ётган кўздан яширин сабабларни тушунтиради. Уларнинг ўзаро боғлиқликларини очиб беради. Яъни, улар кўрсатувни олиб боровчи ахборот манбаи билан томошабин ўртасидаги боғловчи шахслар сифатида намоён бўлади.

Кўрсатувнинг юзи ҳисобланган олиб боровчилар «бошловчи, суҳандон, шоумен, модератор» каби номлар билан аталади. Улар суҳбатни олиб боровчи, студияга таклиф қилинганларга сўз берувчи, мавзунини шарҳловчи, муаммони ўртага ташловчи, унинг муҳокамасида давлат ва халқ манфаати нуктаи назарини ҳимоя қилувчи ва суҳбатга яқун ясовчи кишилардир.

Улар орасида ахборот дастури бошловчиларига алоҳида масъулият юкланади. Улар ТВда «анкерман» – «муҳитни шакллантирувчи шахс», «янгилик жарчиси» деб ҳам юритила-

ди. Ахборот дастури бошловчилари телебошловчилар орасида энг тажрибали ва энг таниқлилари ҳисобланади. Одатда, теле-томошабинлар орасида уларга ишонч кучли бўлади.

Замонавий телеканалларда ток-шоулар кенг оммалашган бўлиб, уларни ўзбекчада томоша-мулоқот дейиш мумкин. Телевидение инсон руҳиятига авваламбор тасвир орқали таъсир этади. Шу сабабдан, ток-шоуни олиб борувчилар ёқимтой, ақлли, сўзга чечан, актёрлик маҳоратига эга бўлмоғи керак.

Оммавий мулоқот шаклидаги кўрсатувларнинг тили ва услубига талаб жуда катта. Тил аниқ, ёрқин, образли, айрим ҳолларда аския элементларига эга, сўзлар маънодор, фикр аудиторияда портлаш эффектини уйғотадиган бўлиши керак. Бошловчи мулоқотнинг фаол ва суст иштирокчилари билан эфирда ишлаш йўл-йўриklarини яхши билиши даркор. У маълум маънода руҳшунос, инсон психологиясини катта билимдони бўлгани маъқул. Бошловчи аудиторияни жонлантириши, шовқин бўлиб кетган пайтда назоратни қўлга олиб, мақсадга қараб йўналтириб туриши керак. Энг муҳими, улар нотиклик маҳоратига эга бўлиши лозим. Шоу қатнашчисини нутқий фаолликка ундаб туриши керак. Бошловчи қўпмиллионли аудитория билан мулоқотда бўлади. Шу сабабли ҳам ижтимоий онгнинг шакллантиришда у ниҳоятда ҳолис бўлмоғи лозим. Бошловчи аудиторияни бошқаришнинг ҳуқуқий чегараларини яхши билиши, воқеаларни ёритишда ёки бирон-бир ҳодисани таҳлил қилишда умуминсоний қадриятлардан келиб чиққан ҳолда ёндашиши керак. Қарор қабул қилишда, ҳулосага келишда эса шахс эркинлиги, инсон ҳуқуқларини ҳурмат қилиши жоиз. Бошловчи – ижтимоий нотик, ширин суҳбатдош, кизикарли, қутилмаган, вақти-вақти билан ҳатто қалтис саволларга тугувчи шахс бўлиши мақсадга мувофиқдир. Бошловчининг муҳим ҳислатларидан яна бири – унинг аудиториянинг мулоқотга муносабатини фаоллаштириш қобилиятига эга бўлишидир. Нутқий алоқа бошловчидан катта маданият, касбий маҳорат, интеллект, мантиқий изчилликни талаб қилади.

Телевидение амалиётида тўғридан-тўғри, «жонли» телевизион кўрсатувларда, телевидение назариясида санъатда муҳим роль ўйновчи макон ва замон тушунчасининг мавжудлигидир. Бу икки тушунча ўзаро боғлиқ ва доим ёнма-ён келади. «...Воқеа шу ерда, айти шу пайтда содир бўлаяпти ва сиз унинг шохиди бўлмоқдасиз. Воқеани содир бўлаётган бир пайтда сиз уни кўраяпсиз, мушоҳада этиб қабул қилаяпсиз. Бу ходисани сизнинг онгингизга, шуурингизга таъсири қандай кечмоқда? Бу «телевидение феномени» деб ном олган ходиса телевидение назарияси олдида турган муҳим ва мураккаб масаладир». Бунинг телетомошабинга таъсири қучли бўлиб, унинг фикрини шакллантиришда самараси юқори ва буни жонли ток-шоу бошловчиси ҳеч ҳам ёддан чиқармаслиги керак.

Бошловчиларнинг бошқа бир кўриниши модератор бўлиб, уларнинг анъанавий олиб боровчилардан фарқи нимада? Улар кўпроқ студияга таклиф этилган меҳмон, мутахассис, уникал воқеа шохиди бўлган шахсларга сўз беради. У кўрсатувнинг фаол олиб боровчиси эмас, у меҳмон кутаётган мезбондек ўзини сояда олиб туради. Керак пайтда хизматга тайёр бўлади. Модераторнинг сўз бойлиги, малакаси ва касбий маҳорати ҳам етарли даражада бўлмоғи керак. Модератор аудитория эътиборини ўзига жалб эта олиш сиру асрорларини ҳам яхши билиши керак.

Ахборот дастури бошловчиси эса, ижтимоий-сиёсий воқеаларни диққат билан кузатиб бориши, географик номлар, тарихий шахслар, давлат ва жамоат арбоблари тарихи ва ҳозирги замон ижтимоий-сиёсий вазиятни яхши билиши керак. Бир сўз билан айтганда, уларнинг фикр доираси кенг, билими чуқур ва ранг-баранг ахборотларга эга бўлиши керак. Хулоса қилиб айтганда, бошловчининг тили раво, билими чуқур, салоҳияти баланд, нутқий лаёқати юқори бўлмоғи керак.

Оммавий мулоқотни олиб бориш катта билим, илм ва маданиятни талаб қилади. Бошловчининг ахлоқ-одоби гўзал, намунали бўлмоғи лозим. Журналистнинг нутқий фаолияти са-

водли, самарали бўлиб, у умумий лисоний муҳитни бошқариб туриши керак.

Телевидение инсонни бутун борлиги билан, унинг акли-хуши, хис-хаяжони, фикри-ёди, диққатию хотираси, буткул ички дунёси билан қамраб олади. Кўз ҳам, қулоқ ҳам ҳаётни англаш, мушоҳада қилиш, сезги органларимиз ҳам, қобилиятларимиз ҳам у билан, телевизор ва ундаги тасвир, воқеа билан банд бўлади. Айниқса реал ҳаётда, реал вақтда содир бўлаётган воқеалар, у воксий репортаж бўладими ёки жонли спектаклми, бундан қатъи назар, бизда қатта қизиқиш уйғотади.

АҚШ телестудияларида бошловчиларни аввал ёш, ёкимтой, келишган йигит-қизлардан танлаш одат қилинган эди. Лекин бу тажриба ўзини оқламади. Натижада бу йўлдан воз кечилиб, ёши қаттароқ бўлса ҳам нутқи бой ва раво, тажрибаси қатта, чуқур мулоҳаза-мушоҳада қила оладиган, ақли, зиёли бошловчиларга қайтишди. Шу зайл ахборот дастурларининг рейтингини яна ошиди.

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

Бошловчи ҳам маълум бир мавзу ва жанрларда ихтисослашиши мақсадга мувофиқдир. Шундай ҳоллар учрайдики, маиший мавзуларда ёки дейлик, портрет жанрида донг таратган таникли журналист бирон-бир давлат арбоби ёки сиёсатчи билан яхши суҳбат уюштиролмай, том маънода мағлубиятга учрайди, мантиксиз саволлари билан телетомошабинларнинг гашини келтиради.

Янгилар борасидаги ажойиб бошловчи эса таҳлилий шарҳда ёки аудитория билан мулоқот олиб боролмай қийналади. Бундай ҳолларда режиссёрлар бошловчи билан

узок ва тинмай ишлаши, уни тарбиялаши лозим. Яна бир нарсани таъкидлаш жоизки, минг яхши ташки киёфага эга бўлиб, яхши ёза олмаса, бундай журналистдан яхши бошловчи чиқмайди. Бошловчилик учун жуда катта истеъдод талаб этилади. Шунинг учун ҳам Американинг оддий телемухбири 80-йилларнинг охирида йилига 100 минг доллар калам хаки олса, умуммиллий телеканаллардаги бошловчиларнинг калам хаки 3 миллион долларгача етар эди.

Американинг қора танли телеюлдузи Опра Уинфри ижодига мурожаат этилса, у коллежни тугатиб, Американинг энг йирик 3 та телетармоғидан бири бўлган CBS каналига ишга кирди. Талаба чоғидан у йилига 15 минг доллар маош олиб хизмат килди. Опра Уинфри Американинг энг юқори даромадли телебошловчиси сифатида ном қозонган. Унинг кўрсатувларини кунига Америка аҳолисининг 99 фоиз теле-томошабини кўрган. Бундан ташқари, унинг дастурлари 63 мамлакатга трансляция қилинган. Бу телеюлдуз Америкада энг катта ижодий ва молиявий ютукни қўлга киритган.

АҚШда чиқадиган «Форбс» журнаlining хисоб-китобига кўра, Опра Уинфрининг 2000 йилги иш хаки 150 миллион долларни ташкил этди. Сўнгги 20 йилдаги унинг соф даромади эса 800 миллион доллар бўлган.

Телевидение кўлаб истеъдодли бошловчиларни тарбиялаб, вояга етказди. Владимир Познер (Россия), Уолт Кронкайт, Фил Донахью (АҚШ), Қуддус Аъзам (Ўзбекистон) кабилар ана шулар жумласидандир.

6-БОБ. ТЕЛЕВИЗИОН АСАР КОМПОНЕНТЛАРИ ВА УЛАРНИ ЯРАТИШНИНГ ТЕХНОЛОГИК БОСҚИЧЛАРИ

1-§. Телевизион асар компонентлари

Телевизион асар яратиш талаблари, матбуотга қўйиладиган талаблардан мутлақо фарқ қилади. Уларни кўп узвли фаолият тури дейиш мумкин. Телевизион асар компонентла-

ри куйидагилардан иборат бўлиб, уларни бирма-бир кўриб чиқамиз.

Видеокатор. Видео аксарият ҳолларда телевизион асар учун профессионал мутахассис томонидан тасвирга олинади. Бундан ташқари:

- архив материалларидан;
- тезкор тасвирлардан;
- ҳаваскорлик ишларидан ҳам фойдаланилиши мумкин.

Видеокатор монтажчи томонидан асар мазмунидан келиб чиқиб терилади. Телевидение усталарининг кўпчилиги видеокаторга асосий тасвирий восита сифатида қарайди. Видеокаторга қўйиладиган асосий талаб тасвирларни техник нуқсонларсиз олиш ҳисобланади. Тасвирга тушираётганда кўл кимирлаб кетиши оқибатида; ёғин-сочин бўлган пайтда; қуёш нуридан тушадиган ёруғлик туфайли камера объективига турли доғлар ўтириб қолса, нуқсонлар юзага келади. Шунинг учун ҳам иложи борида тасвирга олаётганда камерани штативга ўрнатиш, объективда доғ йўқлигига амин бўлиш зарур.

Графика. Схема, харита, диаграмма, спорт турнирлари жадваллари ва бошқалар компьютер технологиялари ёрдамида тайёрланади. Ёки аввал қизилиб, сўнгра тасвирга олинади. Ҳозирда иккинчи усулдан бирорта канал деярли фойдаланмайди. Графикада ранглардан фойдаланиш, безатиш, шрифтларни танлаш кўрсатувнинг бадиий савиясига таъсир этади.

Интершум – бу табиий овоз бўлиб, тасвир билан бирга ёзилади. Қоидага кўра, у кадр ортидан ўқиладиган матн билан бирга эшитилади ва қимматли тасвирий воситаларни юзага келтиради. Интершум видеога мос бўлиши керак. Баъзида монтаж пайтида интершум ўз сифатини йўқотади ёки унинг сифатсизлиги билиниб қолади. Чунки, интершум камеранинг ўзида жойлашган микрофон тури – «замбарак (пушка)» ёрдамида ёзиб олинади.

Мусика. Ундан интершум ўрнида фойдаланиш мумкин. Ижодкорлар ахборий сюжетларда камдан-кам ҳолатларда, истисно тарзида мусикадан фойдаланишади. Муайян бир телевизион асар юзага келар экан, пойдевор қўйилишидан то кўрсатув тайёр бўлиб эфирга узатилгунга қадар мусика унинг ажралмас қисми бўлиб хизмат қилади. Телеасар учун мусика танлашда ижодий гуруҳ бамаслаҳат иш кўради. Гарчи, аксари-ят ҳолларда чиқиш учун мусика танлаш овоз режиссёри зиммасига юкланса-да, амалиётда бу жараёнга муаллиф, режиссёр, овоз режиссёри бирдек жавоб беради. Мунозарали ҳолатларга ана шу касб эгалари орасида ойдинлик киритилади. Мусика танлаш асарнинг йўналишига, жанрига, мавзуга бевосита боғлиқ. Мисол учун, иктисодиёт мавзуидаги чиқишга «Чўли Ирок» ёки «Ушшок» куйларини қўйиб, эфирга чиқишни тасаввур қилиб бўлмайди. «Оммавий маданият» таҳдиди ҳақида гапириб, Майкл Жексон ижросида янграган бирор-бир қўшиқнинг куйини бериш чинакам саводсизлик саналади. Жанр нуктаи назаридан ёндашганда ҳам мусиканинг аҳамияти ҳақида алоҳида тўхталиш керак. Бадий-публицистик жанрлар туркумига мансуб бўлган зарисовкада мусикадан кенг фойдаланилади. Зарисовкада мавзу муаллиф томонидан танланиб, режиссёр билан муҳокама қилиниб, тасвирчига топшириқлар берилади. Мазкур жанр матндан ҳоли бўлган, тасвир кучи билан юзага келадиган жанр саналади¹. «Ўзбекистонда баҳор!», «Ўлкамизда Наврўз!», «Биринчи қор» каби мавзуларда ушбу шаклда қатор асарлар эфирга узатилган. Уларда мусиканинг ўрни жуда юқори. Миллий байрамимиз ҳисобланган Наврўзга бағишланган чиқишда хориж мусикасидан фойдаланилса, бу чиндан ҳам мантикка зид бўларди, чунки миллий қарнай-сурнай, ногора, дўмбира, доира каби созлардан фойдаланиш кўрсатувга алоҳида руҳ олиб қиради.

Мазкур тенденция хориж телевидениесида ҳам кенг қўлланилади. Ривожланган Европа ёки АҚШ телевидениеси

¹ Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. и др. Телевизионная журналистика. – М.: Изд-во МГУ; Высшая школа, 2002. – С. 304.

Шарк ёхуд Осиёнинг бирор-бир давлати, урф-одат, анъана ва кадриятлари тўғрисида экранга чиқиш тайёрлар экан, албатта унинг миллий мусикасидан унумли фойдаланади. Тиббиётдан маълумки, эшитиш кўришга караганда онг учун енгилроқ саналади. Шуни инобатга олган машҳур CNN телеканали ўз дастурларини эфирга узатмасдан илгари еттита жиҳатга алоҳида эътибор қаратиб, уларни анъана сифатида ишлаб чиқди: яхши суҳандон, телехизматнинг бошқалардан ажралиб туриши учун эмблема ва қизил рангдан фойдаланиш, мухбир ва суҳандон комбинацияси, логотип ва графикага эътибор, интершум, бой графика ҳамда улардан бири мусика эди. Телехизмат ўз лавҳалари, «шапка» ва «отбивка»лари учун махсус мусика танлаган ва улардан унумли фойдаланган. Шу мусикани эшитган заҳоти узоқдаги томошабин ҳам канални таний бошлади ва экран қаршисига шошилган¹.

Мустақилликнинг биринчи йилларидаёқ Ўзбекистон телевидениесида рекреатив функцияга муносабат жиддий равишда ўзгариб келди. Энди унга аҳамиятсиз бир иш деб қаралмади. Миллий телеканалларда мусикага асарларнинг муҳим элементи сифатида эътибор берилди. «Ёшлар» ташкил топган дастлабки йилларда ижодкорлар томонидан тайёрланган бир қатор лойиҳалар ўзининг таъсир кучи, анъанавий матндан воз кечилиб, ўзига хосликка интилиш каби омиллар билан аудиторияни эгаллашга киришди. Бу ерда рекреатив вазифа муҳим аҳамият касб этди. Ўзига хосликни белгилаб берувчи бу омилларга кўрсатув имижи, дизайни, сахна безаги, ранглар, шапка, отбивка, перебивкаларни яратиш, яқин саналарда эфирга чиқувчи кўрсатувлар анонси, тарғиботини таъсирчан шаклда тўғри ташкил этиш каби томошабин диққатини жалб этувчи нозик жиҳатлар ва булар орасида мусикага ҳам бўлакча аҳамият қаратила бошланди. Шу йилларда вужудга келган «Қишлоқдаги тенгдошим» (муаллифлар Д.Ҳамидова, Н.Ҳасанова, режиссёр Н.Содиқов) кўрсатуви қулоғимизга

¹ Бердиқулов А. Си-Эн-Эн телехизмати. С.Умиров таҳрири остида. – Т.: ЎзДЖТУ. 2004. – Б.20-21.

ўрнашиб қолган мусика билан ўзбек хонадонларига кириб борди. Миллий сериаллар учун махсус мусика ёзиш тажрибаси ҳам урфга кирган. «Ўзбекистон» телеканали буюртмасига кўра «Ўзбектеелефильм» студиясида суратга олинган «Туташ тақдирлар» сериали учун ишланган мусика ёки кўшиқ янграши билан томошабин кўз ўнгида сериал воқеалари, қаҳрамонлар тимсоли гавдаланади. Бадийий фильмлар учун мусика ҳамда кўшиқлар кўп ҳолларда мавзуга ва ҳолатга мос тарзда буюртма асосида ёзилади ва бундай «буюртма» кўшиқлар саундтрек деб аталади.

Мусика телевидение ёки кино асарининг муваффақиятига таъсир этувчи ва ҳисса қўшувчи муҳим омил ҳисобланар экан, унинг рекреатив имкониятлари, инсонга эстетик завқ бағишлаши инобатга олинishi керак. Барча кўрсатувларда мусикадан кенг фойдаланиш билан бирга ихтисослашган мусикий чиқишлар сони ҳам экранларимизда ошиб бормоқда. Телевизион асарда мусиканинг ўрни ошиб борар экан, шунинг мусика ўйланиб ва кўпчиликка ёқадиган мантикий асосда танланиши зарур ҳисобланади.

Лайф. Инглиз тилидан таржима қилинганда «life» «ҳаёт» деган маънони билдиради. У видеотасвирнинг бир қисми бўлиб, одатда 10 сониягача давом этади. Муайян маънони англатувчи табиий шовқинлар — олқишлар, ишқибозлар кичкириғи, сувнинг шилдираб оқиши қабила рэйф вазифасини бажаради. Уларнинг овози эшитилаётганда кадр ортидаги матнлар ўчмайди. Лайф томошабинга воқеа-ҳодиса рўй бераётган жойда бўлгандек ҳиссиётни кечириш имкониятини беради. У асарга ўзгача руҳ бахш этади. Информацион телесюжетда лайфнинг хронометражи 5 сониядан ошмаслиги керак («ўқ овозидек»).

Синхрон — сюжет қаҳрамони ёки иштирокчисининг экрандаги гапи бўлиб, грек тилидан таржима қилинганда «*sin*» — бирга, «*chronos*» — вақт деган маънони билдиради. Синхронни интервьюнинг бир бўлағи ҳам дейишади. Мазкур атама соҳага овозли кинодан кириб келган. Асосий талаб син-

хрон хронометражи 25 (баъзи манбаларда 20) сониядан ошмаслиги, интервью бераётган шахснинг боши бошқа томонга бурилиб қолмаслигига, тасвирга олинадиган жойга, орқа фонга аҳамият қаратиш зарур.

Стенд-ап мухбирнинг экрандаги гапи бўлиб, инглиз тилидан таржима килинганда «stand up — тик туриш» деган маънони англатади. Одатда, мухбир стенд-апдан воқеа-ходиса содир бўлаётган жойда иштирок этиб, томошабин билан мулоқот олиб бориб, ижобий самарага эришиш учун фойдаланади. Бунда мухбир ўзининг ташки қўринишига аҳамият қаратиб, тасвирчи билан келишган ҳолда, орқа планда нима акс этишини келишиб олиши зарур.

Титрлар — телеэкрандаги ёзувлар бўлиб, улар синхронларда (кахрамоннинг исми-шарифи, лавозими) ҳам берилади. Титрларнинг қуйидаги турлари мавжуд:

1. **Геотитр** (харитадан воқеа содир бўлган жойни кўрсатиш). Одатда ҳеч қандай видеоматериал бўлмаган пайтда, портлаш ёки шунга ўхшаш ҳодиса рўй берганда давлат ёки шаҳар жойи, номи белгиланиб, тиник рангда кўрсатилади.

2. **Субтитр** (экран пастида хабарнинг бошқа тилдаги таржимасини бериш). Мисол учун, Малайзия аҳолисининг эллик фоизини малай миллатига мансуб аҳоли ташкил этса, ўттиз фоизи хитойлик, ўн фоизи ҳиндлар ва яна турли миллат вакиллари истикомат қилади. Эфирга узатиладиган радиотўшиттириш ва телекўрсатувлар асосан малай, хитой, инглиз тилларида берилади. Агар кўрсатувлар инглиз тилида олиб борилса, унинг таржимаси титрларда хитой ёки малай тилида, малай тилида берилса, титрлари инглиз тилида ёзилади. Бу тажриба дунёдаги бошқа мамлакатлар телевидениесига ҳам учрайди.

3. **«Югурувчи сатрлар»** (экран пастида хабарларни бериб бориш). Бу тажриба «Спорт» телеканалининг «Янгиликлар» дастурида кўпроқ учрайди. Унда асосан спорт мусобақалари, халқаро турнирлар натижалари, видеоматериали бўлмаган спортга оид тезкор хабарлар қисқа сатрларда тақдим қилинади.

4. Изоҳловчи титрлар. Баъзида эфирга узатиладиган кадрларнинг сифати талабга жавоб бермайди. Унда ҳар хил нуксонлар кўзга ташланади. Мисол учун, камера объективида доғлар ўрнашиб қолиши, экран бурчагида йил, ой, кун, соат ва дақиқаларнинг қўйилиши, кишилар юзининг хиралиги, кадрларнинг тиник эмаслиги, эскирган видеоматериаллардан фойдаланиш. Бундай пайтда телеэкран бурчагида «Архив», «Тезкор тасвирлар», «ФВВ тасвирлари» каби изоҳловчи-тушунтирувчи титрлар берилади.

Титрлардан жаҳон телеканалларида турлича фойдаланилади. Мисол учун, эфирга узатилаётган телесюжет мазмунидан келиб чиқиб, телеэкран пастида унга сарлавҳа қўйилади.

Томошабин диққатига тақдим қилинаётган титрларни ёзаётган журналистга қўйиладиган энг асосий талаб фактларни тўғри ва саводли тарзда етказишдир. Баъзида, экранда берилган титрларни умуман ўқиб бўлмайди. Бу айниқса реклама-ларда сезилади.

Кадр ортидаги матн – муаллиф томонидан ёзилади. Кадр ортидаги матнни ким ўқиётганини томошабин кўрмайди. Уларни баъзида мухбирлар, баъзида бошловчилар ўқишади. Мисол учун, «Спорт» телерадиоканали «Хабарлар» инфор-мацион дастурида аксарият ҳолларда матнларни бошловчи-ларнинг ўзи ўқийди. Агар репортёрнинг овози талабга жавоб бермаса ёки оҳанги дастур йўналишига мос келмаса шу усул-лардан фойдаланилади. Буни кўп ҳолларда канал раҳбарияти белгилайди.

2-§. Телевизион асар яратишнинг босқичлари

ОАВ таҳририятида фаолият олиб боришнинг ўзи ишлаб чиқариш ҳисобланади. Унинг сўнгги маҳсулоти – ахборот ет-казишнинг конкрет формати: газета, журнал, радиоэшиттириш ва телекўрсатувдир. Оммавий ахборот тайёрлаш технологияси ҳам ижодий, ҳам техник жараёни камраб олган. Бу, айниқса,

юкори технологияларни ўзида ифода этувчи электрон оммавий ахборот воситаларида кўпроқ намоён бўлади.

Бу ғоя кинематография соҳасидан телевидениега уч асосий блок кўринишида кириб келган:

1. Пре-продакшн – тасвирдан олдинги фаолият.
2. Продакшн – бевосита тасвирга олиш пайти.
3. Пост-продакшн – материалга ишлов бериш ва уни эфирга тайёрлаш.

3-§. Пре-продакшн – телеасар яратишнинг дастлабки босқичи сифатида

1. Ғоя танлаш ва топширик олиш. Технологик жараён бошланишининг икки варианты мавжуд:

а) мухбир ғоя билан чиқади, мухаррир эса ғоянинг ижобий ва салбий жиҳатлари, муҳимлигига қараб рухсат беради;

б) мухаррир топширик беради. Мухбир ғояни бугунги кун мавзусидан, муҳитдан келиб чиқиб танлайди. Ахборий сабаб мухбир топширигида ўз аксини топади. Бош мухаррир ёки продюсер ахборот агентликлари ва Интернетдаги блогларда кўтарилаётган муҳим мавзулар, таҳририятнинг электрон почтасига келаётган хатларда билдирилган фикрлар, телефон қўнғироқларига таяниб, ахборий сабаб бўлган мавзуларни мухбирга топширик сифатида беради.

2. Маълумот йиғиш босқичи:

– Интернетдан мавзуга доир ўхшаш материаллар ва тафсилотларни кидириш;

– пресс-релизларни ўрганиш;

– олдин мазкур мавзуда тайёрланган сюжетларни кўриб чиқиш ва бошқалар. Маълумот йиғиш босқичи мавзу хусусиятидан келиб чиқиб, 10 дақиқадан бир неча кунгача давом этиши мумкин.

Рисёч (рисёчр) (инглизча «*research*» – ўрганиш, тадқиқот) – воқеа ҳақида батафсил, ярим ёпик маълумотларни йиғиш, шунингдек, бэкграунд деган маънони билдиради. **Рисёчер** – ўрганишлар билан шуғулланувчи таҳририятдаги мутахассис.

Бэкграунд (инглизчадаги «*background*» – фон) – фонли, вокеа ҳақида қўшимча маълумот берувчи ўхшаш вокеалар ҳамда катнашчилар тўғрисида далиллар.

Рисёчнинг асосий саволлари:

1. Олдин бундай вокеа содир бўлганми?
2. Унда кимлар иштирок этган?
3. Вокеанинг асосий катнашчилари қайси ўринда ёрқинроқ намоён бўлган?
4. Бунга ўхшаш вокеалар одатда қандай яқун топади?
5. Вокеага қандай статистик далиллар алоқадор?
6. Вокеа ривожининг қандай вариантлари бор?
7. Бу вокеанинг бошқа шунга ўхшаш вокеалар билан боғлиқлиги?

Буларнинг барчаси текширилиши керак.

3. Сюжетнинг умумий концепциясини ишлаб чиқиш.

Концепция (лотинчадан «*conception*» – тушуниш, тизим, мажмуа) – ҳолат ҳақида етарлича маълумот бера олувчи ғоя, қараш, тамойиллар мажмуаси. Концепцияда вокеа ҳақида тасаввур ҳосил бўлишга ҳисса қўшувчи барча жиҳатлар ўз аксини топади. Концепция доирасида:

- сюжет нимага тасвирга туширилиши;
- сюжетда нима ҳақида гап бориши (фабула);
- сюжетнинг асосий ғояси қандай бўлиши;
- ким, нима, қаерда ва қачон тасвирга олишни кузатиш орқали бу ғояни бойитишга хизмат қилувчи омиллар ҳисобга олинади.

Репортёр концепцияси тасвирга тушириш жараёнигача бўлган даврда ишланиши керак, тасвир жараёнида фикрлар яна бир бора пишитилади. Ғоясиз тасвирга чиқиш тавсия қилинмайди.

4. Мухаррир билан фикрни муҳокама қилиш. Профессинал жамоада бу мажбурий босқич ҳисобланади. Мухаррир мавзуга алоқадор бўлган қўшимча маълумотларни тақдим этиши, ғояни ривожлантириши, шу орқали сюжет ҳажми кенгайтиши, умумлашмалар ортиши, сюжет салмоғи бир қадар

кутарилиши мумкин. Бу бош муҳаррирнинг мажбурияти ҳисобланади.

5. «Қўнғирок килиш» ёки «продюсерлик» босқичи: потенциал қаҳрамонлар билан қўнғироклашиб, сюжет максадига қирувчи деталлар – тасвирга туширишни келишиб олиш, вақт ва жойни аниқлаштириш қабилад қиради. Аксарият телестудияларда бу иш билан продюсерлар шуғулланади. Агар улар билан мухбирнинг ўзи боғланидиган бўлса, унга қўшимча ахборот олиш учун имконият юзага келади.

Тасвирга олишни таъминлаш: продюсер билан ёки усиз тасвирга олиш учун шарт-шароитларни кўриб чиқиш керак:

1) транспорт билан тасвирга олиш жойига қира олиш;

2) тасвирга тушириш ишлари олиб бориладиган жой учун рухсатнома олиш;

3) қутилмаган об-ҳаво пайтида тасвирга тушириш учун қўшимча вариант – жой ҳозирлаш;

4) воқеани бир неча камера тасвирга тушираётган бўлса, рақиблар билан ўзаро муносабатда бўлиш;

5) овқатланиш масалаларини ҳал этиш қабилад қиради.

6. Тасвирчи билан гоъни муҳокама килиш. Тасвирчининг асосий вазифаси тасвирга тушириш ҳисобланади. Муаллиф мавзунини унга тушунтириб, кўрсатма бериши лозим.

4-§. Продакшн. Тасвирга олиш жараёнида мухбир - тасвирчи муносабати

1.Тасвирга олиш жараёнида мухбирнинг асосий вазифаси – маълумот тўплаш. Демак, бу:

– далилларни аниқлаштириш;

– гувоҳлар, экспертлар ва иштирокчиларга саволлар бериш, улардан синхронларни ёзиб олиш;

– муҳим ҳужжат ва артефактларни топиш;

– кизикарли тафсилот ва деталларга аҳамият қаратиш;

– сюжет учун асосий зиддиятларни аниқлаштириб олиш;

– воқеанинг ҳиссий-руҳий ҳолатига қириш қабилад.

Назарий жихатдан мухбир видеоқатор хақида ўйламаслиги керак. Сюжет муваффақияти кўп томондан маҳоратли тасвирчига боғлиқ. Воқеа билан алоқадор кадрларни тасвирга тушириб, видеокассетага тарихни муҳрлаётган операторнинг тажриба ва маҳорати сюжет томошабинбоплигини таъминлайди ва шунинг учун ҳам у мухбирнинг бу жараёндаги ягона ҳамфикри ҳисобланади.

2. Барча мухбирлар тасвирга олиш тартибини ва қайси кадрни нимадан кейин суратга олиш кераклигини билиши жоиз:

- ишни воқеа ёки вазиятнинг энг фаол кечаётган давра-рини тасвирга туширишдан бошлаш керак, чунки бу жараён тез тугаб қолади ва бошқа қайтарилмайди;

- синхронларни воқеадан олдин ёки кейин ёзиш мумкин. Синхронни олдин ёзишнинг ижобий томони қаҳрамон кетиб қолиши ёки интервью учун вақт етмаслиги мумкин. Аммо, тадбирдан олдин олинган интервью таассурот эмас, шунчаки шарҳ бўлиб қолади. Кўп ҳолларда воқеанинг мақсади тушунарли бўлгандан кейингина синхронга ўтилади;

- тасвир жараёнида турли пландан туриб, воқеа ривож ва унинг экстремаллигини кўрсатиш керак;

- манзилни кўрсатувчи умумий план ёки «географик» жойлашувга аҳамият қаратилиши, воқеа қаерда содир бўлаётгани хақида аудиторияда муайян тушунча ҳосил бўлиши жоиз. Имкон борича, турли нукталардан туриб тасвирга тушириш тавсия этилади;

- синхронлар учун «перевивка»ларни тасвирга олиш. Одатда интервью бераётган шахснинг кийими, қўл ва кўзларининг йирик пландаги кўриниши, орқа фонда турган деталлар перевивка вазифасини ўтайди;

- панорама, яқинлаштириб-узоқлаштириб олиш тавсия этилмайди. Янгиликларда қатъий, бир жойдан туриб олин-ган кадрлар ишлатилади;

- тасвир жараёнини штативда олиш тавсия этилади. Аммо, истисно ҳолатлари ҳам мавжуд:

- а) тезкор тасвирлар;

б) яширин камерада олинган тасвирлар;

в) жанжалли пайтлардаги оломон иштирокидаги тасвирлар;

г) штатив қўйиш мумкин бўлмаган жойларда (мисол учун, сувда ёки жудаям тор бўлган ғорда);

д) ифодали восита ҳосил қилиш керак бўлган пайтларда штативдан фойдаланмаслик мумкин:

– қандайдир маъно касб этувчи гапирувчи деталлар йирик планда албатта керак;

– қизиқарли лайфлар жоиз;

– биринчи ва охири кадр лозим;

– 1 дақиқали эфир учун 6 дақиқали тасвир («исходнику») зарур. Бу тахминий норматив. Белгиланган дақиқадан тасвирнинг қўпайиб кетишида на мазмун бор, на мантик. Қолаверса, бу монтаж жараёнида ҳам жамоага мураккаблик келтириб чиқаради.

3. РенТВ талабига кўра, долзарб мавзудаги репортаж учун турли тоифадаги одамлардан энг камида учта синхрон бўлиши керак. Телемахсулотда битта одамдан интервью олиниши репортаж бўлолмайди.

Синхронларни ёзаётганда қуйидагиларга диққатни қаратиш керак:

1. Интервью бераётган шахс камерага қарамаса, бу энг яхши синхрон ҳисобланади.

2. Синхрон инсон нима биландир банд бўлган табиий иш жараёнида олинса анча самарали чиқади.

3. Синхронда фон муҳим аҳамият касб этади. У сюжет мавзусига алоқадор ва мос бўлиши зарур.

4. Интервью берувчининг мулоқот оҳанги – дўстона-холис бўлиши лозим. Айрим одамларда шундай қайфият мавжуд бўладик, улар ўзини камерадан четга олади. Баъзида ҳиссиётни юзага келтириш учун провокацион, атайлаб китмир саволлар ҳам берилади.

5. Мутахассислар шахснинг орқа фонида жараён яққол намоён бўлишини назарда тутиб, мухбирга ярим бурилган ҳолда интервью берилишини қўллаб-қувватлайдилар.

6. Интервью берувчи шахснинг ташки кўриниши, яъни юзи кадрда яққол намоён бўлиши жоиз. Айрим ҳолатларда чирокнинг нотўғри қўйилиши, куёш нурларининг юзга тушиб қолиши натижасида бу қоида бузилади. Бу ассистентларга боғлиқ ҳолат ҳисобланади.

7. Кадрда интервью берувчининг боши экраннинг тепа қисмига тегиб қолмаслиги, очик жой қолгани маъқул. Жараённинг кейинги босқичида қўйиладиган титрлар юзнинг қуйи қисмини ёпиб қўйиши мумкин. Шу сабабли тасвирчи субтитрни эътиборга олган ҳолда кадрни тасвирга тушириши жоиз.

4. Тасвирга тушириш пайтида мухбир хатти-ҳаракатининг умумий қоидалари:

1. Тасвирга тушириш жойида кимгадир ёрдам керак бўлса, аввал тасвирга тушириб, сўнгра ёрдам бериш лозим.

2. Мухбирнинг жойи – тасвирчи билан бир каторда.

3. Агар тасвирга тушириш жараёнида бир қанча ракиб телекомпанияларнинг мухбирлари фаолият олиб бораётган бўлса, ракибларга билдирмаган ҳолда қандайдир эксклюзивларни – қизикарли гувоҳ, гапирувчи деталларни излаб топиш тавсия этилади.

4. Брифингларда бир қанча камералар ишлаб турган бўлса, бундай пайтда ҳушмуомала бўлиб, ўзаро бир-бирига ёрдам бериш керак. Мисол учун, микрофонларни ушлаб туриш мумкин.

5. Тасвирга тушириш пайтида диққатни тортадиган намоийшқорона ҳаракат қилмаслик жоиз. Фақатгина сув ёки шарбат ичишга руҳсат берилади.

5. Тасвирчи билан ўзаро муносабатнинг умумий қоидалари:

1. Тасвирчида бўлажак сюжет ҳақида аниқ тасаввур бўлиши керак. Унга тадбирдаги жараён тўғрисида, воқеа жойида нима содир бўлаётгани, нимага диққатни кўпроқ қаратиш кераклиги ҳақида батафсил гапириб бериш жоиз.

2. Тасвирчини деярли ҳеч қачон ёлғиз қолдириб бўлмайди:

а) тасвирга олиш кийин бўлган жойларда – у дуч келиши мумкин бўлган тўсикларни бартараф этиш, бинога кириш, юкори объектларга чиқишида тасвирчига ёрдам бериш;

б) тасвирчига жараён пайтида ҳеч ким ҳалакит қилмаслиги учун уни юзага келиши мумкин бўлган ҳар хил хавфлардан ҳимоя қилиш;

в) тасвирчига қизиқарли планларни тасвирга олишида атрофда содир бўлаётган муҳим ўзгаришларни ўтказиб юбормаслигида қўмаклашиб туриш;

г) тасвирчига кассета, батарея, микрофонни ўрнатиш ва штатив жойини ўзгартиришда қўмаклашиш қабилар қиради.

3. Йирик мажлис ёки тадбирларни тасвирга олиш пайтида иштирок этаётганларнинг кўп қисми тасвирчи назарида бўлиши керак. Бу жараёнда тасвирчи билан ўзаро мулоқотда бўлиш, тушунтиришлар бериш, синхронлар ёзиш керак бўлган пайтда ишлатиладиган қуйидаги махсус белгилар бор:

а) қўл ёки бармокни айлантириш – «ёзамиз»;

б) қўл ёки бармокни ҳоч қўринишида қўрсатиш – «стоп, етарли»;

в) бармоқ билан кулокнинг тепасини ушлаб қўрсатиш – «овоз муҳим, керак»;

г) қўл билан кулокни қўрсатиб, норози қайфиятда бошни қимирлатиш – «синхрон керак эмас, картинка етарли»;

д) бармоқлар билан тепани қўрсатиш – «диққат, қутамиз!» деган маънони билдиради.

4. Журналист тасвирчининг нима олаётганини кузатиши жуда зарур. Бу йиғилган кадрлардан келиб чиқиб, сюжет матнини тайёрлашда нималарга аҳамият қаратиш, қайси жиҳатларга урғу бериш ва ифодалаш кераклигига ёрдам беради.

5. Тасвирчиларга «перебивка»лар кераклигини эслатиш фойдали.

6. Тасвирчини шошилтирмаслик, мавҳум вазифалар қўймаслик ва гаплашиб чалғитмаслик керак.

7. Тасвирга олиш жараёни тугагач, операторнинг тадбирга алоқадор барча жиҳатларни тасвирга туширганлиги, қайси кадрлар жуда зарурлиги ва қайси кадрлар кераксизлиги ва

уларни олиб ташлаш мумкинлигини ундан сўраш ҳам зарар қилмайди.

5-§. Пост-продакшн

1. Тасвирга олинган видеоматериалларни кўриқдан ўтказиш. Бунда тайм-код (дакика ва сониялар)да муваффақиятли чиққан ва муҳим кадрлар, потенциал лайфлар белгилаб олинади.

2. Синхрон ва стенд-аппар расшифровка қилинади. Уларнинг давомийлиги, қайси сўздан қайси сўзгача сюжетда фойдаланиш мумкинлиги оддий коғоз ёки компьютерда ёзилиб, тайм-кодда белгилаб олинади. Уларнинг ҳар бит-тасини сўзма-сўз расшифровка қилиш тавсия этилади. Бу жараёнда синхрондаги гапларнинг қайси бўлагини сюжетга қўйишни ўйлаб, белгилаб олиш учун имконият мавжуд. Қаҳрамонларнинг қандай гапиргани, уларда мантикий изчилликнинг бузилмаганлиги, муҳаррир кўриги пайтида ҳам ёрқин кўриниб туриши керак.

3. Телесюжет матнини ёзиш.

4. Ўз-ўзини таҳрир қилиш: матнни тил ва услуб юзасидан, мантикий нуктаи назардан қайта ўқиб чиқиш.

5. Матнни муҳаррир билан бирга ўқиб чиқиш.

6. Кадр ортидаги матнни ўқиш (начитка).

7. Монтаж билан монтажчилар шуғулланади. Улар монтаж режиссёрлари деб ҳам аталади. Аммо, муаллиф бу жараёнда иштирок этади ва гоёни айтиб туради. Монтажчилар аксарият ҳолатларда уларнинг гоёларига бўйсунадилар.

8. Тайёр сюжетни кўриқдан ўтказиш. Сюжет сифатини текшириш ва титрларнинг грамматик жиҳатдан тўғри ёзилганини кўздан кечириш.

Янгиликлар дастуридаги чиқишларда сюжет типлари:

Бош янгилик – хэдлайнер (инглизчадан *«head line»* – сарлавҳа) – янгилик, информацион дастур одатда нисбатан муҳим ва тез етказиш керак бўлган хабар билан очилади.

Клифхэнгер (инглизчадан «*cliffhanger*» – таранг пайт; «*cliff*» – коя) – аудиториянинг кабул қилиши биров кийин бўлган дастурдаги оғир сюжетли материал.

Дастур миҳи – энг жиддий ва ҳамжмдор материал. Бундай материалларда таҳлилий журналистика узвлари мавжуд бўлади.

Янгиликларда ажралиб турадиган кикер (инглизчадан «*kicker*» – тузок, копкон; «*kick*» – тепки) – алоҳида хабар бўлиб, кўрсатувга алоҳида рух бағишлаб ва томошабин диққатини тортади. Бундай янгиликлар дастур сўнгида берилади ва дам олиш кайфиятини юзага келтиради. Унинг бошқача профессионал номи бўлиб, «бантик», «капалак» деб ҳам аталади. *Мисол учун, «Биринчи канал» (Россия) «Новости» ахборот дастури якунида Юрий Никулиннинг тугилган куни (2011 йил 18 декабрь) муносабати билан махсус телесюжет тайёрланиб, эфирга узатилди. Сюжетда у ижро этган фильмлардан лавҳалар, унинг чиқишларидан кадрлар, синхронлар тақдим этилди.*

Дунёдаги айрим телекомпанияларда телемахсулот тайёрлаш технологияси тамойиллари бутунлай бошқача. Уларда репортёрлар умуман матн ёзишмайди. Буни «EuroNews» муҳаррирлари фаолиятида кўришимиз мумкин.

7-БОБ. ТЕЛЕВИЗИОН ФАОЛИЯТДА СТЕНД-АПЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ

1-§. Стенд-ап ҳақида тушунча

Телевизион журналистларнинг кўпчилиги дастлаб кадрда стенд-апда пайдо бўлади. Демак, стенд-ап («**stand-up**» инглиз тилидан таржима қилинганда «тўғри тур» деган маънони англатади) деганда – телевизион репортаж эфирга узатилаётганда, журналист кадрда туриб, сюжет мавзусига доир ахборот бериши тушунилади.

Журналист стенд-апдан:

– унинг кимлигини ва воқеа жойидан туриб хабар бераётганини билишимиз;

– яқунларни тақдим этиш ёки воқеа ривожининг бориши ҳақида ҳикоя қилиш;

– муҳим ахборотга томошабин диккатиини жалб қилиш;

– кизикарли объектни кўрсатиш;

– сюжетнинг бир қисмидан кейинги қисмига ўтиш;

– ўтган ва бугунги (айни пайтдаги) воқеалар ўртасидаги алоқани кўрсатиш;

– синхронлар етишмаганда (яъни, репортёр манба берувчидан ахборотни олиб, у эфирга чиқишни истамаган пайтда);

– видеоқатор етишмаган пайтда муаммони ҳал қилиш мақсадида фойдаланади.

Стенд-апдан фойдаланишда компания сиёсатидан келиб чикувчи икки ёндашув бор:

– сюжетларда мажбуран стенд-апдан фойдаланиш;

– шартли (ихтиёрий) равишда фойдаланиш.

Стенд-апга қўйиладиган асосий талаблар:

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

– журналист турган фон сюжет мавзусига алоқадор бўлиши шарт;

– қандайдир маънони англатувчи фон ҳамда томошабин билан самарали мулоқот олиб бориш учун стенд-ап ўрта планда олинади;

– агар журналист тўғридан-тўғри эфирда бошловчи билан мулоқот қилмаётган бўлса, стенд-апдан сюжет бошида фойдаланмагани маъқул;

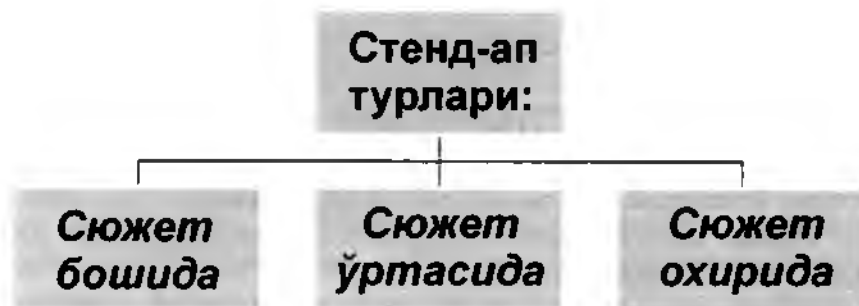
– репортёр стенд-ап жараёнида томошабин билан табиий мулоқот муҳитини юзага келтириши керак;

– журналистнинг ташқи кўриниши сюжет мавзуси ва муҳитига мос бўлиши шарт;

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

– кадрдаги хатти-ҳаракат етарли даражада маъноли ва табиий бўлиши шарт.

2-§. Стенд-апларнинг телеасардаги жойлашувига кўра турлари



– *сюжет бошида* – аксарият телекомпанияларда истисно ҳолатлар мавжуд:

а) битта репортёр иккита сюжет тайёрлаган бўлса, қачонки улар кўрсатувда кетма-кет қўйилганда, мухбир бошқа жойда ёки бошқа воқеа ҳақида гапираётган бўлса;

б) «канал юзи» – бошловчи тасвирга олиш жараёнига борган тақдирда. Яъни, бошловчи подводка ўқимай, тўғридан-тўғри кадрда намоён бўлиши мумкин.

– *сюжет ўртасидаги* («кўприкча (мостик)» стенд-аплар нисбатан оммалашган тур ҳисобланади. Репортёр:

а) сюжетнинг турли қисмларини бир-бирига боғлаш учун;

б) видеокатор бўлмаган пайтда;

в) тўғридан-тўғри эфирда ишлаган пайтда бу турдаги стенд-аплардан кенг фойдаланади.

– *сюжет якунидаги* стенд-ап – мавзуга яқун ясаш ёки кун давомидаги кейинги чиқишларда мавзунини давом эттиришда анонс вазифасини ўтайди. *Мисол учун, «Мир» телекомпанияси хабарлар дастури ижодкорлари 2011 йил 4 декабрь кунини бўлиб ўтган Давлат Думасига сайловлар жараёни натижалари ўзлон қилинишига қадар, мухбир воқеа жойидан стенд-апда туриб бошловчи билан мулоқот қилиб турди.*

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

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

Репортаж якунида мухбир томошабинларга мурожаат қилиб, шундай деди: – *Мен журналистман, ҳолис, одил бўлишим керак. Қонунга биноан бирон-бир номзодни қўллаб тарғибот-ташвиқот қилишга ҳаққим йўқ.* (Журналист бу орада учта номзод тасвири туширилган чинни бокалчаларга бир хил ҳажмда кофе қуйиб, га-

пида давом этди.) *Шунинг учун, мени бирор партияни қўллаяпти, деб, айбламасликлари, сайлов тартибларини бузмаслик учун ҳар биридан бир қўлтумдан кофе ичман,* – деб кўлида бокалчалари билан ўзи эгаллаган стол томон йўл олди. Шундан сўнг мухбир Бош вазирликка номзодларнинг қиёфалари туширилган бокалчалардан бирин-кетин бир қўлтумдан кофе ҳўплаб, шундан сўнг энди кадр ортидан: *«Тушлик пайтида сиз ҳам кафега кириб, кофе ичиб, қайси сиёсий куч, партияни қўллаб-қувватлаётганингизни намоиш этишингиз мумкин»,* – деб шарҳини тугатди.

Электорат – сайловчиларнинг дахлсизлигини, уларнинг овоз бериш эркинлигини, сайлов ҳақидаги қонунларни чуқур англаган, ҳурмат қилган, электрон оммавий ахборот воситалари, айниқса, телевидениенинг кучи, қудратини яхши ҳис этган мухбир бу репортажда ўзини нихоятда демократик равишда, ҳолисона, одил ва юксак профессионал журналист даражасида тутди. Репортаж, авваламбор, ўзининг шакли билан киши диққатини тортади, стенд-ап эса оригиналлиги билан ажралиб туради.

Қиска репортажда мухбир Бош вазир лавозимига бўлган барча номзодларнинг тасвирларини бир неча бор кўрсата олди, сиёсий жараёнга объектив ёндошди, сайловчилар ўз ҳақ-ҳуқуқларини намоён этишда мутлоқ эркин эканликларини таъкидлади ва бу йил сайлов соҳасида бўлган янгиликлар, сайловчилар қандай қўшимча имкониятларга эга эканликларини алоҳида таъкидлай олди. Мухбир «стенд-ап»идан кейин репортаж олиб борилган кафенинг ҳам ишлари жадаллашиб кетган бўлса ажабмас, сабаби, бундай ёндошувни, нозик сиёсий кампанияга бундай одилона ёндошаётган кафени сайловчилар ҳам, давлат ҳам, мамлакатдаги сиёсий кучлар ҳам бирдек қўллаб-қувватласа керак¹.

¹ ТВ амалиётчиси И.Абдухоликов билан суҳбатдан.

3-§. Стенд-апларнинг репортёр ҳолатига кўра турлари:



Стенд-ап журналистдан алоҳида эътибор ва креативлиқни талаб қилади. У ижодкорлик қобилиятини ишга солиб, мавзудан келиб чиққан ҳолда қўлга ниманидир ушлаб, эшиқни очиб, ниманидир кўрсатиб, кизикарли фон танласа, айнаи муддао бўлади.

Телевидениеда микрофонларнинг бир қанча турлари ишлатилади. Улар вазиятга қараб танланади. Телевизион фильмлар, айрим кўрсатувлар суратга олинаётганда баъзида ошқора, баъзида яширин тарзда радиомикрофонлардан фойдаланилади. Айрим тезкор тасвирларда (жумладан, йирик наркотик моддалар савдоси билан шуғулланувчилар қўлга олинганда) «замбарак»дан, узоқдан туриб гапирилганда бемалол эшитиш мумкин бўлган кўрсатувларда радиомикрофондан, студиядаги телевизион ёзувларда (ток-шоу, баҳс, давра суҳбати каби) микрофонларнинг ёқага кадаладиган «петличка» туридан кенг фойдаланилади.



Шунга кўра, стэнд-апларнинг микрофонларга боғлиқ бўлган турлари ҳам мавжуд.

Журналистлар:

- кўлда симли микрофон билан;
- кўлда радиомикрофон билан;
- эркин ҳолатда бўш кўл билан («замбарак» ёки «петличка»да) стэнд-ап килишлари мумкин.

Стэнд-апда сўздан фойдаланиш хусусиятлари. Стэнд-ап ахборот жанрларида кенг қўлланилади:

- қувват берувчи жумла (таъкид) («мен сизга буни гапириб беришни истайман» сингари);
- олд тишлар ёрдамидаги аниқ дикция;
- жалб этувчи интонация;
- минимум паузадан фойдаланиш, сўз суръати – 10 сонияда 15–20 талаффузни ташкил килиши керак.

Стэнд-апда журналист қуйидагиларни ёдда тутиши лозим:

- кўринишингиз яхши бўлишига ҳаракат қилинг;
- эркин бўлинг, ҳаяжонланманг;
- камерага қаранг;
- бир маромда гапиринг, гаплар иложи борица бўлинмасин;
- матнга диққатли бўлинг: сизда уни тўғирлаш учун имконият бўлмайди;
- монтажда қийналмаслик учун бошланишида ва охирида 5 сонияли пауза қилинг;
- улардан бирини танлаш имконияти бўлиши учун ҳар эҳтимолга қарши икки марта дубль қилинг;

– агар сиз ноодатий стенд-апда чикмоқчи бўлсангиз, хамиша ҳар эҳтимолга қарши «одатий» стенд-апни ҳам ёзинг;
– сизни қаерда турганингиз томошабинга ноаниқ бўлса, уни тушунтиринг ёки эслатинг;

– аудиторияга гапирманг, балки суҳбатлашинг;
– сутканинг турли пайтида суратга олинган материаллардан эҳтиёт бўлинг.

Стенд-апда булар ман этилади:

– стенд-ап матнини ёдламанг;
– одамлар жамоаси фонида стенд-ап қилманг;
– шовкин-суронли жойда (масалан, йиғилиш бўлаётган хонада) паст овозда гапиринг;

– гапираётганда микрофон ҳақида ўйламанг;
– қуёшдан химояловчи кўзойнақ такманг;
– матнда конкрет сана ёки вақтни кўрсатманг;
– тиниш белгиларини қўйишда бошингизни сарак-сарак қилманг.

8-БОБ. СЦЕНАРИЙ ЁЗИШ МАҲОРАТИ

1-§. Информацион маҳсулот учун сценарий тайёрлаш, ёзиш маҳорати

Телевидение бошқа оммавий ахборот воситаларига нисбатан тасвир имкониятларига эгаллиги, ижодий гуруҳ аъзолари ўзаро ҳамкорликда ишлаши билан фарқ қилади. Ўз ўрнида муаллифнинг сценарий ёзишда аҳамият қаратиши керак бўлган жиҳатлар ва босқичлар мавжуд.

Заставка – телевидение жарғонида «шапка» деб аталади. Заставка ҳар бир кўрсатувда турлича танланади. Мисол учун, аксарият информацион дастурларда соатнинг сонияни кўрсатувчи стрелкалари 12га бориши билан кадрда турли тасвирлар пайдо бўлади. Мисол учун, *«Ёшлар» каналининг «Давр» ахборот дастурида ер шари ҳамда «воқеалар», «янгиликлар», «иқтисод» каби ёзувлар кўрина бошлайди ва дастур номи пайдо бўлади, «Россия» каналида-*

ги «Вести» ахборот кўрсатувида югураётган отнинг тасвири эсо этилган. Умуман олганда, шапка – график заставка бўлиб, кўрсатувнинг бошланишини билдиради. Кўрсатув ёки фильмнинг мавзусини графика очиб беради. Аммо, аксарият фильмларда заставка сифатида қора фонда оқ рангдаги ёзувлардан фойдаланилмоқда.

«Ўзбекистон» телеканалининг «Минг бир маслаҳат» кўрсатувида заставка кўрсатув номига мос тарзда бир қанча тасвирларда тақдим этилган. Саломатликка оид тасвирлар берилганда «Саломатлик», тикиш-бичишга оид тасвирлар берилган пайтда «Чевархона», турли мавзулардаги кадрлар кўринганда экран пастида «Ўзаллик», «Пазандалик» ва бошқа ёзувлар ҳам берилган. Сўнгра бош титр – кўрсатув номи («Минг бир маслаҳат»)га ўтилган.

Подводка. Кадрда диктор намоён бўлади ва кўрсатувни бошлайди: *«Ассалому алайкум, эфирда «Давр» ахборот дастури...». Студияда Насим Нур*. Бу киришдаги «подводка». Подводка – сюжетга йўналтирилган, суҳандон матни ҳисобланади. Бу ерда унинг вазифаси ахборотнинг бошланишини бериб, томошабинни жалб этиш ва бу орқали ҳар бир одам ахборотнинг давомини кизикиб томоша қилиши лозим. Киришдаги подводкани ҳар бир канал ўз хусусиятидан келиб чиқиб ёзади. Масалан, «Ахборот» дастурида ҳеч қачон бошловчи ўз исми-шарифини кадрда туриб айтмайди. Жаҳон тажрибасига таяниладиган бўлса, деярли барча ахборот дастурлари аввалида бошловчилар ўзларини таништиридилар.

Амалиётда подводкадан ташқари, «отводка» деган термин ҳам ишлатилади. Яъни суҳандон дастурда берилган сюжетдан сўнг мавзуга доир бўлган нимадир қўшиши мумкин. Мисол сифатида стадиондан олиб берилган репортаждан сўнг футбол мусобақаси натижаларининг бошловчи томонидан тақдим этилишини кўрсатиш мумкин.

Шпигель (ёки анонс). Бу атамалар биз яқин орада нима-ни қўришимиз мумкинлигини билдиради, яъни дастурнинг энг кизикарли фрагментлари тақдим қилинади. «Шпигель»

атамасини миллий телеканаллар журналистлари фаолиятда деярли ишлатишмайди. Аксарият ҳолларда «анонс» сўзи ишлатилади. Анонсни тайёрлашда томошабин психологиясини инобатга олиб, уларни кизиктирадиган, жалб қиладиган матн тайёрлаш керак. Қискагина маълумот оркали кўрсатувнинг давомини кўришни томошабиннинг ўзи ҳал қилиши керак. Шундай қилиб, «шпигель» – бу тақдим этиладиган чиқиш мундарижасининг қисқача мазмуни ҳисобланади.

Сюжет. Умумий дастур таркибидаги тугалланган публицистик асар – телесюжет ҳақида бироз олдинроқ ҳам гапирилган эди. Аммо, сценарий ёзишда бир компонентни иккинчи компонентдан айро тасаввур этиб бўлмагани боис, айрим такрорлашлар сиз учун зарар қилмайди, азиз ўқувчи! Корреспондент воқеа жойидаги ҳолат ҳақида маълумот бермоқда. Ахборот дастурларидаги сюжетлар таркибига *начитка, видеоқатор, лайф, стенд-ап, синхрон, графика* қиради. Агар телемахсулот ахборот жанридаги дастур бўлмаса, мусикий зарисовкалардан фойдаланиш мумкин.

Энди юқорида санаб ўтилганларни тартиб билан кўриб чиқамиз.

Видеокатор + начитка (уни баъзида **наговор** деб ҳам аташади). Корреспондент кадрда кўринмайди. Аммо, унинг шу ердалиги аниқ, чунки унинг овози эшитилмоқда. Бу эшитилаётган овоз «начитка» ҳисобланади. Кадрда эса журналист ҳикоя қиладиган воқеа жойи кўрсатиляпти. Бу эса «видеокатор» ҳисобланади.

Стенд-ап. Корреспондент кадрда намоён бўляпти. Микрофонни ушлаган ҳолда, томошабинга назар ташлаб ахборотни тақдим қилмоқда. Бу – «stand-up» (инглиз тилидан таржима қилинганда «тўғри тур» деган маънони англатади). Аммо, замонавий телевидение амалиётида тўғри туриш тавсия этилмайди. Нима биландир банд бўлиб, мавзуга доир қандайдир ишни амалга оширган маъқул. Экранда кўринишнинг мантикли асоси бўлиши ва томошабинда маълум таассуротларни қолдириши керак.

Лайф. Мавзуга доир ҳаётнинг маълум қисмлари ўз ҳолича ҳавола этилиши «лайф» ҳисобланади. Мисол учун, кишлок мавзусидаги дастурни матнсиз, мусикасиз, жонли ва турли бўёқларсиз (ғўзаллаштирмай) берилиши – буларнинг барчасида лайф бор.

Синхрон. Корреспондент мавзуга доир бирор касб эгасидан интервью оляпти. Мутахассис бир неча дақиқа гапириши мумкин. Аммо, уни тўлалигича бериб бўлмайди. Журналист мутахассис гапирган гапларнинг энг кизикарли фрагментларини танлаб, томошабинга тақдим этиши синхрон саналади. Ҳозирда тажрибали телевидение амалиётчилари синхрон 20–25 сониядан узок давом этмаслигини таъкидлашади. Ундан ошса, эшитувчилар сони кам бўлади. Бу замонавий карашларнинг асосий хусусиятидир.

Графика. Ўзбекистонда пахта ёки буғдой етиштиришнинг ўсиши, ҳосил самарадорлигини қўлимиз орқали кўрсатишнинг иложи, рақамлар орқали айтишнинг таъсири йўқ. Бунда теледизайнерга мурожаат қилиниб, маълумотни жадвалларда бериш – энг самарали усул ҳисобланади. Бу схемалар ҳаракат қилади ва томошабинга тушунарли бўлади. *Мисол учун, «Ахборот», «Давр» ахборот дастурида хориж валюталарининг сўмга нисбатан қиймати, «Мир» телерадиокомпаниясида МДХ давлатларидаги озиқ-овқат маҳсулотларининг нарх кўрсаткичлари ана шундай жадвалларда тақдим этилиши мумкин.* Умуман олганда, графика – телевидение амалиётчиларининг мунтазам қўллайдиган ахборот бериш усули ҳисобланади. Агар журналистда видеокатор бўлмаса ёки кам бўлса, графикадан фойдаланиш мумкин. Мисол учун, қаердадир фавкулудда вазият юзага келди. Аммо, тасвирлар йўқ. Бунда ҳолат юз берган давлатнинг харитада жойлашган ўрни кўрсатилиб, изох берилади.

Мусликий зарисовка. Ахборот дастурларида мусликий зарисовкадан деярли фойдаланилмайди. Аммо, бошқа ис-талган дастурда сюжетнинг жонли ва кизикарли чиқишига муслика ёрдам беради. *Мисол учун, Ўзбекистон Республикаси*

Президенти Халқаро симпозиумлар саройи ва Миллий кутубхонага борди. Шу ҳудудда қад ростлаган фавворага мос тарзда «Мафтунингман» фильмидаги К.Жалилова ижросидаги қўшиқдан олинган парча барча ахборот дастурлари ва махсус тайёрланган кўрсатувда ҳам берилди. Парчанинг берилиши орқали қандайдир қувноқ кайфият пайдо бўлиб, юзимизда табассум югуради, томошабин бунда ахборот олиш орқали дам олади ва янгича куч билан кўрсатувнинг давомини томоша қилади.

Субтитр. Сюжетда қимдир интервью бермоқда. Пастда унинг исми-шарифи ёзилди: «**Файзулла Мўминов, ЎзДЖТУ профессори**». Бу субтитр. «Суб» – «пастида, остида», деган маънони билдиради. Ундан ташқари «*Титр*» деган атама ҳам бор.

Титр (Экрандаги ёзув). Мисол учун, кўрсатув ниҳоясида дастурни тайёрлаганлар ҳақида маълумот бериш мақсадида эфирга узатиладиган якуний титрлар. Аммо, кўрсатув тайёрлаганларнинг ўзи кадрда йўқ. Улар кадрда бўлса, бу субтитр бўлиб қолади. Ёки, титр кўрсатувнинг янги қисми бошланишида ҳам намоён бўлиши мумкин: «Хориж хабарлари» («Давр» ахборот дастури). Одатда, бундай ёзув телемахсулотнинг бошқа бир қисмини ҳам билдиради, у отбивка (ёки перебивка) деб аталади.

Отбивка (ёки перебивка). Отбивка заставкага ўхшаб кетса-да, ундан хронометражи билан фарқ қилади. Ундан бир нечта мақсадлар:

1. Кўрсатувда динамика яратиш.
2. Кўрсатув ёки ҳужжатли фильмнинг кейинги қисмига ўтиш.
3. Томошабинга қайси фильм ёки кўрсатувни томоша қилаётганини эслатиш қабилар қўзланган. Одатда, улар 3–5 сония давом этади.

Отбивкани осон англаш учун бир мисол. Ахборот дастурларида бериладиган мотам хабарларидан сўнг титр пайдо

бўлади. Фақат бундай ҳолатларда отбивкадаги мусика олиб ташланади.

Миллий телеканаллар журналистлари фаолиятда отбивка билан перебивка ўртасидаги фаркни яхши англайдилар. Гарчи, хорижда улар икки хил ном, бир хил маънода ифода этилса ҳам. Отбивка кўрсатувнинг бир қисмидан иккинчи қисмига ўтишда қўлланади.

Перебивкалар асосан байрам саналари пайтида кўпроқ қўлланилиши кузатилади. Бир мазмундаги хабарлар кетма-кет бошловчи сўзисиз бир неча сонияли кадр «ўқ овозидек» тезликда кўриниб, кейинги сюжетга ўтилади. Бунга Президент арчаси тадбирларининг қайси вилоятда қандай ўтганлиги тўғрисидаги сюжетларни мисол сифатида кўрсатиш мумкин. Перебивкалар асосан инфорацион дастурларда қўлланилади. «Бир ўлка-ки...» кўрсатувида хунармандлар билан уюштирилган суҳбатдан кейин чўпон ҳузурига бориш керак. Демак, шу жойда кўрсатувнинг кейинги қисмига ўтиш – отбивкага эҳтиёж туғилади. Туркум кўрсатувларда 2–3 сонияли перебивкалардан фойдаланиш тавсия қилинмайди.



2-§. Телевизион сценарий режаси ва сценарий

Кўрсатув жанрига караб, телевизион сценарийлар бири-бирдан фаркланади. Информацион кўрсатувлар, тахлилий кўрсатувлар, бадий телемахсулотлар, видеофильмлар, сахналаштирилган дастурлар, телевизион фильмлар, ижтимоий роликлар, клиплар хусусиятига караб сценарий ёзилади. Сценарий режаси аввало журналистнинг калбида ва миясида пишиб етилади, мақсад ва вазифани белгилаб олади. Шунга кўра сценарий режаси:

- бериладиган саволлар режаси;
- қайси тасвирларни олиш;
- кўрсатувда қатнашувчиларни аниклаш;
- қахрамон билан ишлаш кабилар тузиб чикилади.

Мисол тариқасида журналист Э.Шукуровнинг «Бобур» кўрсатуви учун тайёрлаган сценарий режасини кўриб чиқамиз.

«Бобур» кўрсатуви учун саволлар режаси:

1. Темурий ҳукмдорлар ҳаётидаги шахслар ўзаро муносабатидаги ўзига хос жиҳатлар. *«Юқиниш сиёсати»*

2. Бобур Мирзонинг Уйғониш даври билан боғлиқ жиҳатлари.

3. Бобурнинг саркарда сифатида ҳарбий маҳорати.

4. Бобурнинг меҳр-мурувват олами.

5. «Бобурнома»нинг жаҳон тилларига таржималари. Жаҳон илму урфонида Бобурнинг тутган ўрни.

6. «Бобурнома»да руҳий ҳолат тасвири.

Аслида бу саволлар эмас, уларнинг режаси ва йўналиши, холос. Кўрсатувга чақирилган иштирокчилар билан мулоқот жараёнида бундан ҳам кизикарли саволлар туғилиши, шоир ва саркарданинг томошабинга кизикиш уйғотадиган бошқа жиҳатлари очилиши мумкин. Саволлар режаси тузилиб, иштирок этувчилар аниклангач, сценарий режаси ўйланади.

1. Тасвирда Бобур Мирзонинг суратлари кўрсатилади. Сўнгга Адабиёт музейининг Бобур залига ўтилади. Мўмтоз мусиқа янграб, тасвир ортидан бошловчи сўзи берилади:

Бошловчи:

Ким кўрубдир, эй кўнгил, аҳли жаҳондин яхшилиғ,
Кимки, ондин яхши йўқ, кўз тутма ондин яхшилиғ.

2. Тасвирда филология фанлари доктори Ҳасан Қудратуллаев кўринали. У Бобурнинг Темурий ҳукмдорлар орасида тутган ўрни ҳамда Амир Темур салтанатини тиклаш учун олиб борган катта курашлари ҳақида гапиради.

3. Олимнинг мавзуга доир фикрларини адиб Пиримкул Қодиров давом эттиради. Сўнг тасвирда Ўрта асрлар ҳаётини акс эттирувчи фильмдан лавҳалар берилади. Тасвир ортидан бошловчи давом этади.

4. Бошловчи Бобур Мирзо жисмонан баркамол, бақувват, паҳлавон бўлгани, не-не жангу жадалларни, қиргин-баротлару шафқатсиз фожеаларни бошидан кечиргани ҳақида гапиради.

5. Сўнг тасвирда Ўзбекистон халқ шоири Хушид Даврон Бобур шеъриятидаги шеърини санъатлар ҳақида гапириб, газал ва рубоилардаги сатрлардан мисоллар келтириб, уларни таҳлил этади.

6. Х.Даврон фикрларини А.Маҳкам давом эттиради. Сўнг «Бобуришох» мусиқали драмасидан парча кўрсатилади. Шоир китоблари ва ўша даврдаги миниатюралар фонидан бошловчи сўзи давом этади.

7. «Бобурнома»нинг жаҳон маданияти ва тафаккури тарихида тутган ўрни, унинг бугунги кунда қандай аҳамиятга эгалиги таҳлил этилади.

8. Сўнг «Бобур» видеофильмидан лавҳа берилади. Кейин эса яна Адабиёт музейининг Бобур залидаги экспонатлар кўрсатилади.

9. Тасвирда адабиётшунос олим Ансориiddин Иброҳимов кўрилади. У Бобур ижодиёти борасида кейинги пайтларда олиб борилаётган илмий тадқиқотлар, ижодий изланишлар ҳусусида гапириб беради.

10. «Бобурнома» билан боғлиқ сурат ва миниатюралар кўрсатилиб, тасвир ортидан бошловчи сўзлари берилади.

Мазкур жараёндан сўнг бевосита асосий қисм – сценарий ёзишга киришилади. Телевизион матн тузилган саволлари режаси сценарий режаси асосида ёзилиб, режиссёрга ва тасвирчига тақдим этилади. Улар сценарий асосида тасвирга олиш услубини аниқлаштириб, жараёни бошлаб юборишади. Сценарий ёзилган варақнинг ўнг томони матн учун муаллиф, чап томони тасвир учун режиссёр масъул ҳисобланади. Шунинг учун ҳам одатда режиссёрнинг махсус кайдлари учун чап томон бўш қолади.

Сценарий ёзишнинг маълум талаб ва меъёрлари бор. Шартли равишда уни қуйидаги кўринишда ифодалаймиз.

Намуна:

«Ёшлар» телерадиоканали 2019 йил 20 октябрь Сешанба телекўрсатувлар дастурига

Шалпа.

Мусика.

Титр: «Давр»

Бошловчи кадрда: *Ассалому алайкум, эфирда «Давр» ахборот дастури. Студияда Абдор Маъруфжонов. Энди кўрсатувимиздан ўрин олган муҳим янгиликлар билан танишинг:*

Бошловчи кадр ортидан: *(қўннинг муҳим хабарлари анонси ёки шпигель)*

(видеоқатор)

+

(начитка)

Бошловчи кадрда: *(подводка)...*

Мухбир кадр ортидан: *(начитка)...*

Кўрсатув сценарийси ана шу тахлит давом этади. Одатда информацион дастурларда бошловчи учун мўлжалланган сценарий алоҳида ёзилади. Телевизион сюжетлар сценарийлари уларга илова қилинади. Сценарийлардан намуналар ўқув қўлланма сўнгида тақдим қилинган.

ХУЛОСА

Кейинги йилларда оммавий ахборот воситалари ривожига кенг эътибор қаратилди ва шунинг натижаси ўлароқ, телевидение соҳасида ҳам қатор ўзгаришлар рўй берди. Ўзбекистон радио ва телевидениеси замонавий, жаҳон талабларига жавоб берадиган асбоб-ускуналар билан жиҳозланган бўлиб, ҳозирда бундай замонавий технологиялар МДХ давлатларининг айримларидагина мавжуд. Ана шу имкониятлардан фойдаланган ҳолда, телеижодкорлар кўрсатувлар сифати ва савиясига алоҳида эътибор беришлари, профессионал маҳоратларини ошириб боришлари талаб этилади.

Мазкур қўлланма доирасида тележурналистиканинг алоҳида, ўзига хос хусусияти тасвир ва сўз ҳамоханглиги билан белгиланиши, репортёр маҳоратини кўрсатиб берувчи алоҳида омиллар, режиссурага алоҳида урғу берилиши, кўрсатув тайёрлашнинг муайян босқичлари ҳақида сўз юритилди. Телеасар муваффақиятини таъминловчи компонентлар билан яқиндан танишиш имконияти пайдо бўлди. Бу тележурналистика назариясидан амалиёт сари қўйилган биринчи қадам ҳисобланади.

Мукаммал телеасар яратиш жуда кўп билим ва дунёқарашни талаб қилади. Таҳлилий журналистика жанрида битта кўрсатув тайёрлаш бир неча йилни камраб олади. Кўрсатув таъсирчанлигини оширувчи экран юзи – бошловчиларга қўйиладиган алоҳида талаблар борки, уларнинг ўзи ҳақида алоҳида баҳслар ташкил этиш мумкин. Телевидение режиссурасиз бир қадам ҳам олдинга силжий олмайди. Кўрсатув ғоясидан тортиб телемахсулот сифатида томошабин калбига кириб боргунча унинг машаққатли меҳнатига эҳтиёж сезилади. Шу маънода амалиёт сари қўйилган кейинги қадамларни ана шу мавзулар доирасида сўз юритиб, давом эттирамиз.

Телесценарийлардан намуналар:
1) Ахборот дастурлари учун
Бухоро вилоят телерадиокомпанияси
(«Аср» ахборот кўрсатуви учун)

Диктор кадрда: Маълумки, Вазирлар Маҳкамасининг фармойишига асосан Республикамиз миқёсида 20 ноябрдан 20 декабрга қадар Ёнгин хавфсизлиги ойлиги эълон қилинган. Шу муносабат билан вилоятимиз ички ишлар бошқармаси ёнгин хавфсизлиги бошқармаси ва бўлинмалари ходимлари томонидан аҳоли ва ташкилот муассасаларида тарғибот-ташвиқот ишлари қучайтирилмоқда.

Мухбир кадр ортидан: Шу жумладан, Бухоро тумани ички ишлар бўлими ёнгин хавфсизлиги бўлинмасида ҳам мазкур ойлик бошланганданок тарғибот ишлари бўйича режа тузилиб, тегишли қисм мутахассислари жойларга бириктирилди. Туман ҳудудида 52 та умумтаълим мактаби, 40 дан ортиқ мактабгача таълим муассасалари мавжуд.

Кадрда мактаб болалари: Ёнгин хавфсизлиги ойлигини беталофат ўтказиш учун унинг қоидаларига риоя этишимиз зарур. Гугурт билан ўйнамаслигимиз, оловдан эҳтиёт бўлишимиз керак.

Мухбир кадр ортидан: Туманда 10 ой давомида 66 та ёнгин содир бўлган бўлиб, унинг асосий сабаблари: Эҳтиётсизлик, газ мосламаларидан нотўғри фойдаланиш каби ҳолатлардир.

Кадрда (Малик Нуруллаев – бўлинма бошлиғи): Ойликнинг шу ўн икки куни давомида тарғибот ишларини янада қучайтиришимиз ижобий натижа берапти. Ойликни беталофат ўтказиш ниятидамиз. Мактаб, коллеж, мактабгача тарбия муассасаларига ёнгин хавфсизлиги қоидаларига риоя этиш бўйича махсус машғулотлар ўтказилмоқда.

Туман ёнгинга қарши курашиш жамияти аъзолари ҳам ҳамкорликда ёнгинларнинг олдини олиш бўйича ҳар хил турдаги эслатма, панно, курғазмалар чиқариб, тушунтириш ишларини қучайтиришмоқда.

**Мухбир кадр
ортидан:**

Худудларда фаолият кўрсатаётган касалхона бино-ларигаги газ мосламалари назорати ҳам назардан четда қолмаяпти. Транспорт воситалари, автобус ҳайдовчиларининг йўловчилар ҳавфсизлиги учун ёнғинга қарши воситалар билан таъминланган бўлиши ҳақида тушунчалар бериб боришмоқда.

Муаллиф: З.Рамазонова,

Тасвирчи: З.Ашуров

IV БЎЛИМ

ҲУЖЖАТЛИ КИНО

Кино бошқа санъат турлари – адабиёт, мусика, театр, ҳайкалтарошлик, тасвирий санъат, кулолчилик каби инсоният меҳнат қуролларини ихтиро этаётган даврлардан бошлаб пайдо бўлган санъат турларидан энг ёши бўлгани учун, гарчанд ҳозирги замонда энг кўп тарқалган ҳодиса бўлса-да, ҳали ўз имкониятларидан тўла-тўқис фойдалана олмаётган санъатдир. Айниқса, унинг оммавий, сиёсий ва маданий информация манбаи, илмий-техник тараккиётнинг тарғиботчиси, ўқув жараёнининг, мактаб, олий таълим, қолаверса, ҳар қандай таълим манбаси, илмий тадқиқотлар иштирокчиси каби хусусиятлари фикримизга далилдир.

Бор-йўғи бир авлод ҳаёти давомида туғилиб, вояга етиб, тарихан жуда қисқа муддат ичида миллионлаб томошабинларнинг энг севимли санъатига айланган кинони ўзидан бошқа қадимий санъат турларидан ажратиб турадиган жиҳати ҳам шундадир.

Асосида фотомеханик жараён ётганлиги сабаб кино натуралистик ҳодиса, яъни чинакам санъатга алоқаси йўқ деган фикрлар, кизгин тортишувлар ҳали-ҳануз қулоққа чалиниб туради. Чунки, бундай қарашларга сабаб, азалдан кино табиатига ҳос бўлган борлиқни борича акс эттириш, яъни **нусаха кўчириш** хусусиятидир. Лекин, кинода кўрсатишдан кўра тасвирлаш хусусиятининг қучлилиги унинг чинакам санъатга айланганлигини исботлади. С. Эйзенштейн ва Д. Вертовлар биринчи бўлиб кинопинг ана шу жиҳати – тасвирлашни ин-

сонга эстетик таъсир этишнинг янги, алохида йўналиши деб ҳисоблаганлар ва бу ёндашувни ўзларининг дунё киноси тарихининг ўлмас асарларига айланган фильмлари билан исботлаб берганлар.

1-БОБ. КИНО – САНЪАТ ТУРИ СИФАТИДА

1-§. Киносанъатининг омма дунёқарашини бойитишдаги ўрни

Кино ўз қахрамонини бутун борлик билан боғлиқ ҳолда, узлуксиз ҳаракатда кўрсатади. У томоша билан томошабин орасидаги масофани деярли йўққа чиқаради. Яъни, кенг майдонда тўпланган минглаб одамларнинг ҳаракатини камраб олган бир пайтнинг ўзида, улардан бирининг кўз қорачиғида рўй бераётган кўркинч, ғазаб ёки севинч туйғуларини лўнда акс эттиради. Оддий монтаж усули билан бир вақтнинг ўзида инсоният тарихининг турли даврларда рўй берган ёки дунёнинг турли бурчакларида рўй бераётган воқеаларни кўрсата олади.

Кўз ўнгимизда униб чиқаётган уруғ ёки барг ёзаётган новдани, очилаётган гул ёки ёпилаётган томни акс эттириш каби хусусиятлари эса кинони инсонни чинакамига ҳайратга соладиган воқеликка айлантирди.

Дунёни, инсонни бадий идрок этишда кинонинг имкониятлари чексиздир. Уни санъат турларидан бири сифатида тавсифлаганда, энг аввало, мана шу жиҳатларига эътибор қаратмоқ зарур. Хўш, кино қандай санъат тури? Илмий-техник тараққиётнинг меваси сифатида пайдо бўлган синтетик санъатми ёки дунёни бадий идрок этишда адабиёт, тасвирий санъат, мусика, ҳайкалтарошлик ва бошқа санъат турларини юзага келтириб кифояланмаган инсоннинг борлик, тарих ва келажакдаги ўз ўрнини англаш учун юқоридаги санъат турларига ҳос асосий мезон-макон ва вақт бирлигининг етишмаслигини сезиб яратган санъатми? Макон ва вақт бирлиги статик ҳодиса. Дунё, борлик эса доимий ҳаракатда. Макон ҳам, вақт

хам доимий ҳаракатда. Демак, дунёда бор мавжудот, инсон ҳам ҳаракатда. Балки ана шу ҳаракатни англаш, уни қадимий мўмиёланган жасадлардан фарқли равишда ҳаракатда кўриш иштиёқи инсонни, аввало фотографияни, сўнг эса кинони санъат тури сифатида ихтиро этишига сабаб бўлган.

Агар шундай бўлса, биз кинонинг синтетик санъат эканлигини унинг яратилишида иштирок этадиган техник ёки кимёвий воситалар, тасвир билан бир қаторда овоз, ёзувлар, мусика, қолаверса, улкан киносанъатининг ўзига хос жиҳатларини эътиборга олган ҳолда эътироф этишимиз зарур. Чунки, инсон бу ихтирони борликни бадий идрок этиш, бу борликда ўз ўрнини бадий идрок этиш учун юзага келтирганини бугунги кунга келиб миллионлаб одамларнинг энг сеvimли асарларига айланган киношедеврлар тасдиқлаб турибди.

Кино санъати инсон ва у яшаётган муҳитни ҳаракатда, шаклланишда, товуш тасвири экран образларининг ривожда кўрсатади ва талкин этади. Энг муҳими, у тасвирий санъат ёки театрдан фарқли равишда томоша ва томошабин орасидаги маълум масофани йўқка чиқаради. Кино кўраётган томошабин бир жойда ўтирган ҳолда экранда рўй бераётган воқеаларни бир вақтнинг ўзида умумий, ўрта ёки йирик планда кўради. Масалан, катта майдонда тўпланган минглаб одамларнинг ҳаммасини бирданига, айрим қисмларини алоҳида, керак бўлса алоҳида бир одамни, ҳаттоки унинг юзидаги ёки кўзидаги ифодагача аниқ кўриш, унинг кечинмаларини кузатиш имкониятига эга.

Бунга эришиш учун кинематограф жуда катта йўлни босиб ўтди. Воқелик ва унда ҳаракат қилаётган инсон ҳақида томошабинда тўлиқ таассурот ҳосил қилиш учун у гурли суратга олиш усулларини қўллашга ўрганди. Суратга олиш нуктасини, суратга олиш бурчагини ўзгартириш, суратга олиш предмети-га максимал яқинлашиш ёки узоклашиш, айрим деталларга урғу бериш, кадрлар кетма-кетлигини ўз мақсадига мувофиқ уюштириш ва ҳоказолар шулар жумласидандир.

Бадий баркамол, мантиқан муаллиф, яъни режиссер мақсадига, ғоясига, фикрига тўлиқ жавоб берадиган

бўлакларни ёки лавҳа, кадрларни бир-бирига мос равишда улашдан ташкил бўладиган яхлит бирикмага **монтаж** усуллари туфайли эришилади ва фильм пайдо бўлади. Монтаж туфайли кино санъати вақт ва борлиққа эркин, яъни ўзи хоҳлаганича, ўз мақсадига мувофиқ ёндошади.

Кинотасвир ёки кинотомоша тўхтовсиз ҳаракатга айланади. Экранда намойиш этилаётган лавҳалар содир бўлаётган вақт ва манзил нуқтаи назаридан бир-биридан кескин фарқ қилса-да, тадрижий жараён сифатида қабул қилинаверади. Масалан, бошланғич синфда ўқувчиси бир лаҳзада университет дипломини олади. У севгилиси билан Тошкентда хайрлашади-ю, шу заҳоти дунёнинг нариги бурчагида уни кутиб олаётган ажнабийлар даврасига тушади. Ёки ўртоғига дилини ёраётган одам бир зумда у ёки бу эсдалиги туфайли бир неча йил аввалги муҳитга қайтади. Компьютер ўйинларига маҳлиё бўлиб ўтирган ўспирин ўз ҳаёлотини, орзулари туфайли бир неча аср илгарига ёки келажак муҳитида ҳаракат қилади.

Монтаж оддий кинотасвир усулигига эмас, балки фильмдаги образларни қиёмага етказиб яратиш, уларни бир-бири билан қиёслаш, яъни маънавий бирликда ёки тўқнашувда акс эттиришда қудратли воситадир. Томошабиннинг диққатини узлуксиз ушлаб туриш учун турли бўлак ва эпизодлар маълум бир ритм, темпода кетишига ҳам монтаж туфайли эришилади. Экрандаги ҳаракат, сўз, мусиқа, турли шовкинлар, қутилмаган паузалар мутаносиблиги туфайли оддий киноҳикоя ёки драматик ҳолатлардан ниҳоят томошабинни каттиқ ҳаяжонга соладиган чуқур драматургик асар пайдо бўлади.

Кино билан театрни солиштириб кўрайлик. Сахнада ҳаракат қилаётган актёрлар бор бўйи билан кўринади, улар талкин этаётган қаҳрамонларнинг ҳатти-ҳаракати асосан умумий планларда, нари борса томошабин ўзига ёққан актёрни синчиклаб кузатиш учун ундан нигоҳини узмаслигида, яъни уни ўзига умумий сахнавий кўринишда «**йириклаштириб**» кўришида намойиш бўлади.

Кинода эса ўрта ва йирик планлар ёрдамида томошабин актёр истеъдодининг турли қирраларини, унинг юз ва кўз

ифодасини кўриб туради, хис этади. Бундан ташқари, операторнинг маҳорати ва монтаж туфайли актёр яратаётган образ бўрттирилиб, керакли драматик ҳолатларни яққол сезиладиган қилиб кўрсатилади.

Кинонинг бу жиҳати фақат қаҳрамонгагина тааллуқли бўлиб қолмай, экранда намоиш этилаётган ҳамма нарса ёки воқеага, ҳатто табиат манзараларига ҳам алоқадордир. Кадр танлаш, унинг **композицияси, ракурси, турли хил ёритиш услублари, камера ҳаракати ва ҳоказо бадий воситалар** ана шу имкониятни яратади. Ҳатто **ранг** ҳам кинода уни муаллиф фикрига мувофиқ турли услубларда кўрсатилиши билан томошабинда керакли таассурот қолдиради.

Овозли кинода табиатда мавжуд бўлган барча товушлар, қаҳрамоннинг овозидаги сезиб бўлмас даражадаги ҳиссиётларга урғу берилиши сабабли томошабин борлиқни ва унда ҳаракат қилаётган инсонни, турли жараёнларни яққол хис этади, идрок этади.

Мусика кино санъатининг кучли бадий воситаларидан биридир. Қуй қалаётган созанданинг юзидаги ифода, вужудидаги кечинмаларини кўрсатиб туради, ҳатто унинг бармоқлари қўз илғамас ҳаракатлар содир этаётганини йирик планда мириқиб томоша қилиш мумкин.

Экран ортида янграётган мусика эса талқин этилаётган образларнинг ҳаракати, руҳиятига мос равишда, баъзан тесқари жаранглайди. Бу билан керакли драматик таъсирчанликка эришилади. Мусика кинода тасвир билан бир қаторда, фильмнинг фақат ўзига хос **темпи ва ритмини** яратишга хизмат қилади. Лекин, кино санъатининг томирлари барибир тасвирий санъатда, театрда яшайди. Борлиқ ва ҳаракат, инсонлар ва ҳайвонларнинг ҳаракатини қандай қилиб бўлса-да ифодалаш инсоният тарихининг қадимий суратларида акс этган. Антик давр ва ўрта аср рассомлари маълум бир тарихий жараённи, тарихий шахсларни тасвирлашда, албатта, тарихий воқеаларни бир-бири билан чамбарчас боғлиқлигига катта эътибор берганлар. Уларнинг катта масштабдаги суратларини томоша қилиб, худди кино кўргандай бўласиз. Ўрта асрлар тасвирий

санъатида турли бурчаклар остида чизилган лавҳалар, яъни турли фикрлаш асосида талқин қилинаётган объект ёки инсонларнинг муаллиф ғоясига мос равишда катта ёки кичик ҳажмда ёруғ ёки қоронғу фонларда ишланганига дуч келасиз.

Мана шу хусусиятлар кино санъати композициясига жуда яқин. С.Эйзенштейннинг «Потемкин броненосеци» фильмида шундай эпизод бор. «...Ҳозиргина кўз ўнгимизда гавдаланган матрослар кўзғолонида бир-бирини шиддат билан алмаштириб турган кадрлар – киёфаларда офицерларга қарши чиққан матросларнинг эхтирослари йирик планларда шу қадар усталик билан суратга олинганки, биз ўзимизни шу воқеа иштирокчиларидай ҳис этамиз. Шу заҳоти юқори нуктадан берилган манзарада бутун кемада рўй бераётган воқеа акс этади. Ўнлаб матрос ва офицерларнинг қарама-қарши туриш манзаралари тўхтовсиз ҳаракатда берилади... ва дафъатан бошқа лавҳага ўтилади, яъни пастга тушилади.

Кадрда машҳур зинапоёдаги воқеа юзлаб одамларнинг таҳликада зинапоядан пала-партиш пастга интилишлари фонида қора либосдаги аёл ўғлининг қўлидан ушлаб пастга интилаётганини кўрамиз. Сўнг бола ўқ еганлиги туфайли йиқилади. Онанинг аламга, қўрқинчга тўла кўзлари йирик планда намоён этилади...»

Эътибор беринг, режиссер ўқдан йиқилган матросни эмас, ўқ нималигини ҳали билмайдиган болани ва ҳаяжондан ўзини йўқотиб қўйган онани кўрсатапти.

Мана сизга кинонинг асл хусусияти: содир бўлаётган воқеанинг ушбу ўринда даҳшатли воқеани унинг иштирокчилари орқали эмас, балки бегуноҳ бир норасиданинг ўлими билан ифодалашида кўрамиз. Кинонинг қудратли бадиий воситалари, имкониятларини ҳужжатли воқеликнинг ўзи топиб беради. Зинапоядан тушаётган саросимадаги оддий халқ қурбонлари саҳнаси айнан шу саҳна, яъни зинапоё туфайлигина фильмда пайдо бўлган. Тасвирланаётган воқеа-ҳодисанинг сюжетда

гутган мантикий роли, аҳамиятига қараб унинг кўлами, яъни масштаб белгиланади. Ушбу мисол бунинг яққол далилидир.

Дени Дидро айтганидай, театрда, афсус, бир вақтнинг ўзида фақат бир сахнавий кўринишни ифодалаш мумкин. Ҳаётда эса бир вақтнинг ўзида бир неча кўринишлар содир бўлади. Пировардида улар бир-бирини тўлдириб, бизнинг тасаввуримизда ҳаёт ҳақида, ундаги жараёнлар ҳақида театр сахнасидан кўра кўпроқ, тўлароқ из қолдиради.

Л.Толстой, Ф.Достоевскийлар ҳам худди шундай фикрларни билдиришган. Яъни, улар кино санъатининг худди шундай имкониятларини башорат қилганлар, орзу қилганлар. Л.Толстой бадий жихатдан ҳали жуда саёз, овозсиз кино намуналарини кўрганда уни, энг аввало, лавҳаларнинг тез алмашинуви, ҳис-туйғуларнинг бир зумда ўзгариб туриши, инсон кечинмаларининг бир вақтнинг ўзида турли шаклларда ифодаланиши қизиқтирганлигини ёзиб қолдирган.

Шу асосда биз киновнинг адабиёт ва мусикага доир умумий хусусиятлари ва фарқлари ҳақида фикр юритишимиз мумкин. «Томоша қилинадиган адабиёт, томоша қилинадиган мусика» деган атамалар ҳам тарихда худди шу муносабат билан келиб чиққан.

2-§. Хужжатли кино турлари

Бошқа санъат турлари каби кино ҳам услуб ва тасвирий воситалари, кўзланган мақсади ҳамда бу мақсадни амалга ошириш учун қўллаган усуллари туфайли асосий турларга бўлинади.

Булардан биринчиси, **хроникал-хужжатли** фильмлар бўлиб, уларда жамият ҳаётида рўй бераётган сиёсий, маданий воқеалар акс эттирилади. Бу воқеаларни жараён сифатида, маълум бир мақсад ва ғоя асосида бадий умумлаштириш ва шунга яраша **фикрни** ўртага ташлаш, олға суриш билан образли кинопублицистика яратилади.

Кино ҳар қандай жамият ҳаётида рўй бераётган илмий-техник тараққиётнинг фаол тарғиботчиси бўлиб қолмай, бал-

ки илмий ихтироларнинг пайдо бўлиши, исбот килинишида фаол иштирок этади. Шу тариқа **илмий-оммабоп ва илмий-тадқиқот** фильмлар турлари пайдо бўлади.

Кино ижодкорларининг диққат марказида инсон ва унинг кечинмалари, ички дунёси, борлик ва бошқа инсонлар билан муносабати масалалари асосий ўринни эгаллаганда **бадний баркамол ҳужжатли фильмлар** юзага келади. Бундай фильмлар кино санъатининг асосини ташкил этади ва уларда кино тараққиётининг барча ижобий ва салбий хусусиятлари яққол акс этади.

Ҳужжатли фильм ҳаётий фактларга асосланган, содир бўлган воқеалар айнан содир бўлаётганда суратга олинган ёки хроникал материал ва воқеа-ҳодисаларни қайта тиклаш (инсценировка) йўли билан яратилган асар бўлиб, бу типдаги фильмларда асосий мезон муаллиф фантазияси эмас, балки қатъий ҳужжатли воқеликни кўзланган мақсад ва гоя талаблари асосида кўрсата билишдир. Бундай фильмларни суратга олишда албатта бадний воситалар, кино асарини суратга олишда ишлатиладиган турли бадний услублар ва, ниҳоят, қаҳрамонни етук образ даражасига кўтариш, у яшаётган муҳит, даврни тўлақонли гавдалантириш билан боғлиқ бўлган бадний вазифалар амалга оширилиши туфайли **киноочерк** ҳақли равишда ҳужжатли бўлиб қолиши билан бир қаторда, **бадний** асар ҳам ҳисобланади. М. Қаюмовнинг «Санъатга бахшида умр», «Олтин тўй», «Самарканд доим мен билан» фильмларини бунга мисол сифатида келтирса бўлади.

3-§. Ҳужжатли фильмларнинг яратилиш жараёни ва тасвирга олиш техникаси

1. Сценарий. Ҳар бир кино ишлаб чиқарувчи студия ўзининг мавзулар режасига мувофиқ иш олиб боради. Мавзуларни эса биринчи планга, энг аввало, вақт ва жамият тараққиёти босқичлари олдинга суради. Ҳар бир даврнинг энг долзарб муаммолари ва ҳар бир даврда жамият олдида турган долзарб вазифаларни ҳал қилувчи инсон фаолияти мавзулар

режасиннинг асосини ташкил этади. Студияда ижод қилаётган кино арбоблари, ёзувчи, драматург, журналист, қолаверса кино яратиш иштиёкида мурожаат қилган ҳар қандай касб эгаларидан тушган таклифлардан, студия муҳаррири ва режиссёрлари иштирокида сценарийлар тўплами тайёрланади ва белгиланган тартибда ишга туширилади.

2. Тайёргарлик босқичи. Мазкур босқичда фильмнинг жанри, ҳажми, суратга олиш жараёнининг қисқа-узунлиги оддий ёки мураккаблиги, ишга жалб этиладиган техник воситалар ва энг муҳими, фильм қаҳрамони ёки қаҳрамонларнинг экран образини яратиш билан боғлиқ бўлган ижодий жараён ҳисобга олиниб, кинооператор иштирокида режиссер сценарийси ишлаб чиқилади. Унда суратга олинаётган объект, лавҳанинг метражи, съёмка вақти ва усуллари, уларни амалга ошириш учун керак бўладиган техник воситалар, овозсиз ёки овозли бўлақлар алоҳида белгиланади. Керакли изохлар, эслатмалар, комментарийлар берилади. Режиссер сценарийси асосида сарф-харажатлар сметаси тузилади.

3. Суратга олиш босқичи. Бу босқичда режиссёр, муаллиф, кинооператорлар қаторида овоз оператори, мусаввир, бастакор, муҳаррир, фильм директори ва бошқа қўплаб касб эгалари иштирок этади. Улар фильм қаҳрамони ёки қаҳрамонлари билан кундалик, узлуксиз тайёргарлик ва суратга олиш ишларини амалга оширишади.

4. Монтаж. Бу босқични фильмнинг иккинчи тугилиш жараёни дейиш мумкин. Аслида суратга олиш пайтидаёқ монтаж усуллари қўлланиши якуний монтаж жараёнига катта ёрдам беради. Муаллифлар олға сураётган фикр, ғоянинг томошабинга нечоғлиқ яққол етиб бориши айнан монтаж билан чамбарчас боғлиқ. Чунки, монтаж кадрларни оддийгина бир-бирига улаш эмас, балки мантиқан улашдир. Кадр ёки лавҳаларнинг кетма-кетлиги, қисқа-узунлиги, такрорийлиги, баъзан чўрт кесилиши, қандай сўзлар ёки товушлар фонида кетиши ва ҳоказо усуллар монтажнинг асосини, яъни томошабинга фикрни лўнда ва таъсирчан етказиш асосини, фильм

кахрамонининг хатти-ҳаракатлари, кечинмаларини бадний образ даражасида талкин қилиш асосини ташкил этади.

5. Овозлаштириш.

Суратга олиш жараёнида ёзилган синхрон бўлақлар, товушлар, сухандон тексти, танланган мусиқа ва товушларни монтаждан чиққан вариантга мос равишда бир магнит пленкасида монтаж қилиш ва фильмни бир пленкага ўтказиб босишга тайёрлаш.

Фильмни босмадан чиқариш ва нусха кўпайтириш.

Фильмни намоиш этиш, яъни томошабинга етказиш.

4-§. Тасвирга олиш техникаси

Юқоридаги мисоллар ушбу бўлимнинг назарий қисмида таъриф этилган асосий фикр, яъни оммавий ахборот воситаларининг ажралмас қисми бўлмиш кино, видеопублицистика соҳасида ишлайдиган ижодкор касби тақозосига кўра ҳар қандай санъат асари муаллиф олдида қўйиладиган асосий талаб – ҳаётни образли тасвирлаш, ғояни, фикрни образли воситалар билан ифода қилишдан ташқари, синтетик санъат ҳисобланмиш кино ёки телевизион асарда суратга олишнинг ўзига хос техникасини мукаммал билиши ва амалда қўллай олиши лозимлигини тасдиқлайди.

Кадр қўйиш, мизан-сцена белгилаш, композицияда янгилишмаслик, синхрондан тўғри фойдаланиш, монтаж ҳақида объектни суратга олиб бўлгандан кейин эмас, балки съемкадан олдин ўйлаш ва бошқа кўплаб, бир қараганда **техник вазифа**, аслида эса қатта **ижодий вазифа** бўлмиш суратга олиш техникасининг бор имкониятларидан тўлиқ фойдалана билиш, ҳар бир кинотелепублицистнинг экранда ҳақиқий санъат асари яратишига, ўз фикрини томошабинга лўнда ва образли қилиб етказишига қafilдир.

Суратга олишда фотокамера; кинокамера; телекамера; объективлар; пленка ва химикатлар; овоз ёзиш ускуналари; штативлар; ёритиш ускуналари ва штативлар ҳаракатда суратга олиш учун ишлатиладиган рельс-тележкалар; юқори нуктадан

суратга олиш учун кранлар, учув аппаратлари, космик суратга олиш учун махсус техникалар, сувости суратга олиш бокс камералари; кинотрюклар ва комбинациялашган мураккаб кадрларни суратга олиш мосламалари; овоз ёзиш пультаари; негативдан позитивга кўчириш, нусха кўпайтириш техник воситалари; экран мосламалари; овозкучайтиргич динамиклар; кинокурсаатгич проекторлари; 8 мм, 16 мм, 35 мм, 65 мм ли, оддий экранли, кенг экранли, стереофоник товушли, кўп экранли, панорамали киноформатлари ишлатилган. Ҳозирда улар каторига ракамли технологиялар ҳам келиб кўшилди.

Фотография, кино ва телевидениеда суратга олиш техникаси деганда биз, энг аввало, бу жараёнда ишлатиладиган техник воситаларни эмас, балки асар гоёсини тўлақонли очиб беришда ана шу воситаларнинг техник имкониятларидан усталик билан фойдалана билнш масаласини тушунишимиз керак. Бу жараён *кадр кўйиш*, мизан-сцена ва композицияни, кадр ва парчаларнинг узун-қисқалиги ва кетма-кетлик тартибини аввалдан белгилаб олишдан бошланади. Умумий, ўрта ва йирик планлар масштаби ва ўзаро мутаносиблигига турли объективлардан тўғри фойдаланиш билан эришилади. Худди шундай тарзда овоз ёзиш ва ёритиш ускуналаридан мохирона фойдаланиш лозим. Суратга олиш амалга ошириладиган жой-натура ёки павильон имкониятлари ҳам аввалдан ҳисобга олинади.

Суратга олинаётган объект, воқеа ва, ниҳоят, қаҳрамоннинг хатти-ҳаракати, унинг ички кечинмаларини қай тарзда акс эттириш асардан кўзланган мақсад, яъни гоёга, фикрга мос равишда амалга оширилади.

Ҳозирги даврда кино ва видеода суратга олиш техникаси ва технологияларида жуда катта ўзгаришлар кузатилмоқда. Негатив пленкага суратга олиниб, позитив пленкага ўтказиладиган технология ўрнини ракамли технологиялар тобора кўпроқ эгалламоқда. Ракамли видеокамералар ва бошқа техник воситалар ёрдамида суратга олиш тезкорлик, ёруғлик ва овоз ёзиш воситаларида қулайроқ фойдаланиш, электрон мон-

гаж ва хоказо афзалликлари туфайли бекиёс оммавийликка эришмоқда.

Бундан ташкари, киноплёнкадан рақамли ахборот ташувчи технологияга ўтиш ва аксинча, имкониятлар иккала услуб учун ҳам кенг қулайликлар яратмоқда. Фақат маҳсулот сифати хусусида мунозаралар ва шу туфайли ижодий-техник изланишлар давом этмоқда. Иккала технология ҳам зинҳор бири-бирини инкор этмаслигини ҳисобга олсак, кино ва ТВни бир технологияга ўтказиш масаласи ҳали кўп йиллар шу зайл давом этади ва ҳеч қандай узил-кесил натижага олиб келмаслиги ҳам мумкин. Эски ақидани яна бир эслаш кифоя: кино пайдо бўлди – театр ўлмади, ТВ пайдо бўлди – кино ўлмади. Чунки электрон китоблар каби электрон кино ҳам кўпайиши мумкин, лекин китоб каби инсон қўлидан ўгадиган плёнка, назаримизда, ҳеч қачон йўқолмайди.

2-БОБ. ЗАМОНАВИЙ ОАВ ТИЗИМИДА ХУЖАТЛИ КИНОНИНГ ЎРНИ

1-§. Кино ва телевидение муносабатлари

Ҳозирги замон телевидениесини видеофильмсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Бу ҳақда сўз юритганда, энг аввало, кино ва телевидениенинг ўзаро муносабатларига эътибор беришимиз керак.

Маълумки, кино тарихи бир неча босқичдан иборатдир. Авваламбор, у техник кашфиёт сифатида юзага келди. Сўнг кўнгилочар томоша – киноаттракционга айланди. Бир қараганда, ТВ ҳам худди шундай йўлни босиб ўтиши лозимдай кўринади, босиб ўтди ҳам. Кино илм ва техник тараккиётнинг меваси сифатида дунёга келди. XIX асрнинг иккинчи ярмида фотографияни «тирилтириш», яъни ҳаракатлантириш йўллари дунёнинг деярли барча тараккий қилган мамлакатларида излашган.

ТВ ҳам илмий-техник тараккиётнинг натижаси сифатида юзага келди. Радиотехника ва электроникада эришилган улкан

ютуклар туфайли энди тасвир нафақат жонланди ва овозланди, балки бир сонияда миллионлаб тиражда чексиз масофаларга узатила бошлади.

Фақат ТВ кинога нисбатан жуда катта суръатлар билан ривожланди. Тасаввур килинг, ўтган аср ўрталарида атиги 9х12 см ва ок-кора бўлган экран тез орада рангли ва ўнлаб баравар катта ҳажмларга эришди.

Лекин, биринчи боскичда телелавҳаларда тиниклик, ёруғлик, ранглилик диапазонлари кинодагига қараганда бирмунча паст бўлди. Биринчи телекўрсатувлар ҳам кино каби шунчаки аттракцион, уйда кўрадиган кино, экранли радио сифатида қабул қилинарди.

Шундай қилиб, ТВ ҳам илмий-техник тараққиёт маҳсули сифатида пайдо бўлди ва кино босиб ўтган йўлларни такрорлади. Фақат жуда қисқа муддатларда такрорлади. «Кинонинг укаси» мақомидан тез орада кинонинг тенг ҳуқуқли оғаси мақомига эришди. Баъзи жиҳатлари билан эса кинодан ўзиб ҳам кетди. Шу туфайли бўлса керак, ТВ — кинонинг келажаги деган фикрлар ҳам пайдо бўлди. Лекин бугунги кунда ТВ ҳам, кино ҳам баб-баравар ўз соҳаларида фаолият кўрсатишмоқда. Кино пайдо бўлганда энди театр ўлди, деган хулосалар қилинганини эсланг.

Лекин вақт ҳамма нарсани ўз ўрнига қўяди. Бугунги кунда кино ҳам, ТВ ҳам муштарак хусусиятларга эга бўлган санъат турлари сифатида эътироф этилади. Бунинг энг яққол исботи телевизион видеофильмлардир.

М.Роммнинг бир фикрини эслайлик: «Микроскоп ва телескоп аслида бир хил асбобдир. Унисиям, бунисиям бир хил принцилда, яъни кузатилаётган борлиқни катталаштириб кўрсатадиган манзаралардан иборатдир. Лекин бир томчи сувдаги ҳаётни кузатиш билан ернинг сунъий йўлдошини кузатиш ўртасида катта фарқ бор. Қанчалик ғайритабиий туюлмасин, бизнинг касб ҳар иккала асбобдан баравар фойдалана билишни талаб қилади: ҳаётнинг энг майда-чуйда тафсилотларини кузата билиш билан бир каторда, борлиқ ва вақтнинг улкан

силжишларини, замонни, мамлакатни, халкни бирваракайига камраб олиб кўра билишни талаб қилади». Бу фикр бевосита ТВ га ҳам тегишли эканлиги билан чуқур аҳамиятга эгадир.

2-§. Дунё ҳужжатли киноси тарихи. Роман Кармен ижодига назар

Бутун дунё антифашистлари курашининг тимсоли даражасига кўтарилган кинопублицист Роман Кармендир. Фотограф, кинооператор, кинорежиссер, журналист, ёзувчи Роман Кармен ниҳоятда фаол ва мақсад сари интилишда тенги йўқ кинопублицист сифатида дунёга танилган инсон эди.

Дзига Вертовни ҳужжатли кинопинг асосчиси десак, Р.Кармен сиёсий кинопублицистиканинг отасидир. У нафақат ўз юртининг киносолномачиси, балки халқаро сиёсий жараёнларнинг теран таҳлилчиси сифатида шуҳрат қозонган.

Ўтган асрнинг 20-йилларида ўз фаолиятини бошлаган Р.Кармен Испания, Хитой, Вьетнам, Ҳиндистон, Бирма, Индонезия, Латин Америкаси мамлакатлари, ҳуллас, Ер шарининг турли нуқталарида кечган сиёсий, инқилобий жараёнларни, зулм ва исёнларни, қонли урушларни тинимсиз суратга олди, ўнлаб, юзлаб қатта-кичик фильмлар яратди.

Инсон озодлиги, унинг бахт-саодати, боқий бўлиши кераклиги, зулм ва геноцид эса, албатта қучли зарбага дуч келиб емирилиши ҳақида ўзининг дунё киноси тарихига қирган эҳтиросли фильмлари билан тинимсиз жар солди.

Унинг биргина «Номалум уруш» киноэпопеясига тўхтайлик. 20 та тўла метражли фильмлардан иборат бу сериал Америка Қўшма Штатлари киночилари билан ҳамкорликда яратилган. Америкалик машҳур киноактер Берт Ланкастер бошловчилик қилган. Бу фильм устида яна ўнлаб америкалик киночилар, турли касб эгалари ишлашган.

Фильм урушда суратга олинган миллионлаб метр хроникал-ҳужжатли фотокиноматериаллар асосида яратилган. Фильмнинг бош режиссери ва бадий раҳбари Р. Кармен

америкалик ҳамкасбларининг урун ҳақидаги фикрлари, ҳулосалари турлича бўлишига карамай, ўзининг ҳақлигини тарихий ҳужжатлар билан исботлаган, сабр ва чидам билан уларни ўзининг ҳамфикр сафдошларига айлантирган.

Америкада ва Ғарбда «Номаълум уруш» номи билан намойиш этилган фильм улкан муваффақият қозонган. Америкалик ва европаликларнинг бу уруш ҳақида йиллар мобайнида шаклланган карашларини ўзгартириб қўрган.

Р.Кармен вафотидан сўнг уни эслаб, Берт Ланкастер шундай ёзади: «Баъзан шундай ҳолатлар юз берардики, келишувнинг мутлақо иложи йўқдек туюларди. Лекин баҳслар ўта драматик тус олганда ҳам мен бир нарсани ёддан чиқармасдим: Карменни у ёки бу ечимга, изохга ундаётган нақадар юксак ишонч туйғуси – унинг ҳаётни севиши, камдан-кам учрайдиган инсонпарварлиги билан бир каторда, ҳар қандай урушга, золимликка, фашизмга бўлган чексиз нафрат туйғуси эди.

Бизни бирлаштириб турган ана шу туйғу охир-оқибат бизнинг баҳсларимиздан, келишмовчиликларимиздан устун чиқарди». Бу фильм бутун ер юзида кинотомошибилар учун кашфиёт бўлди: урушнинг номаълум тафсилотларини ёритди, кўпгина чалқаш масалаларга аниқлик киритди. Берт Ланкастер шундай дейди: «Мен бу фильм яратилишида иштирок этганимни ўзим учун шараф деб биламан, балки бу ҳаётимда амалга оширган энг муҳим ишимдир».

Р.Кармен бу улкан эпопеяда киносанъатнинг барча имкониятларини ишга солди. Тарихий хроникал материал билан ишлаш, уни бир неча миллион метрлаб синчиклаб кўриб чиқиш, заргардай мисқоллаб танлаш, одамларга етказмокчи бўлган ғояни, фикрни ифодалашга йўналтирилган монтаж ва композицияда беришга эришди. Кўплаб қаҳрамонлар билан интервьюларда синхрон съемкани мохирона қўллади. Хуллас, суратга олиш техникасининг барча усулларида унумли фойдаланди. Натижада жуда катта ҳажмдаги киноэпопея томошабинлар кўз узмай, диққат билан, хаяжонланиб кўрадиган ҳақиқий санъат асарига айланди.

3-§. Хужжатли кинода монтажнинг ўрни ва аҳамияти

С.Эйзенштейн кино назариясини бир бино сифатида тасаввур қилиб, унинг схемасини қуйидагича қизади: «Фундамент – диалектика услуби; пойдевор – инсон ва унинг кечинмалари; бино ичи устунлари – «пафос», «кулгили ёки қайгули ҳолатлар, мизан-саҳна», «мизан-кадр» ва ҳ.к. Бу устунлар орасида «образ», бино уч қиррали том билан ёпилган. Уч қирра ёки тарафлар – «хиссиёт, фикр», «социология», «техник восита». Учбурчак ўртасида «санъат фалсафаси» жойлаштирилган. Бинога олиб қирадиган эшик – «монтаж», бино томидаги байроқча – «кино услуби»дир.

«Инсон табиати, энг аввало, **бефарқ бўлмаган** табиатдир, – дейди С. Эйзенштейн. – Ўзи қайта яратаётган борлиққа бефарқ бўлмаган, лекин ўта хиссиётли ва фаол, яратувчанлик муносабатида бўладиган табиатдир».

Дзига Вертов, Л.Кулешов, В.Пудовкин, А.Довженко ва ўз фильмлари тажрибаларини умумлаштириб, С. Эйзенштейн фильм яратишда монтажнинг ўрни масаласида шундай фикрга келади. Оддийгина монтаж усуллари тез орада ортида қолди. Лекин унинг асосий хусусияти кадрларни бир-бирига улаш, тўқнаштириш йўли билан эффект (томошабин диққатини бирор фактга ёки ҳолатга дафъатан тортиш) яратувчи восита эмас, балки, энг аввало, томошабин билан сўзлашув, фикр-ни ифодалаш, уни кинематографнинг алоҳида, факат ўзига хос тили билан ифодалаш воситаси эканлиги қашф қилинди. Бу йўлда монтаж воситасида «эпизод образи», «воқеа образи», «фильм образи», «яратиш», яъни замонавий етук фильмда қаҳрамон образи, халқ образи билан бир қаторда иштирок этувчи «фильмнинг монтажли образли» тушунчаси пайдо бўлди ва ҳар қандай кино асарининг ажралмас, тенгхуқуқли тасвирий воситаси сифатида шаклланди.

Монтаж фильмнинг гоявий концепциясини яратишда барча тасвирий воситаларни, кино тилининг ўзига хос хусусиятларини асосий мақсад – фикрни ифодалаш вазифасига

йўналтирувчи, уларнинг ички органик бирлигини таъминловчи кудратли воситага айланди.

Кинода фикрни ифодалаш узундан-узок хулосалар билан эмас, балки кадр ва композицион йўллар (шахмат фигуралари йўлларини эсланг) воситасида амалга оширилади. Муаллиф бевосита ўз кўли остидаги воситалар ва материаллар билан фикрлайди. Фикр бевосита ҳаракатга, формула билан эмас, форма (шакл) билан ифодаланадиган ҳаракатга айланади.

Кино тилининг ажойиб хусусиятларидан бири, унинг фикрлаш, идрок этиш жараёнларини ўзига хос тил шакли билан ифодалашдир. Бу ўринда ҳам монтажнинг аҳамияти бекиёсдир. У кинотомошабинга таъсир ўтказиш у ёки бу лавҳаларни оддийгина кўрсатиш йўли билан эмас, балки бу лавҳаларни маълум бир ўзаро тартибда, бўлакларнинг бир-бири билан алмашувининг, олдинма-кейинлигининг конструктив мутаносиблигини таъминлаш билан амалга оширилади.

Монтаж — кинематографик материални уюштириш, аниқроғи эпизодларни, бўлакларни асосий ғояни, қаҳрамон образини тўлақонли акс эттиришга хизмат қилувчи тартибда, уйғунликда бир-бири билан улаш воситасида фақат ўзига хос темп ва ритмга эга бўлган яхлит фильм яратишдир.

Хуллас, Аристотелнинг: «Бутун (яхлит) нарсанинг, воқеанинг ўз қисми (парчаси) билан бир бутунлиги бадий асарнинг энг муҳим тузилмаси, хусусиятидир», деган фикри аслида кинода **монтаж** дегани, десак янглишмаган бўламиз.

3-БОБ. ЎЗБЕК ҲУЖАТЛИ КИНОСИ: КЕЧА ВА БУГУН

1-§. Ўзбек ҳужжатли киноси тарихи

Кино тарихига назар ташлар эканмиз, унинг ер юзида қанчалик тез тарқалгандан ҳайратга тушамиз. XIX аср охирида мавжуд бўлган транспорт воситаларини уларнинг ўзига яраша тезлигини, энг муҳими, бу транспорт воситаларининг чегараланган географиясини эслаш кифоя. Ака-ука Люмьерларнинг 1895 йилги биринчи кино тақдимотидан атиги 5–6 йил

Ўтиб, ўша пайтда жуда узоқ ўлкалардан ҳисобланган Туркистонда фильмлар намоиши бошланиши, айниқса бу ўлкадан чиққан биринчи кинооператорнинг номини бугунги кунда дунё кинематографчиларининг пионерлари каторида санашимиз мумкинлиги кино тарихида ўта камёб ҳодисалардандир. Ўзбек киноси тарихи Худойберган Девоновдан, тўғрироғи, унинг XX аср бошидаги илк кинолавҳаларидан бошланади. Энг муҳими, унинг ижоди ўша даврда Туркистонга келиб кетган чет эллик киночилар суратга олган лавҳалардан тубдан фарк қилади. Сайёҳ киночилар кўпроқ экзотикага эътибор берган бўлсалар, юртдошимиз ўзи яшаб турган юрт ҳаётини, оддий халқнинг ҳаёт тарзини, унинг яратувчанлик фаолиятини тасвирлаган.

XIX аср охирида Туркистонга сургун килинган бир гуруҳ немислар Хоразмда истиқомат қилади. Улар, албатта, саводли, ўз даврининг илғор одамлари бўлгани туфайли, фото ва кинога ҳам қизиққанлар, аппаратлари бўлган. Ўспирин Х. Девонов улар билан мулоқотда бўлган, тилини ўрганган. Бу нарсага уни уларнинг қўлидаги ғалати аппаратлар ундаган.

Х. Девонов тез орада нафакат Туркистонда, балки бугунги Марказий Осиё ҳудудида маҳаллий миллий вакилларидан биринчи фотограф ва кинооператорга айланади.

У ўша давр Хоразм ҳукмдори Феруз саройида хизмат қилади. Феруз Соний ўзи санъатни яхши кўргани, яхши шоир бўлгани туфайли Х. Девонов бошлаган янги ижодий фаолиятнинг жамият учун, айниқса, тарих учун қанчалик қимматли аҳамиятга эга эканлигини яхши тушунади ва унга барча керакли шароитни яратиб беришга ҳаракат қилади. Бугунги кунда Худойберган Девонов суратга олган фото ва кинотасмаларда ўша давр Хоразмда истиқомат қилган оддий халқ ҳаётини, унинг оғир меҳнатини, ўзига хос турмуш тарзини, касб-корини томоша қиласиз. Жувоз ҳайдаётган, канал қазийётган одамларни, уй ишлари билан банд аёлларни кўрасиз. Канал қазийётган юзлаб одамларни суратга олиш услубига қойил қоласиз. Гап шундаки, Х. Девонов нафакат

улкан меҳнат майдонини, юзлаб одамларни табиий, том маънода ҳужжатли асосда (инсценировка эмас) суратга туширган, балки ўша даврнинг примитив (ўта оддий) кинокамерасининг чекланган имкониятларидан тўла фойдаланган. Умумий, ўрта, йирик планлар, уларнинг ўзаро ҳозирги тил билан айтганда, монтажли суратга олиниши диккатга сазовордир. Юриб кетаётган аравадан камера билан панорама усулида суратга олиш эса Х. Девоновнинг ҳақиқий маҳоратини кўрсатади ва бу лавҳани ҳақли равишда ўша давр дунё киносида шу тахлитда олинган дастлабки лавҳалар каторига қўшсак хато қилмаймиз.

2-§. Ўзбек ҳужжатли киноси эволюцияси

Дунё киноархивларида XX аср бошларида Туркистонда бўлган чет эллик киночилар томонидан суратга олинган лавҳалар талайгина. Улар асосан саёҳат билан боғлиқ бўлиб, ўлканинг табиатини, архитектура ёдгорликларини, этнографик характерга эга бўлган экспонатларни, ҳунармандларни, бозорларни акс эттирган. 1920–1930-йилларга келиб россиялик киночилар ва уларнинг шу ерлик ҳамкасблари, ёрдамчилари томонидан биринчи ҳужжатли фильмлар яратила бошланди. Жамият ҳаётида рўй бераётган воқеалар, янги қурилишлар, хотин-қизлар озодлиги учун кураш, индустриализация, колхозлаштириш ва ҳоказо фильмларнинг номинигина эслаш кифоя. «Бўзсув гидростанцияси», «1 май байрами», «Ишлаб чиқаришда физкультура», пионерлар ҳаётидан лавҳалар ва ҳоказо. 30-йилларга келиб миллий кинооператорлар, сценарийчилар ва режиссерлар шаклланади. Н.Гасилов, С.Дунаев, К.Аликов, М.Ковнат, Н.Ғаниев, Й.Аъзамов, М.Қаюмов, А.Саидов, Ҳ.Сулаймоновлар шулар жумласидандир.

Ўзбек ҳужжатли киносининг ривожланишига энг катта ҳисса қўшган санъаткор **Малик Қаюмов**дир. У Москвадаги Марказий ҳужжатли фильмлар киностудиясининг кинооператор-мухбири сифатида Ўрта Осиё республикаларида ҳужжатли кино ривожига салмоқли ҳисса қўшган. Дунёга машҳур кино-

режиссер Роман Кармен: «Мен учун ўзбек ҳужжатли киноси – Малик Қаюмовдир», деб бежиз айтмаган, албатта. Вакти келиб М. Қаюмов ҳам дунёга машҳур киноҳужжатчига айланди. Ўнлаб атоқли шогирдлар етиштирди.

Малик Қаюмовни Ўзбекистоннинг киносолномачиси дейиш мумкин. Чунки ўша даврда мамлакатда рўй берган бирон-бир катта сиёсий воқеа ёки жараёнлар, канал казишдан бошлаб замонавий заводлар қурилишигача, хотин-қизлар эркинлиги – паранжи ташлашдан бошлаб, янгидан кад ростлаётган қўхна тарихимизнинг ноёб обидаларида олиб борилаётган ишларгача ҳеч бир воқеа-ҳодиса, бир сўз билан айтганда, халқимиз гурмушида рўй бераётган янгиликлар унинг назаридан четда қолмаган. Унинг «Тошкент текстиль комбинати» фильми 1938 йилдаёқ Нью-Йоркдаги Бутунжаҳон кўргазмасининг «Олтин медали»га сазовор бўлган. «Катта Фарғона канали қурилиши» фильми эса Иттифок микёсида машҳур бўлиб кетган.

Шунинг учун бўлса керак, М. Қаюмовнинг Иккинчи жаҳон уруши лавҳаларини суратга олиш учун бутун СССРдан танланган 246 та ҳарбий кинооператорлар сафига қўшилиши табиий ҳол эди. Кинокамера билан уруш майдонларида кетаётган жангларни суратга олиш, солдат ва офицерларнинг қаҳрамонона шижоати ва оғир меҳнатини акс эттириш унга nasib эди. Фронтда ярадор бўлди. Лекин кинокамерани қўлидан қўймади. Ўз касбига содиқлигини у Ўзбекистонда, умуман собиқ Иттифокда фаолият юритган ҳужжатли кино усталари Р.Кармен, Б. Небилицкий, М.Ковнатлардан ўрганган эди. Урушдан қайтгач, М.Қаюмов Ўзбекистон илмий-оммабоп ва ҳужжатли фильмлар студиясида яна ўз фаолиятини давом эттиради.

Ўнлаб халқаро ва бутуниттифок кинофестивалларнинг олтин ва кумуш совринларига, Халқ артисти, Социалистик Меҳнат Қаҳрамони унвонларига сазовор бўлган бу улуг санъаткорнинг миллатимиз, юртимиз равнақи йўлида қилган меҳнатлари ғоят катта. Унга катта шуҳрат келтирган фильмларидан айримларини эслаб ўтиш мумкин: «Инсониятнинг беш қўли», «Баҳордан баҳоргача», «Ўзбекистонимизга келинг»,

«Вьетнам – менинг мамлакатим». «Афғонистон, инкилоб давом этади», «Зангори олов кишилари», «Самарканд доим мен билан», «Шарқда шонли шаҳар бор» (Тошкент шаҳри ҳақида), «Паранжи», «13 қалдирғоч», «Аския» ва ҳоказо.

М.Каюмовнинг режиссёр, операторлик маҳоратидан икитагина мисол. Киска метражли (атиги 8 дақиқали) «Паранжи» фильмида бир лавҳа бор. Унда хотин-қизларнинг навбатдаги митингдан сўнг бошларидаги паранжиларини ловуллаб ёнаётган оловга улоктираётгани тасвирланган. Усиз ҳам хаяжонга, шижоатга тўла кадрлар каторида муаллиф биргина кадрга диққатингизни тортади: паранжисини ҳозиргина ташлаган аёл кўзларида саросима, нафрат. Анча ёшга етган онахон юзини, кўзларини қўли билан тўсмокчи. Трибунада зўр бериб қарсак чалаётган амалдорларданми, ўзиданми нафратланаётганини билиб бўлмайди. Лекин томошабиннинг бир нарсасига ишончи қомил: у бу ишни ўз хоҳишича эмас, балки саросимада қилди. Энди кўзларида пушаймон қолди. Кадр узок ушланади. Кадр ортида шиддатли, янги замон кудратини, унинг улкан одимларини ифодалайдиган мусика янграпти. Аёл эса саросимада. Муаллифнинг маҳорати – томошабиннинг диққатини ана шу лаҳзага, инсоннинг бирдан юзига қалққан ички кечинмаларига тортгани. Бунинг устига, кинотасмадаги аёл руҳиятига мутлақо тесқари, тезкор мусика қўлланилади.

Томошабин онахоннинг нафрати, аянчли ахволини кузатаркан, беҳосдан ўт кетса ҳўлу курук барабар ёнади, деган ҳаёлга чўмади. Дарҳақиқат, паранжига қарши қураш, тарихдан биламизки, осон кечган эмас. Кўплар мажбур ҳам қилинган. Муаллиф замон талабига кўра бу ҳолни четлаб ўтмайди, балки унга сизнинг диққатингизни тортади. Ҳаёт ҳақиқатидан чинакам санъатга дахлдор образ яратади.

Иккинчи фильм ҳам қисқагина – «Аския» деб аталади. Аскиянинг нималиги ҳақидаги қиска изоҳдан сўнг Фарғона водийсидаги сўлим боғлардан бирида ўтаётган воқеа тўлиқ синхрон равишда намойиш этилади. Фильм ўзбек тилида бўлишига қарамай, ҳар қандай миллат вакилини икки-

уч дакикадан сўнг ўзига ром этади. У пайровни, ўзбекчани тушунмаса-да, мирикиб гапираётган, қотиб кулаётган одамлар юзидаги кувончдан, чуқур самимиятдан хурсанд бўлиб кулади. Кулгилар, қиёфалар ранг-баранглиги, ўзи айтиб ўзи куладиган аскиячилар ва юзлаб томошабинларнинг баланд эхтиросда бир тану бир жон бўлиб кетганлиги уни хайратга солади. Камеранинг объективидан кўзларини узиб, кўлларини кўкка кўтариб карсак чалаётган, ках-каха ураётган муаллифнинг ўзи-чи...

Одатда, мусика ва раксни, тасвирий санъат ва хайкал-тарошликни таржимасиз тушуниладиган санъатлар дейилади. Авваламбор, ноёб аския санъатининг нақадар ўткир, нозик, эхтиросли, кўп маъноли жихатлари эътиборга олинса ва уни шунга яраша маҳорат билан кинога туширилса, ҳар қандай миллат вакилини ҳам кадрдаги одамлар кайфияти ўзига эргаштиради, кулдиради, хурсанд қилади. «Аския» фильми ҳам кўплаб халқаро кинофестивалларда таржимасиз кўйилганида худди шундай бўлган. Шу сабаб ўнлаб Халқаро мукофотларга сазовор бўлган.

Ўзбекистон кинотелепублицистикасининг янги даври мамлакатимиз мустақиллиги билан чамбарчас боғлиқдир.

Дунёда нуфузи жихатидан иккинчи империя ҳисобланган собиқ Иттифокнинг тарихан, табиий сабабларга кўра нураши, унинг таркибига кирган республикаларнинг мустақилликни қўлга киритиш жараёни осон кечмаганлиги маълум.

Ўзбекистон собиқ Иттифокда биринчилардан бўлиб мустақилликка эришди. Биринчи бўлиб ўз Президентини сайлади. Алғов-далғов, кескин сиёсий, иқтисодий, маънавий курашлар кечаётган бир пайтда мустақиллик ғояларини, айниқса, инсон руҳияти билан боғлиқ маънавий дунёкарашни шакллантиришда оммавий ахборот воситаларининг, шу жумладан кинотелепублицистиканинг аҳамияти рўй-рост аён бўлди. Янги давр, инсонлар дунёкарашидаги, онгидаги, руҳидаги ўзгаришларни кўрсатиб берадиган публицистик фильмлар яратила бошлади. Мустақилликни ушлаб қолиш,

уни мустаҳкамлаш, химоя қилиш, садокат кўрсатиш кераклиги, бирданига бошга тушган юзлаб иктисодий муаммоларни ҳал этиш лозимлиги биринчи даражали вазифага айланди. Бу улкан вазифаларни амалга оширишда кинотелепублицистиканинг, ҳужжатли кинонинг аҳамияти ошди. Унинг янги даврда ривожланиши учун мамлакатда керакли шартлар яратилди. Бу борада мустақилликнинг биринчи беш йиллиги мобайнида Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан қабул қилинган иккита қарор муҳим аҳамиятга эга бўлди. Бу ҳужжатларда кино санъатини, шу жумладан, ҳужжатли кинони, кинопублицистикани янги давр талаблари, эҳтиёжлари асосида ривожлантириш, моддий техник базасини мустаҳкамлаш чора-тадбирлари белгилаб берилди.

Шу аснода Ўзбекистон Республикасининг мустақилликка босиб ўтган йўлини, айниқса, саксонинчи йилларда рўй берган «ўзбеклар иши», «пахта иши» каби шўролар тизимининг қабих сиёсати ва бу сиёсатнинг қурбонлари бўлмиш минглаб юртдошларимизнинг аянчли тақдири ҳақида янги фильмлар пайдо бўла бошлади. 1996 йили «Ўзбекистон мустақиллик йўлида» туркуми юзага келди.

Бир сўз билан айтганда, истиклол даврида ўзбек ҳужжатли киноси бир қадар янги поғонага кўтарилди. Миллий урф-одат, қадриятлар акс этган, тарихий шаҳарлар ва шахслар билан боғлиқ бўлган миллий ғоя ўз ифодасини топган асарлар яратилди.

Хужжатли фильм учун намуна:

АҚЛ ЧИРОҒИ

(Китоб ҳақидаги хужжатли фильмнинг адабий сценарийси, 13 дақиқа)

1-қисм. ТАРИХ

Титрда: Китоб – илм сандиғи

Диктор кадр ортидан:

(Тошкентнинг гавжум жойларидаги китоб дўконлари панорамаси. Одамлар китобларни кўриши, муҳокама қилиши, сотиб олиши. Кадрга албатта китоб қўлида бўлган бир ёш йигит тушиши керак, чунки фильм ёшларга мўлжалланган.)

Инсоннинг энг яқин дўсти ким? Чарчаган дамларда у кимга мурожаат қилади? Бўш вақти бўлганда у нимани қўлга олади? Юрак сирларини кимга ишонади? Албатта, китобга.

Титрда: Иккинчи мингйиллик одами

Диктор кадр ортидан:
(Қадимий Майнц ва Иоганн Гутенбергнинг расмлари).

Иккинчи мингйиллик одами деб мутахассислар китоб ихтироچиси, Германиянинг Майнц шаҳрида туғилган Иоганн Гутенбергни танлаган.

Титрда: Босма китоб туғилиши

Диктор кадр ортидан:
(Юқори босма усулидаги қадимий матрицалар, шрифтлар, ускуналар расмлари. Европадаги қадимги босмахоналар. Китоб босиш жараёнлари).

Иоганн Гутенбергнинг асосий хизмати шундан иборатки, у юқори босма деб номланган китоб чоп этиш усулини яратди ва бу усул деярли ўзгармай, инсониятга беш юз йил давомида хизмат қилди. Биринчи босма китоб 1452–1456 йилларда чоп этилди. Иоганн Гутенберг, гарчи у журналистиканинг асосчиси деб ҳисобланса-да, биронта журналистик асар ёзмаган ва журналистик ижод билан шуғullanмаган. Китоб чиқаришдан унинг асосий мақсади – тижорий фаолият, яъни, чоп этган маҳсулотини сотиб, даромад топиш эди.

Титрда: Китоб чиқаришда Шарқ халқларининг хизмати

Диктор кадр ортидан:
(Ўрта асрларда Корея, Япония ва Хитойда яратилган қадимий китоблар, усталар, жараёнлар тасвирлари).

Гутенбергнинг босма станогини олимлар бекорга «Европача китоб босиш усули» деб айтишмайди. Чунки турли шакллардаги китоблар ундан кўп асрлар олдин Қадимий Шарқда пайдо бўлиб, кенг ривожланган эди. Масалан, 1966 йилда Жанубий Кореяда VIII асрда яратилган босма варака топилди.

Милоднинг 764 йилида Япония императори Сетуёки хонимнинг буйруғига биноан «Сутралар тўплами» китобчаси бир миллион нусхада ксилография, яъни ёғочдан тайёрланган шакллар ёрдамида чоп этилди. Ва, ниҳоят, Ф.Моррисоннинг «Хитойда босма китоб тарихи» асаридан бир фикр келтирамиз. Муаллиф ёзишича, 1041–1048 йилларда Хитой хунарманди Би Шен сополдан тайёрланган алоҳида босма литералар, яъни ҳарфларни яратди.

Би Шеннинг технологияси шундан иборат эдики, у ҳарфлардан сўзлар (яъни, матнни) териб, уларга бўёк суртиб, бўёкка қоғозни босиб нусха оларди. Кейин ҳарфлар қайта жойлаштирилиб, улардан янги босма матн олиш мумкин эди. Бу эса босма усулнинг айнан ўзи эди. Бундай шакллардан юзлаб ва, ҳатто, минглаб нусхаларни босиб олиш имконияти пайдо бўлди.

Титрда: Энг нодир манбалар

Диктор кадр ортидан: Инсоният тарихида ноёб ва дурдона китоблар яратилишида (Беруний номидаги қўлёзмалар институтидан хозирги Ўзбекистон ҳудудида яшаган буюк аждодларимизнинг ҳиссаси катта бўлди.

Қадимий қўлёзмаларнинг тасвири. Ал-Хоразмий, Фарғоний, Ибн Сино, Беруний асарларининг қўлёзмалари (агар қўлёзмалари топилмаса, унда ушбу муаллифларнинг юқори босмада чоп этилган китоблари).

Ал-Хоразмий, Фарғоний, Ибн Сино, Абу Райхон Беруний асарлари жуда кўп нусхада қўлёзма шаклида турли мамлакатларда тарқалганлигини бутун дунё тан олади. Бу олимларнинг асарлари нафақат ислом дунёси, балки бутун Европа бўйлаб ёйилган ва ўрта асрларда ушбу минтақанинг асосий тили бўлган лотин тилига ҳамда бошқа Европа тилларига ҳам таржима қилинган.

Масалан, фақат XII асрнинг ўзида Ибн Синонинг «Тиб кунунлари» асари 10 тилга таржима қилиниб, Европанинг энг обрўли китобларидан ҳисобланган.

Яна бир мисол. Гутенбергнинг биринчи китоби икки юз нусхада босилган эди. Швейцариялик олим Адам Мец ўзининг «Мусулмон Ренессанси» деб номланган асарида қуйидаги фактни келтиради: «Халифа ал-Азиз ҳузурида иттифоқо Халил ибн Аҳмаднинг «Китоб ал-айн» асари ҳақида сўз кетди, халифа китобни келтиришини амр этди, шунда кутубхоналардан ўттиз қўлёзмани ҳозир қилишди, шу жумладан муаллиф қўлёзмаси ҳам бор эди».

(А. Мец, *Мусулманский Ренессанс*, М.: Наука, 1973, 50 б.). Бу ерда гап факат битта шаҳарнинг кутубхоналари ҳақида кетмоқда. Ибат Тувайр маълумотига караганда, «Табарий тарихининг 1200 та қўлёзмаси ушбу кутубхона учун мўъжизавий бисот ҳисобланган» (Ёқуб Ҳамидоний. «Хаттотлик санъати тарихидан». Т., 1971, 191 б.).

Тасаввур килиш кийин – битта кутубхонада битта китобнинг 1200 қўлёзма нусхалари! Мана китобга хурмат, мана китобни эъзозлаш! Бу Шарк маданиятининг буюк белгиси.

**Титрда: Ҳамма гап – тезкорликда, арзонликда,
китобга эга бўлиш имкониятида**

Диктор кадр ортидан:
(*Хаттотлик устaxonалари ва XV–XVII асрларда Европада чоп этилган китобларнинг расмлари*).

Демак, қўлёзма китоблар Қадимий дунёда, жумладан, Марказий Осиёда анча кенг тарқалган экан. Нега унда Гутенберг иккинчи мингйилликнинг энг машҳур одами деб топилган? Чунки у одамларни азалдан кизиктириб турган тезкорлик ва арзонлик масалаларини ҳал қилди. Антик давр ва Ўрта асрларда хаттотлик устaxonалари жуда кенг тарқалган эди, уларда китоб кўчирувчилар (хаттотлар) ишларди.

Лекин китоблар секин кўчирилар ва киммат турарди. Гутенбергнинг ихтиросидан кейин, биринчидан, китоб босмаси тезлашди, иккинчидан, китоб нархи арзон бўлди, учинчидан, китоблар сони кескин оша бошлади.

Масалан, XV асрнинг охирида, яъни Гутенберг ихтиросидан бор-йўғи эллик йил ўтиб, Европада 30742 номда китоблар нашрдан чиқди, уларнинг умумий тиражи 9 миллиондан ошди. XVI асрда эса Европада 285224 номда жами 150 миллионли тиражда китоблар чоп этилди. Натижада, Гутенбергнинг босма станогини ёрдамида Европа бошқа китъалардан кескин ўзиб кетди, китоб босмаси эса инсоният тарихида энг буюк юксалишлардан бири — Тикланиш даврига олиб келди.

II қисм. БУГУНГИ КУН

Титрда: Китобнинг бугунги аҳамияти

*Диктор кадр ортидан:
(университетлар
вивескалари ва аудитор
иялари, кутубхоналарда
съемкалар.)*

Инсон тараққиёти барча асрларда билим асосида амалга оширилганига ҳеч кимнинг шубҳаси бўлмаса керак. Билим эса доимо китобларда ўз аксини топади. Бу қонуният бугунги кунда ҳам ўз кучини сақлаб келмоқда.

Севимли Ватанимиз Ўзбекистон маърифатли мамлакат бўлиш сари интиларкан, китобнинг аҳамияти жамият ҳаётида кундан-кунга ошиб бораверади.

Титрда: Китоб қандай пайдо бўлади?

Диктор кадр ортидан:

(Ф. Достоевскийнинг «Игрок» романи, Адам Мецнинг «Мусулманский Ренессанс» асари, Муҳаммад Наршахийнинг «Бухоро тарихи» китоби. Агар текст вақти қўплик қилса, бошқа кадрларни қўйиши мумкин (масалан, ушбу китобларнинг очилиши, титул варақлари ва бошқ.)

Бу жуда кизиқарли ва ҳар гал индивидуал шаклда амалга ошириладиган жараён. Чунки китоб ёзаётган ҳар бир муаллиф уни ўз шахсий фикр ва услуби асосида ярагади. Бирор-бир китобнинг пайдо бўлиши бошқаларига ўхшамайди. Китоб бир ойда ёзилгани ҳақида аниқ маълумотлар бор. Таникли рус ёзувчиси Федор Михайлович Достоевский ўзининг «Киморбоз» деб номланган романини айнан шу вақт ичида тайёрлаган.

Бошқа китоблар эса бир умр ёзилиб, тугатилмай қолади. Масалан, юкорида тилга олинган швейцариялик олим Адам Мец ўзининг «Мусулмон Ренессанси» китобини тугатишга улгурмаган. Унинг шогирдлари ушбу китобни чоп этиш нақадар муҳим эканлигини билиб, уни тугатмоқчи ҳам бўлди, аммо бу иш уларнинг қўлидан келмади, буни факат муаллифнинг ўзи амалга ошириши мумкин эди.

Натижада китоб Адам Мец қолдирган ва тугатилмаган кўлёзма шаклида чоп этилди ва ўша йилнинг ўзида биринчи бўлиб хинд тилига таржима қилинди.

Бугунги кунга келиб, бу китоб дунё юзида кенг тарқалган ўттиз икки тилга таржима қилиниб, тугатилмаган бўлса-да, инсоният тарихида энг машхур илмий асарлардан бирига айланди.

Яна мир мисол. Маълумки, Муҳаммад Наршахийнинг «Бухоро тарихи» китоби ҳам дунёда энг кўзга кўринган асарлардан бири деб ҳисобланади. Аслида кўлёзма форс тилида X асрда Бухоро шаҳрида битилган. XIV асрга келиб, у араб тилига таржима қилинди. Кейинчалик форс тилидаги асл нусха йўқолиб кетди. XIX асрда бу китоб араб тилидан француз ва бошқа тилларга, XX асрда эса рус тилига таржима қилинди. Шундай қилиб, инсоният маданий тарихига жуда машхур бўлиб кирган «Бухоро тарихи» аслида таржималар, асл нусха эмас. Лекин бу китобнинг кадрили заррача туширмайди, ундан фойдаланаётган кўпчилик мутахассислар буни ҳатто билмайди ҳам.

Титрда: Китоб қандай яратилади?

Диктор кадр ортидан:
*(Бўлажак китоб
қўлёзмасини адабиёт
институтини бўлимида
тайёрлаш.*

*Ўзбекистон
Республикаси Тил ва
адабиёт институтини
съемка.).*

Энг аввало, китобнинг гоёси пайдо бўлади. Бу гоё пишиб етилганига қадар кўп вақт ўтиши мумкин.

Китобнинг асосий мазмуни муаллифда шаклланганидан кейин, у уни қогозга тушира бошлайди. Бу эса энг сеҳрли давр, бетакрор ижодий жараёндир. Жумлалар ёзилади, уларнинг устида яна ўйланади, тузатилади, ўчирилади, қайта ёзилади ва ҳ.к. Чунки ҳар бир муаллифнинг асосий мақсади – ўз фикрларини китобхонга иложи борида аниқ ва ихчам етказишдир.

Титрда: Бўлажак китоб қўлёзмаси тайёр. Энди нима?

Диктор кадр ортидан:
*Китоб муҳокамаси жараёни, Тил ва адабиёт
институтинида съёмка.*

Бўлажак китоб қўлёзмаси тайёр бўлганидан кейин у синовдан ўтиши керак. Энди уни мутахассисларга тақризга берилади. Икки ҳафта-бир ойдан кейин китобнинг муҳокамаси бўлади. Агар мутахассислар китобни тайёр деб топса, уни чоп этишга тавсия беради.

Титрда: **Нашриёт боскичи**

Диктор кадр ортидан:
(«Янги аср авлоди»
нашриётида съёмкалар.
Мухокама, редактор
иши жараёни).

Китоб кўлёзмаси уни гайерлаган идорадан нашриётга келиб тушади. Бу ерда уни муҳаррир ўқийди, тузатади, баҳсли фикрлар бўйича муаллиф билан маслаҳатлашади. Кейин кўлёзма нашриётнинг чоп этилишга режалаштирилган китоблар рўйхатига киритилади.

Китобга дизайн берилади, мукова тапланади, унинг адади белгиланади.

Титрда: **Босмахонада**

Диктор кадр ортидан:
(Бу ерда поточная линиянинг замонавий моделлари, уларнинг тезкорлик билан сифатли китоб чиқаришлари ҳақида аниқ бир босмахоналар мисолида гапирилади)
Китоб босиш жараёни.

Китоб чоп этилиши босмахонада амалга оширилади. Ўзбекистон Республикаси мустақил бўлганидан кейин мамлакатимиздаги босмахоналар энг замонавий жихозлар билан таъминланди.

Титрда: **Китоб савдоси**

Диктор кадр ортидан:
Кўчаларда ва дўконларда
китоблар сотиб олин-
иш жараёнлари.

Собик Иттифок парчалан-
гандан кейин унинг таркибига
кирган айрим мамлакатларда
таълим тизимининг сифати,
ўқишга ихлос кескин пасайиб
кетди. Ўзбекистонда эса китобга
ҳурмат ортса ортгандир, лекин
камаймади. Ўзбекистон халқи
узок тарих давомида шакллан-
ган билимга интилиш, маъри-
фатли бўлиш анъаналарини да-
вом эттирди.

III қисм. **ЭРТАНГИ КУН** (3–4 дақиқа)

Титрда: **Ахборот асри тўғони**

Диктор кадр ортидан:
Замонавий коммуника-
цион технологияларнинг
умумий панорамалари,
Интернетда китоб
дўконининг сайти.

XXI аср инсоният ҳаётига
жуда кўп ноанъанавий ўзгариш-
лар киритди. Шулардан биттаси
– Интернет. Бугунги кунда Ин-
тернетда ҳамма маълумотлар бор
ва улардан фойдаланиш имкони-
ятлари ҳам чексиз.

Титрда: **Ахборот асрида китоб**

Диктор кадр ортидан:
Фотография, радио ва
телевидениенинг пайдо
бўлгани давридаги
расмлар, эски техника.

Интернет китобнинг ўрнини
эгаллайди, деган фикр тез-тез
такрорланиб турибди. Бу гап
накадар рост?

Эслайлик, фотография техникаси ярагилганда, «энди рассомчилик ўлди, чунки унга зарурат қолмади», деган башоратлар кўп эди. Аммо рассомчилик ўлмади. Радио ихтиро қилинганидан кейин, «энди газета ўлди, чунки қогозсиз ва масофасиз газета пайдо бўлди», деган фаразлар бўлган эди. Лекин газета ўлмади. Телевидение пайдо бўлганидан кейин эса, «энди кино ўлди», деган башоратлар бўлганди. Лекин кино ўлмади.

Титрда: Интернет даврида китоб керакми?

Диктор кадр ортидан: Энди эса, «интернет даврида китобга зарурат қолмайди», деган гаплар бор. Лекин китоб ҳеч қачон ўлмайди, чунки инсоният унга доимо зарурат сезади. Бунга сабаблар кўп. Масалан, китобни ўқиш қулай, уни одам ўзи билан олиб юриши мумкин, қайта ўқиб чиқиши мумкин. Энг муҳими – китобдаги маълумот, асар чоп этилиши жараёнида, кўп марта текширилади ва шунинг эвазига китобдаги матн энг сифатли бўлади. Маълумотга ишонч эса, ахборот даврининг энг улкан муаммоларидан бири. Демак, сифатли матннинг аҳамияти ҳеч қачон йўқолмайди, китоб эса, энг сифатли манбалардандир.

Титрда: **Китоб абадий яшайди...**

*Диктор кадр ортидан:
Интернетда
жойлаштирилган
китоблар номлари,
манзаралари.*

Бугунги кунга келиб интернет карийб ўттиз йиллик тарихга эга бўлди. Шу вақт ичида интернет билан китоб ўртасидаги муносабатларда маълум бир қонуниятлар пайдо бўлди. Бу қонуниятларни мутахассислар қандай баҳолайди?

ЮНЕСКО ўтказган тадқиқотнинг натижалари шунини кўрсатдики, китоблар интернет орқали амалга оширилаётган савдо бўйича мусиқадан кейин иккинчи ўринда тураркан. Москва Давлат университети профессори Ясен Николаевич Засурскийнинг фикрича, китоб интернетда жуда кенг тарқалган ва инсоният борида у виртуал майдонда яшайди. Бошқа мутахассисларнинг қайд этишича, кўп мамлакатларда бугунги кунда кутубхоналар бирлашяпти. Бу жараён нафақат миллий даражада, балки халқаро миқёсда ҳам амалга оширилмоқда.

Сценарий муаллифи

Ф. Мўминов

У БУЛИМ

ИНТЕРАКТИВ ЖУРНАЛИСТИКА

1- БОБ. ИНТЕРАКТИВЛИКНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТИ

1-§. Интерактивликнинг моҳияти ва интерактив журналистиканинг тараққиёт эволюцияси

Дунё микёсида кузатилаётган «Ахборот асри» инсоннинг ахборотга бўлган муносабатини тубдан ўзгартириб юборди. Нафақат якка шахс, балки жамият ва давлатлар даражасида ахборот окимининг ўзгаришларига мослашиш, у қўяётган янги-янги талабларга бўйсуниб ўзига хос мажбуриятга айланмоқда. Бу эса, ўз навбатида, табиий равишда оммавий ахборот воситалари фаолиятида ҳам жиддий ўзгаришларни келтириб чиқармоқда. Оммавий ахборот воситалари моҳиятан кенг омманинг мафкураси, кизиқишлари, талаб ва истаклари билан ҳисоблашади, уларга мослашади, ўз фаолият йўналишларини белгилашда ана шу омиллардан келиб чиқади. Бундан ташқари, ҳар бир оммавий ахборот воситасининг ўз муштарийлар доираси, ўз аудиторияси бор. Тахририят улар билан яқиндан муносабат ўрнатишга ҳаракат қилади, мулоқотнинг янги-янги услуб ва шаклларини излайди, кашф этади, амалиётга жорий қилади.

Ўзбекистон Республикаси «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги Қонунининг 5-моддасида шундай дейилган: «Ҳар ким, агар қонунда бошқача қоида назарда тутилмаган бўлса, оммавий ахборот воситаларида чиқиш, ўз фикри ва эътиқодини ошқора баён этиш ҳуқуқига эга»¹. Ушбу қонуний

¹ Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарининг Ахборотномаси. – 2007. 1-сон. – Б.26.

норма фукарлар учун жамиятда юз бераётган энг долзарб воқеа-ходисалар юзасидан шахсий фикр-мулохазаларини интерактив дастурлар орқали ошқора баён этиш ҳукукини берди. Бу ҳол миллий журналистикада ўзига хос янгилик бўлиши билан бир вақтда, мамлакатимизда фуқаролик жамиятини барпо этишнинг энг таъсирчан мактабига айланиб бормоқда.

«Интеракционизм» сўзининг луғавий маъносида (инглиз тилида «*inter*» – ўзаро, «*action*» – ҳаракат, фаолият) бу – ҳаракатланиш, ўзаро таъсир қилиш, бизнинг мавзумизда ахборот алмашиш, кенг маънода эса ижтимоий таъсир кўрсатиш, яъни мулоқот жараёнида ахборот алмашинувининг икки тарафлама фаоллашувини билдиради, ўзаро ўрганмоқ маъноларини англатади.

Айрим олимлар «интерактивлик» атамасини «интерфаол» тарзида ҳам ишлатишади. Масалан, «*inter*» ва «*action*» сўзлари инглиз тилидан олинган. «Фаол» сўзи араб тилидаги «*фаъла*» феълидан ўзлашган сўздир. «Фаолият» сўзи атрофдаги оламга нисбатан инсон муносабатининг ўзига хос шакли. Дунёни кишилар манфаати йўлида мақсадга мувофиқ ўзгартириш ва қайта қуриш, бу муносабат шаклининг мазмунини ташкил этади, жамият мавжудлигининг шартин ҳисобланади»¹, – деб таърифлаб берилган. Мутахассислар бунга шундай таъриф беришган: «Интерфаол журналистика – таҳририят жамоаси ва аудитория ўзаро муносабатларининг ўзгариш, матбуотни оммага бир томонлама таъсирини ўзаро ҳамкорлик томонга йўналтириш, журналистлар монологидан аудитория билан диалогга, ўзаро ахборот алмашишга ўтишни англатади. Бундай муносабатлар иккаласини ҳам тенг ҳуқуқли ахборот ҳамкорига айлантиради. Бундай ҳол яққол равишда интернет нашрларда, теле- ва радиомулоқот чоғида намоён бўлади»². Интерактив журналистика икки ва ундан ортиқ кишининг

¹ Энциклопедик луғат, 2 томлик. 2-том. Илмий-таҳририй кенгаш., Т.: Ўзбек Совет Энциклопедияси Бош редакцияси. – 1990. – Б. 330.

² Луғат-маълумотнома. Журналистика, Реклама, Паблик Рилейшнз. 1700та атама. Муаллифлар хайъати. Ф.П.Нестеренко (раҳбар) – Т.: «Зар калам», 2003. – Б. 103

мулоқотиға асослангани учун унинг журналистиканинг интервью жанри билан ўхшаш жиҳатлари ҳам бор. Фарқи шуки, интервьюда савол берувчи тараф бўлган журналист ва унинг саволига жавоб берувчи респондент қатнашади. Бундай мулоқотнинг кечиши журналистга боғлиқ бўлиб, унда интерактив журналистиканинг асосига айланган тенгликка асосланган ҳаммуаллифлик кузатилмайди.

Интеракционизм социология фанининг алоҳида соҳасидир. Унинг бизнинг мавзумизда қўлланилиши коммуникатив йўналишга мансублигини кўпчилик билмайди. Бу жараёни жонли эфирдан фарқлай олмаслик ҳоллари учрайди. Жамиятшунос мутахассислар эса, интерактив жараёнининг аҳамиятига баҳо бериб, жумладан шундай таъриф келтиришади: «Бу жараёнининг асосини индивидларнинг ўзаро таъсир кўрсатиши ташкил этади. Бунда ҳар бир одам коммуникациянинг мавҳум субъекти ҳолатида эмас, балки аудиториянинг маълум вакили, ўзининг ижтимоий вазифасини бажараётган шахс сифатида намоён бўлади»¹.

Интерактив журналистика негизида замонавий ғарб фалсафаси ва социологияси томонидан ифодаланган интеракционизм йўналиши туради. Ижтимоий интеракция «... алоҳида индивид, гуруҳ, ижтимоий системалар, жамиятларнинг ўзаро таъсир кўрсатиш жараёнидир»². Бу йўналишнинг асосий мақсади – ижтимоий ўзаро таъсирчанликнинг рамзий хусусиятларига эътибор бериш, жамиятдаги аҳамиятини аниқлаш ва таҳлил қилишдан иборатдир. Шунинг учун ижтимоий ўзгаришлар даврида интеракционизм ғоялари кўпгина соҳаларни ривожлантириб, жумладан, журналистикага янги йўналиш сифатида кириб келди. Ижтимоий гуруҳ кўринишида намоён бўладиган аудитория интерактив журналистикада пассив қабул қилувчи эмас, ахборот олиш ва тарқатишда фаол ижодкорга, ўзининг ички имкониятларини намоён қилувчи ижтимоий интеракциянинг иштирокчисига айланади.

¹ История социологии в Западной Европе и США. – М.: 1999. – С. 71.

² Социологический энциклопедический словарь. – М.: 1998. – С.226

Интерактив журналистика кенг жамоатчилик эътиборига ҳавола қилинаётганда, аудиториянинг барча қатламларини қамраб олиш хусусиятига эга бўлди. «Оммавий коммуникация жамиятининг демократлаштириш жараёни билан боғлиқ экан, унда шахсларнинг турли ижтимоий гуруҳлар билан фаол иш-гирок этиш имкониятлари кенгаяди»¹. Унинг негизини ижтимоий коммуникация жараёни ташкил этади.

Интерактив журналистика аудиториянинг ички имкониятларини акс эттириши билан ҳам оддий эфирдан фаркланади. Одамлар эфир тўлкинидаги мулоқотга киришар эканлар, азал-азалдан ахборот олиш ва фикр билдиришга бўлган табиий эҳтиёжни қондиришади. «Интерактив жараёнининг ўзагида икки киши ўртасидаги суҳбат ётади. Бу суҳбатнинг ҳар бир иштирокчиси янги фикр айтиши, ўз нуқтаи назарини ўзгартириши, баҳслашиши, бошқанинг сўзини бўлиши мумкин. Бу ҳолат интерактив ОАВни анъанавийларидан фарқлаб туради»².

Интерактивлик – шунчаки техник имконият эмас, ниҳоятда муҳим ижтимоий жараёндир. Бу жараёнининг келиб чиқиш тарихи, унинг бугунги давр учун аҳамиятини англаш зарур. Уларни англамай туриб, ҳозирги даврда шиддат билан ривожланиб бораётган интерактив журналистика тараққиётини, истиқболини тасаввур қилиш қийин. «Оммавий ахборот воситалари таҳририятларига мухлисларнинг хати ва телефон қўнғирокларининг келиши коммуникациянинг ўзаро йўналтирилган жараёнини аниқлаш имкониятини яратади. Шубҳасиз, бундай қўринишдаги акс алоқа ўзига хос хусусиятга эгадир. У оммавий коммуникацияни такомиллаштиради, аммо ахборот узатиш таъсирчанлигини оширмайди»³.

Интерактив журналистиканинг келиб чиқиш тарихини россиялик тадқиқотчи Е.А.Стрельникова шундай таърифлайди: «Ўтган асрнинг 20-йилларидан бошлаб радио ривожлани-

¹ Конечкая В.П. Социология коммуникации. – М.: 1997. – С.203

² Neuman W. R. The Psychology of the New Media // Television for the 21st Century. The Next Wave// The Aspen Institute// Washington D. C. 1993. – P. 46.

³ Конечкая В.П. Социология коммуникации. – М.: 1997. – С. 204

шининг барча боскичларида тингловчи билан мулоқот кузати-
ган. 60-йилларда тадқиқотчилар бундай усулдаги дастурларни
контактли деб таърифлашган. 70-йилларда тингловчилардан
келаётган хатлар асосида ташкил этилган эшиттиришлар
кайгарик алокали дастурлар сифатида талкин этилган. 90-йил-
ларнинг иккинчи ярмида хориждан, хусусан, АҚШдан кириб
келаётган медиамаданият кўринишлари билан бизнинг матбу-
отга у «интерактив радио» деган янги илмий атама сифатида
тасниф этилди»¹. Мутахассис В.Голованов бу жараён хусуси-
да шундай дейди: «Ҳаётга яқинлаштирилган эфир – АҚШ за-
монавий радиосининг улкан воситасидир. Студияларни ТВга
тақдим этиб, радио тингловчи ва реклама долларлари учун
рақобатли жангда ғолиб бўлиш усулини топди»². Интерактив
журналистика тамойиллари ўтган асрнинг ўрталаридан бош-
лаб АҚШ ва Ғарбий Европа мутахассислари томонидан кенг
тадқиқ қилинган.

Радиодаги тингловчи ва бошловчиларнинг суҳбатларида
жонли эфир йўлга қўйилганидан кейин, ўзаро мулоқотлар
кузатилади. Бунда оддий тингловчи жонли эфирда бошлов-
чи каторида ўзининг барча шахсий хусусиятларини намоён
қилиш имкониятига эга бўлмоқда. Журналист каторида тинг-
ловчининг кайфияти, руҳий ҳолати беихтиёр бу жараёнга катта
таъсир кўрсатади. Эшиттириш таркибидан ўрин олган мухлис
овозининг ўзига хос хусусиятлари материалга такрорланмас
жозиба бахш этади. Магнит тасмасига ёзиб олинган овозлар-
дан шу пайтнинг ўзида эфирга қўнғирок қилиб уланган тинг-
ловчининг мулоқоти интерактив жараённинг асосий хусуси-
ятларидан бирига айланди. Аудиториянинг журналист билан
мулоқоти худди кундалик ҳаётдаги жонли суҳбат тарзида
эфирда намоён бўлади. Бу жараён аудиторияни журналистга
тенглаштиради, уни эфир ҳаммуаллифига айлантиради. Худ-

¹ Стрельникова Е.А. Интерактивное вещание на региональном радио:
на примере Оренбургской области. Дисс. на соиск. уч. ст. кан. фил. наук. –
М.: 2007. – С. 5

² Голованов В. США. Радио и ТВ: Стратегия конкурентной борьбы // Телевидение. Радиовещание. – 1972. – №10 – С.42.

ди шундай ҳодиса юртимизда радио ва қисман интернетда, ривожланган давлатларда эса, интерактив телевидениеда ҳам кузатилади.

Муҳим жиҳати шундаки, «интерактив журналистика» билан «журналистиканинг интерактивлиги» ўртасида маълум бир фарқ бор. Журналистлар учун ҳозирги кунда мухлисларнинг кизиқишларини ўрганиш давр талабига айланган. Аудиторияни тадқиқ этишда социология ва психология соҳалари тамойилларини билиш, уларни ўз фаолиятига татбиқ эта олиш журналист ижодида бесамадар кетмайди. Бунинг учун таҳририятга келадиган хатлар ва телефон кўнгироклари, билдирилган фикр-мулоҳазалари эътиборга олиниб, уларни таҳлил қилиш ва чуқур ўрганиш йўлга қўйилапти.

Журналистика доим интерактив усулда тараққий этмайди, аммо аудиториянинг акс-садосини назарда тутиб фаолият кўрсатади.

I-жадвал

Матбуот	Радио	Телевидение
Муаллиф+ сўз	Муаллиф+ сўз +овоз	Муаллиф+сўз+ овоз+тасвир

Жадвалда уч хил оммавий ахборот воситасининг ифода усулларига қараб эволюцион кетма-кетликда пайдо бўлишини тасвирлашга ҳаракат қилинди.

Техниканинг ривожланиши журналистикада янги ифода усуллари пайдо бўлиши учун замин яратганини кузатиш мумкин. Бу давр эътиборга олинадиган бўлса, аудитория фикрини акс эттирувчи хатлар, уларнинг диққатини тортиш учун уюштирилган викторина саволлари, анкета сўровларини учратиш мумкин. Демак, ОАВ самарадорлигини ошириш учун журналистикада илгари ҳам интерактив усуллардан фойдаланилган, фақат бунинг учун имкониятлар кам бўлган. XX асрга келиб, янги техник кашфиётлар матбуот, радиожурналистика, тележурналистика қаторида интернет пайдо бўлиши ва ривожлани-

ши учун замин яратди. Журналистиканинг янги кўринишлари аввалгиларидан нимаси билан фарк қилади ?

2-жадвал

Интернет журналистика	Интерактив журналистика
Муаллиф+сўз+овоз+тасвир +тезкорлик+бехудудлик	Муаллиф+аудитория сўз+овоз+тасвир+тезкорлик

1-жадвалга эътибор берилса, барча журналистика турларида муаллифнинг ўзи турли ифода усулларида фойдаланиб, аудиторияга ахборот тайёрлаб беришни кўриш мумкин. Интернет журналистика пайдо бўлишига қадар, ахборотнинг тарқатилиши чекланган эди. Ахборотнинг аудиторияга етиб бориши учун турли тўсиқлар (масалан, цензура, масофа, матбуотни тарқатиш муаммолари)ни енгиб ўтish зарур эди.

2-жадвалда интерактив журналистиканинг тахминий тусилиши тасвирланган. Унда жонли эфирга уланадиган барча аудитория катламлари ўзининг ижтимоий келиб чиқиши, жинси, ёши, жамиятда тутган ўрнидан қатъи назар, микрофон олдидаги бошловчи билан бирга эфирда мулоқотга киришади, унинг тадрижий давомига таъсир кўрсатади. Техниканинг ривожланиши натижасида матбуот, радио, теле, интернет журналистиканинг барча имкониятларини жамланган ҳолда, интерактив журналистика аудитория учун яна бир тенглик тарзидаги қулайлик яратди. Бунда мухлис ахборотни олиш ва тайёрлаш жараёнида бевосита журналист билан баббаравар иштирок этади. Ана шунда чинакам интерактивлик жараёни пайдо бўлади. Яъни, интерактив журналистика янги жанр эмас, балки янги журналистика кўринишидир. Бунда анъанавий журналистиканинг сўз, тасвир, овоз, тезкорлик ва ҳ.к. хусусиятлари жамланган ҳолда, ахборот-монолоқ тарзда эмас, ўзаро суҳбат-диалог тарзда тайёрланади. Аҳамиятли жиҳати шундаки, интерактив журналистикада муаллифлик

ҳамкорликка асослангандир. Унда аудитория журналистга ҳаммуаллиф бўлади. Дастурнинг мавзуси, муаммонинг ёритилиши, суҳбатдошларнинг нима ҳақида сўзлашлари озми-кўми мухлислар берадиган саволлари, билдирадиган фикрларига боғлиқ бўлади. Муаммонинг таҳлили фақатгина бошловчининг матни ёки суҳбатдошнинг фикрлари асосида эмас, балки ҳар бир мухлиснинг фикр-мулоҳазалари асосида амалга оширилиши назарда тутилади. Бунда аудитория вакили ахборот материалининг кутилмаган, аммо доимо назарда тутилган ҳаммуаллифи сифатида талкин этилади. Ҳар бир мухлисга унга берилаётган муаллифлик мақомига яраша масъулият, мажбурият ва вазифалар юкланади.

2-§. Мулоқотга асосланган интерактив журналистикада аудиториянинг оммавий минбарга айланиши

Бугунги кундаги ахборий жамиятда ОАВ аудиторияси қандай ўзгармоқда? Ишонч билан айтиш мумкинки, аудитория берилаётган имкониятлар нағижасида фаоллашиб, ўзининг индивидуал хусусиятларини тўла-тўқис намоёниш қилишга ҳаракат қилмоқда. Масалан, бугунги кунда аудиториянинг хоҳиш ва иродасини ифодалаган ОАВгина ўзини ўзи қоплаш имкониятига эга бўлмоқда. Аудитория берилаётган ахборотнинг савиясини белгиловчи асосий омилга айланди. Мухлисларини яхши билмаган, унинг талабларини ҳисобга олмаган ОАВ ахборот бозоридаги рақобатга бардош бера олмайди.

Шу билан бирга, аудиторияга мослашадиган эмас, балки унинг савиясини оширишга ҳаракат қиладиган – ихтисослашган ОАВ турлари кўпаймоқда. Умуман олганда, аудитория ахборот истеъмолчиси сифатида танлаш имкониятига эга бўлиб, ўзига маъқул ахборий материални қабул қилиб, ёқмаганига эътибор бермаяпти. Бугунги кун мутахассислари олдида аудиторияни турли ахборот хуружлардан, нотўғри маълумотлардан ҳимоя қилиш вазифалари турибди. Ҳар бир аудитория вакилининг ўзи ҳам ахборот ҳавфсизлигини таъминлаш масалаларига ниҳоятда хушёр бўлмоғи керак. Оз миқдордаги

маълумот ахборот такчиллигини келтириб чиқарса, ахборот оқими аудиториянинг рухий оламига зарар етказиши мумкинлиги ҳар қандай шароитда ахборот истеъмолчиси ўзи нима хоҳлаётганини англаб етишига боғлиқ. Бунда аудиториянинг умумий савияси, дунёқараши, иродаси ниҳоятда муҳим.

Аудитория учун уйда ўтириб ёки бажараётган юмушидан узилмаган ҳолда ўйин тарзида фикр билдириш жуда қулай. Викторина ёки қизиқ интерактив дастурларда ихтиёрий фикр билдириш анкета сўровномаларини тўлдириш ёки социологик тадқиқотларда иштирок этишдек масъулиятни юкламайди. Бунда мухлис ортиқча жиддийликни сезмайди. Энг муҳими, шинаванда ўзи хоҳлаганида эфирга уланади. Демак, унинг фикрлари самимий бўлиб, мажбурият ва сунъийликдан холи бўлади. Бирор мавзуда фикр билдираётган мухлис бошловчининг ҳам самимий реакциясига рўбарў бўлишни истайди. Фикр билдириш аудитория вакили учун қундалиқ ҳаётдаги суҳбат ёки учрашув каби табиий бўлади. Юқорида келтирилган омиллар аудиторияни жалб қилишда интерактив дастурлар нечоғлиқ қулайлигини белгилайди. Айнан аудиториянинг журналистга ҳаммуаллифлиги интерактив журналистикани бошқаларидан ажратиб туради.

Интерактивлик журналистиканинг ички эҳтиёжларидан келиб чиққан хусусиятдир. Аудиториянинг маълум бир мавзуда ахборотга эга бўлишига қаратилган суҳбат, репортажлар ҳам бевосита интерактивлик эмас, аммо аудиторияга йўналтирилганлиги учун интерактив журналистиканинг баъзи хусусиятларини ўзида мужассам этади.

Мустақилликнинг илк йилларида, жонли мулоқотларнинг таъсирчанлиги ва самарадорлиги Ўзбекистонда қуртак ота бошлаганини кузатиш мумкин. 90-йилларнинг охирида интернетга уланиш, FM тўлкинларида давлат ва нодавлат радиостанциялар фаолият кўрсатиши ана шулар жумласидан. Ўзбекистонда фуқаролик жамиятини шакллантиришнинг асосий мезонларининг бири ОАВнинг демократлашувидир. Интерактивлик оммавий ахборот воситалари ёрдамида бар-

чанинг диққат-эътиборини жалб қилади, инсон шууридаги фикр-мулоҳазаларнинг жонланишига қаратилади.

Тарихга назар ташласак, телевидение, радио ёки интернет ихтиро қилинганда, ҳар сафар: «Энди журналистиканинг бу кўринишлари бошқаларини сиқиб чиқаради», – деган фикрлар бўлган. Аммо тараккиёт қонуниятига кўра, уларнинг барчаси бир-бирини тўлдириб, одамларнинг ахборотга бўлган табиий эҳтиёжини қондириб келяпти. Масалан, радио – сўзнинг жонланишига, телевидение тасвирнинг кучини беришга, интернет ахборотнинг тезқорлиги ва чексизлиги яратилишига замин бўлган. Интерактив журналистика эса, одамларни ана шу ахборотни олиш ва тарқатиш, фикр билдириш жараёнининг иштирокчисига айлантиради. Интерактив журналистикада:

- мулоқот асосида яратилган журналистик асар аудитория қизиқишларини қондириши билан монолог ижодиётдан фаркланади;

- асрлар давомида матбуот варақалари маълум юкори табақа – мансабдор шахсларнинг «имтиёзли» мақоми бўлган. Жонли эфирга аудиториянинг исталган қатлами жалб қилиниши мумкинлиги, унда дастлабки танлов йўқлиги эфирнинг халқчиллиги ва демократиклигини таъминлади;

- эфир аудитория қизиқишларини қондириши орқали молиявий ўзини ўзи қоплаш имкониятини яратиб, нодавлат ва мустақил тарзда иш юритиш учун замин яратади;

- мманинг диққат-эътиборини эгаллаш ва ижтимоий муаммоларнинг ечимини топишда аудиторияни мулоқотга тортиш бошқа хайрия ёки социологик акцияларга нисбатан юкори натижалар беради;

- интерактив ва виртуал эфирда мулоқот қилиш, ахборот тарқатиш кўнгилочар ва иқтисодий дастурларнинг электрон вариантини яратишда универсал восита бўлибгина қолмай, интернетнинг янги имкониятларини очувчи, маиший хизматларнинг янги кўриниши, уй ишларининг бошқарувчиси сифатида намоён бўлади.

Интерактив телевидениенинг турли кўринишлари ривожланган давлатларда пуллик тўлов ёки обуна асосида

таркатилади. Лекин тараккиёт натижасида бу техник имкониятлар такомиллашиб, арзонлашиши эҳтимолдан холи эмас. Аммо аҳолининг кенг қатлами интерактив эфирнинг имкониятларидан фойдаланишида баъзи муаммолар мавжуд. Энг аввало, юкорида келтирилганидек, унинг қимматлиги ва янгилигидир. Яна бир асосий муаммо – бу жараёнга аҳоли ва ижодкорларнинг қай даражада тайёрлигидир. Масалан, ривожланган давлатларда қуйидаги муаммолар мавжуд :

- жонли эфир ижодкорларга ўзини ўзи бошқариш масъулиятини юклайди. Бу масъулият уларни аудитория олдида ўзини гута билишни, уни ҳурмат қилишни тақозо этади. Шу ўринда журналистларнинг ўзини ўзи бошқариш тизимини йўлга қўйиш ниҳоятда муҳим. Ахборот олиш ва тарқатиш факат ўз ташкилоти эмас, балки аудиториянинг манфаатига хизмат қилиши керак. Ҳозирда деярли барча Европа давлатларида Журналистлар кенгашлари фаолият юритади;

- катта иқтисодий манфаатдорлик ташкилотчилар фаолиятини маълум этик ва ахборот хавфсизлиги мезонларига асосланишни тақозо этади. Кўнгина ривожланган давлатларда мўмай даромад кетида турли порнографик каналлар, тақиқланган диний-экстремистик ҳаракатлар ва одамларни суикасдга чорлайдиган сайтлар ўғринча фаолият юритади. Улар ўз ташкилотчиларига катта фойда келтирса-да, аҳоли учун ҳам маънавий, ҳам иқтисодий зарар бўлади;

- аудитория ахборот манбаини танлай олиши ва ўз ҳуқуқларини билиши зарур бўлади. Сифатли ахборот маҳсулоти билан бир ёклама ахборотнинг фарқига бориш керак. Бунинг учун аудитория маълум билим даражасига эга бўлиши зарур;

- йирик мегаполисларда катта тезликдаги ахборот оқими аҳолини руҳиятига таъсир қилиши мумкин. Айниқса, шаҳар аҳолиси эфир радиацияси ва ахборот таркибидаги негатив эмоциялардан эҳтиёт бўлиши керак. Бунда болалар тарбияси ва руҳиятига салбий таъсир этувчи ахборотга айниқса эътиборли бўлиш зарур. Интерактив эфир болалар зехнини чарх-

лаши, интеллектини ошириши мумкин. Аммо ўзига жалб этувчи лойиҳалар болаларнинг руҳиятини ҳисобга олган ҳолда тайёрланиши керак. Юқорида интерактив жараёнларнинг бугунги кунда юртимизда нечоғлик зарурлигини таъкидлаб ўтган эдик. Бу эҳтиёжнинг кондирилиши демократик жамият курилишида, сўз эркинлигини таъминлашда ниҳоятда муҳим.

Аммо интерактив жараённинг имкониятлари ҳақида фикр юритганда, унинг баъзи салбий оқибатларини ҳам ҳисобга олиш керак. «Янги информацион ва телекоммуникацион технологияларнинг оммавийлашиши, жиддий ижтимоий стрессни келтириб чиқариши муқаррар. Бунда оммавий ахборот воситаларига эғалик килувчи бир гуруҳ одамлар жамият ва ҳар бир инсон устидан ҳукмронлик қилиш имкониятини қўлга киритишади. Ахборот жамиятига ўтиш жараёнининг ана шундай салбий натижаларини олдини олишда давлат сиёсатининг аниқ шартларини ишлаб чиқиш керак»¹.

Интерактив жараёнларнинг афзалликларидан бири сифатида аудиториянинг жонли эфирдаги бевосита мулоқотини эътироф этган ҳолда, унинг бошқа жиҳатига ҳам қараш зарур. Бозор иқтисодиёти шароитида аудиторияда танлаш ҳукуки бўлиб, у ўзига маъқул ОАВни топади ва дидига мос тушадиган дастурда қатнашади. Демак, интерактив жараёнларнинг аҳамиятли жиҳатларини эътироф этганда, аудиторияни мулоқот иштирокчиси ва унинг савиясини белгилаб берувчи асосий ҳакам эканлигини айтиш мумкин. Аудитория авваламбор, жонли мулоқотнинг иштирокчиси, бевосита эфирга узатиладиган ток-шоуларнинг ижодкорларига ҳаммуаллифдир. Шунинг учун аудиториянинг эфирда овози янграётган экан, бу жараёни жиддий демократик аҳамиятга эга деб ҳисоблаш керак. Аудиториянинг бу жараёнга таъсири ҳам эътиборга лойиқ. Америкалик руҳшунос С.Журарднинг фикрича: «Ҳар бир соғлом одам унинг гапларини қўпчилик эшитишини хоҳлайди. Бу унинг табиий эҳтиёждир. Фикрларини баён қилишдан маҳрум инсонлар руҳий ва жисмоний касалликлар-

¹ Мелюхин И.С. Информационное общество. М.: МГУ. 1999. С. 7

га дучор бўлишлари мумкин»¹. Айниқса, аудиториянинг баъзи катламлари: кўзи ожизлар, пенсионерлар, мактаб ўқувчилари, уй бекалари учун маърифий-маданий дастурларнинг аҳамияти бекиёсдир. Бундай лойиҳалар орқали тингловчилар ўзларини етук шахсдек (ахир уларнинг овозлари эфирда янгради) ҳис қиладилар, кайфиятлари кўтарилади, агар саволга жавоб топа олмасалар, эфирдан сўнг, тўғри жавоб топишга ҳаракат қиладилар. Энг муҳими, эфирга уланиб, фикрини баён қилиш орқали оддий мухлис ўзининг билимлилигига ишонишни бошлайди. Интерактив жараённинг энг самарали натижаси ҳам оддий одамлардан таркиб топган аудитория катламининг эфирда журналист билан баб-баравар коммуникация субъекти сифатида фаолият кўрсатиб, ўзига бўлган ишончини мустахкамлашдир.

Ғарб журналистикаси тажрибасида тунги вақтда тингловчи эфирга уланиб, бошловчига ўзининг ҳеч кимга айтолмаган ҳасратларини тўкиб сочиш имконияти яратилган ток-шоулар мавжуд. Уларда кўнғирок қилган мухлиснинг анонимлиги сакланган ҳолда, барча руҳий кечинмалари ошкор қилинади. Одамлар, одатда қилган хатоларидан ўзлари уялишади. Бу уялиш кўркув ва кейинчалик руҳий изтиробларга олиб келади. Бундай дастурлар орқали тингловчилар ўзларининг руҳий ҳолатларини тиклаб олиш имкониятига эга бўлишади. Бунда эфирни рухшунос ёки роҳиб (монах) олиб боради. Тунги ток-шоуларда тингловчи ички кечинмаларини айтиб бериш орқали енгиллашади. Баъзида бу жараёнлар ўз жонига қасд қилиш ҳолатларининг олдини олган бўлади. Чунки ҳар бир инсоннинг шахсий кечинмалари умумлаштирилганда бутун бир ижтимоий муаммонинг акс-садоси бўлиши мумкин. Шунинг учун интерактив жараёнларнинг иштирокчиси бўлган якка индивидларга ҳос муаммоларнинг ечимини топиш орқали ижтимоий аҳамиятга эга муаммолар енгиллашади, десак, хато бўлмайди.

¹ Теории управления впечатлениями и социально-психологические исследования: Сб.статей. – М., 1981, – С.25.

Аудиториянинг жонли эфирга тайёрлиги энг мураккаб масалалардан биридир. Айтиш керакки, бошловчининг эфирга тайёргарлик кўриши табиийдир. Аммо кўнғирок қилган тингловчига ҳам баъзи талаблар қўйилиши зарур. Чунки, тингловчи ўзаро икки киши ўртасидаги мулоқотдан фаркли ўларок катта бир аудитория олдида сўзлаётганини ҳис қилиши керак. Бунда тингловчи жаргон, сўкиниш ва ҳақоратли сўзларни ишлатмаслиги ва ўзини назорат қила олиши керак. Масалан:

- эфир имкониятларидан ўзининг шахсий муносабатларини ҳал қилиш учун фойдаланмаслик;
- иложи бўлса, бошловчи ва мухарририят ходимларига сохта хушмуомалалик қилмаслик;
- ўзини ўзи мактамаслик;
- имконият бўлса, овоз тўқималари шамоллаганда, бурун битганда эфирга уланишга ҳаракат қилмаслик;
- эфирда ўзини намоёншкорона эркин тутиш ёки ўта ҳаяжонланиш ноўрин.

Бевосита мулоқотли эшиттиришларда бошловчи ва тингловчи ҳаммуаллиф бўлишади. Улар ўзаро одоб-ахлоқ қоидаларига риоя қилиб, мулоқот қилишса, бутун бир аудиторияни ҳурмат қилган бўлади. Жонли эфирда тингловчилар викторина саволларини билмасдан туриб телефон қилишлари кузатилади. Гоҳида тингловчилар фақат ўзининг овозини эшитиш учунгина студияга кўнғирок қилади. Эфирда тўғри жавоб бермай, бошловчидан ғолибликни талаб қилади. Шунинг учун викторина ўйинлари, маърифий дастурларга телефон орқали кўнғирок қилган тингловчилар берилган топширикни тўла бажариб, ўйин шартларини яхши билсагина эфирга уланиши зарур. Бошловчи шуларни аудитория вакилларига ўз вақтида ва тўғри тушунтириши керак.

Барча соҳалар ривожланиши каби журналистика ҳам такомиллашиб, монолог тарзидан мулоқотга асосланган ўзаро таъсирчан интерактив кўринишни олиши жонли эфир халқчиллашиб, унга ҳукуматнинг, турли сиёсий ғоялар, диний оқимларнинг, ишбилармон пулдорларнинг таъсирини камайтиради. «Биз ҳозир жамиятнинг бир қисми бўлган сиёсатчи-

лар, ишбилармонлар ёки ҳукуматга интилган исталган одамга радио устидан чексиз ҳукмронликни бериб қўйсак, эркинлик ва демократияни хавф остига қўйган бўлардик»¹, – деган эди ўтган асрнинг 20-йилларида, кейинчалик АҚШнинг Мустақил алоқа комиссияси директори этиб сайланган Пол Уокер. Бозор иқтисодиёти барча соҳалар каби журналистикага ҳам таъсир кўрсатиб, ОАВ реклама берувчиларга қарам бўлмаслиги масаласини ўтган асрлардаёқ даврнинг долзарб муаммосига айлантирди. Ривожланган давлатлар ичида АҚШда ОАВни демократлаштиришга, уларни аудиториянинг оммавий минбарига айлантиришга алоҳида аҳамият берилган.

«1922 йилда радио фаолиятига бағишланган биринчи анжуманда АҚШнинг савдо вазири Герберт Гувер жамият манфаатлари йўлида радио ишига давлат аралашувини киритишни тавсия этди. Ўзининг радио фаолиятини икки ойлик кузатувларига таяниб, у даромад келишини ўйлаган ҳомийлар жамият кизиқишларини ҳисобга олишга қурби етмайди, деган хулосага келади»². Шунинг учун айтиш керакки, интерактив жараёнлар ривожланиши ва жамиятга хизмат қилиши учун мустақам ҳуқуқий асос яратилиб, уни амалиётда қўлланилишини назорат қилувчи нодавлат ташкилотлар фаолиятини ривожлантириш керак. Ана шундагина аудитория фаоллигини оширувчи интерактив журналистика жамият манфаатларига хизмат қилади.

2-БОБ. ИНТЕРАКТИВ ЖУРНАЛИСТИКАНИНГ ИНТЕРНЕТ, ТВ ВА РАДИОДА АКС ЭТИШИ

1-§. Интернет журналистикада интерактивликнинг намоён бўлиши

Ўтган асрнинг охирларига келиб, дунё ҳамжамяти тараккиётнинг янги босқичи – ахборий жамиятга қадам

¹ *Қаранг:* Маккой Квинси. Вещание без помех. – М.: 2000. – С. 35.

² *Поберезникова Е.В.* Телевидение взаимодействия: интерактивное поле общения. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С.11

қўйди. Ахборот жамияти ғоясини 1940-йилларда япон олими Й.Масуда илгари сурган бўлса-да, унинг фанга кириб, чуқур тадқиқ этилиши 1960–1980 йилларда Э.Тоффлер, Д. Белл, З.Бжезинский¹ каби атоқли тадқиқотчилар номи билан боғлиқ. Ўтган давр мобайнида жамиятда айланаётган ахборот ҳажми кескин ошди. Бундай ҳолат ахборот ишлаб чиқариш ва тарқатишда фойдаланадиган янгидан-янги технологияларни яратишни такозо этади. Янги технологиялар жамиятдаги маълумотнинг ҳажмини, унинг айланиш тезлигини ва чегара билмаслигини кескин оширибгина қолмай, ахборотни одамларнинг энг муҳим кундалиқ эҳтиёжларидан бирига айлантирди. Америкалик мутахассис Ф.Махлуп²: «Ахборот асрида ҳар бир маълумот одамларнинг эҳтиёжларини қондирадиган зарурий маҳсулот сифатида тайёрланиб, истеъмолчиларга тақдим этилади», деб башорат қилган эди. Дарҳақиқат, «1980 йилларга келиб ривожланган мамлакатлар ичида АҚШ мисолида оладиган бўлсак, ўша даврда 3% аҳоли қишлоқ хўжалиги билан шуғулланган бўлса, 20% одамлар хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлиб, 48% мутахассислар ахборот олиш ва тарқатиш билан машғул бўлганлар»³.

Ахборот асрида сервис иктисодиёти устуворлик қилиб, бунда таълим, соғлиқни сақлаш, бошқарув сервисларининг аҳамияти янада ошади. Ғарб мутахассиси Р.Инглегартнинг таъкидлашича, «АҚШ, Канада ва Ғарбий Европадаги ишчиларнинг асосий қисми фабрикадан ташқарида фаолият кўрсатмоқда. Аксарият одамлар механик дунёда яшамай, бошқалар билан мулоқот қилиб хизмат қилишмоқда. Инсонларнинг асосий кучи ишлаб чиқаришга эмас, ахборот олиш ва тарқатишга йўналтирилган. Бунда янгиликка интилиш ва билимли бўлишнинг аҳамияти янада ошмоқда»⁴.

¹ *Сорокина В.Н.* Введение в культурологию. Курс лекций / Под ред. Ю.Н. Солониной, Е.Г. Соколова. СПб., – М.: 2003. – С.119-124.

² *Қаранг*: Информатика. Энциклопедический словарь для начинающих. М.: Педагогика-Пресс, 1994.

³ www.glossary.ru

⁴ *Инглегарт Р.* Культурный сдвиг в зрелом индустриальном обществе // Новая постиндустриальная волна на Западе. – М., 1999. – С. 259.

Шундай қилиб, инсоният фаолиятининг асосий воситаси сифатида жадаллашган ахборот алмашуви вужудга келмокда. Жамиятда эркин айланаётган ахборот иктисодий ривожланиш, миллий ва шахсий камолотга етишишнинг муҳим омили даражасига кўтарилди.

Замонавий цивилизация бугунги кун одамини ташки дунё билан бошқача муносабатларга рўбарў қилмокда. Унинг ҳаёти ижтимоий-иктисодий ўзгаришларга камрок боғлиқ бўлиб, эркин ижодий фаолияти жамиятдаги ижтимоий маданият муҳитини шакллантиради. Ахборот жамиятида ривожланадиган компьютер ва виртуал олам – «экран маданияти» тарқалишига олиб келади. Айтиш керакки, бундай замонавий маданият аломатлари ахборот жамиятидан аввал пайдо бўлиб, унинг вужудга келиши ўтган асрда кинематограф яралиши билан боғлиқдир. Ўша даврдаёқ мутахассислар кинонинг томошабинга кучли эмоционал таъсири ҳақида сўз юритишган. Жумладан, 1914 йили Эмилия Алгенло «Кино социологияси» китобида шундай таъриф келтирган: «Кино ўзида ҳақиқий ҳаётга яқин жуда кўп хусусиятларни жамлайди. Шунинг учун унинг борлиги, фазилат ва камчиликлари ҳақидаги барча тортишувлар самарасиздир»¹. Кинематограф янги тарзда такомиллаштира бошлаган бадний дунё кейинчалик замонавий санъат ва умуман, маданият ривожланишига қандай таъсир этишини ўша пайтда кўпчилик ҳаёлига ҳам келтирмаган.

Виртуал олам эса техника имкониятлари ва инсон тасаввурининг уйғунлашувидан вужудга келди. Бу олам ахборот жамиятининг маҳсули бўлиши билан бирга аудитория шуури, тафаккури ва руҳиятига таъсирини тўла таърифлаш кийин. Виртуал олам экранда аудитория ўз хоҳиш, орзу, армонларини топгандек туюлади. Бунда ҳар бир шахс онги остида сакланиб келаётган руҳий хоҳишлари маълум даражада идеал тарзда рўёбга чиқади. Виртуал дунёнинг аудиторияга ўтказадиган бундай таъсирлари натижаси борасида олимлар ўртасида икки хил: салбий ва ижобий қарашлар мавжуд.

¹ Гарис Р. Философия фильма. – Л., 1927. – С. 11.

Унинг инсониятга берадиган улкан имкониятлари ҳақида Й.Масуда, Э.Тоффлер, Д.Белл ва бошқалар сўз юритишса; Т.Адорно, Г.Маркузе, Э.Фромм, О.Шпенглер¹ каби олимлар ахборий жамиятнинг аудиторияга салбий таъсир килиши ҳақидаги ғояларни илгари суришган. Аммо реал ҳаётда бу икки тенденция тарафдорларининг ғоялари фақат қисман ўз ечимини топмоқда.

Ахборот асри ахборот назорати масалаларини ҳам тубдан ўзгартириб юборди. Халқаро тажрибаларнинг кўрсатишича, бугунги кунда давлатларнинг иктисодий-ижтимоий, маданий таракқиёти кўп жиҳатдан замонавий технологияларнинг ривожланишига боғлиқ бўляпти. Бунда ҳукуматнинг фуқароларга эркин ахборот олиш ва тарқатиш шароитини яратиб бериши жамият демократлашувининг асосий омилларидан биридир. Шу билан бирга, оддий одамларнинг ҳукуматни назорат килиш ва мустақил тарзда муайян қарорлар қабул килиш имкониятлари ортмоқда. Ахборот асрида ОАВнинг аҳамияти ҳар қачонгидан ошмоқда. Чунки, жамиятнинг барча қатламларига ҳолис, тезкор, ҳаққоний ахборот етказиб берувчи ва тарқатувчи асосий восита айнан ОАВ бўлиб қолди. Агар авваллари ОАВ сиёсий тузум қарнайн, бирон бадавлат кишининг мулки ёки оддий одамлар учун кўнгилочар восита сифатида талқин этилган бўлса, ахборот асрида жамиятни фаровон ҳаётга қорловчи, инсонлар орасидаги макон, вақт, чегара, ижтимоий табақаланиш тўсиқларини енгиб ўта оладиган восита сифатида қабул қилинмоқда. Шунда керакли ахборотга эғалик қилувчи оддий аудитория вакили ахборотни бошқариши, уни ишлаб чиқаришда бевосита ишгирок этиши билан жамиятда ўз ўрнига ва овозига эга бўлмоқда.

Ахборот асри маълумотга эғалик қилувчиларга қатта қуч, моддий дунё ёки сиёсий мавқе ато этиши билан бирга, оддий аҳоли учун ахборотни танлаш ва тарқатишда тенгсиз имкониятларни яратиб бера олади. Юқоридаги маълумотларга тая-

¹ *Сорокина В.Н.* Введение в культурологию. Курс лекций / Под ред. Ю.Н. Солониной, Е.Г. Соколова. СПб., 2003. С.119-124

ниб, жамият ривожланиши ҳам у ёки бу ахборотга қанчалик эга бўлишга боғлиқ экан, унинг аҳамияти матбуот, радио ёки ТВ билан чекланмай, ҳар бир хонадон, офис ёки чекка-чекка кишлоқ-овуларда ҳам энг муҳим зарурият бўлишига шубҳа қолмайди. Бунда ОАВнинг ахборот ишлаб чиқарувчи, етказиб бериувчи ва бу жараёнда барчанинг иштирокини таъминловчи восита сифатида ижтимоий аҳамияти янада ошмоқда. Ахборот технологияларининг тараккий этиши, тез тарқалиши, арзонлашиши, ҳаммабон қўндалик воситалардан бирига айланишини бирламчи далиллар сифатида келтиришимиз мумкин. Масалан, мобил телефон, параболик антенна ёки оддий компьютерларнинг ўтган беш-олти йил ичида қанчалик оммавийлашганига эътибор қаратишимизнинг ўзи етарли, деб ўйлаймиз. Шунингдек, оддий мобил телефонлар функцияси билан интернетга уланиш, радио тинглаш, фотосурат олиш каби вазифаларнинг уйғунлашиши авваллари фантастик кинолардаги қаҳрамонларга хос хусусият бўлган. Бугунги кунда уйда компьютер олдида ўтириб уй-жой харид қилиш, супермаркет деб аталувчи дўконлардан қўндалик эҳтиёжларни қондириш ёки интернетга уланиб сеvimли кўрсатувда иштирок этиш учун хат йўллаш ҳеч ким учун ғайритабиий ҳолат эмас.

Ҳар қандай ахборий жамиятга ўтишликнинг бирламчи талабларидан бири, аҳолининг барча қатламини ахборотга бўлган эҳтиёжини мумкин қадар қондиришдан иборатдир. Юртимизда соғлиқни сақлаш, таълим, ахборот технологиялари, иктисодиёт, илм-фан соҳалари озми-кўпми мазкур жараёнда фаол иштирок этмоқда. Оддий аҳолига қўнғилочар, мусикий, шунингдек, аёлларга, болаларга, ўсмирларга, автомобилга қизиқувчиларга мўлжалланган ОАВ турлари қўндаликга ошиб бормоқда. Аудиториянинг табақаланиши мазкур табақа вакиллари талабларининг қўпайишига, пировардида, аҳолининг ахборотга бўлган саводхонлигини ошишига олиб келади. Муҳлислар эфирга уланадилар, лойиҳада иштирок этиш учун интернетга мурожаат қиладилар.

Ахборот жамиятига ўтиш инсонларни иктисодий ёки ижтимоий табақаланишига ҳам ўз таъсирини ўтказди. Бу даврда

у ёки бу маълумотга эгаллик қилиш одамларни бой қилиши, сиёсий мартабасини ошириши ёки кашшоклашишга олиб келиши мумкин. Аксарият муаммолар одамларни информацион ва телекоммуникацион воситаларга эгаллик қилиши ва улардан фойдалана олишига боғлиқ бўлади. Бугунги кунга келиб, ахборотга эгаллик қилиш имкониятлари, ҳатто, давлатлар нуфузи ва салоҳиятини билдирувчи кўрсаткичга айланмоқда.

Бугунги кунда интернет очик тизим бўлиб, ҳар бир муҳлис ёрдамида у кенгайиб, интернет журналистика тизимини шакллантиради. Интернет журналистикага анъанавий журналистика назарияси соҳасидаги барча тамойилларни сингдириб бўлмайди. Баъзи мутахассислар интернет журналистика атмаси остида интернетда чоп этилган барча маълумотларни назарда тутди. Баъзилар интернет журналистикани тан олмай, интернетдан фойдаланувчи фақат анъанавий журналистика мавжуд деб таъкидлашади. Бугунги кунда интернет журналистика матбуот, радио, телевидение каби ОАВ тизимининг таркиби сифатида таснифланади. Унинг ахборот алмашиш оламидаги коммуникативлик жихатининг ўзига хослигига интерактивлик ва гиперматнлиликни эътироф этиш мумкин. Интернет журналистиканинг ривожланиши журналистикада янги ихтисослашув пайдо бўлганини намоён қилиши билан бирга, ОАВ тадқиқотларида янги илмий йўналишни ҳам очиб бермоқда.

Россиялик мутахассис А.А.Калмыков интернет нашрларини туркумлаш бўйича қуйидагича тасниф берган : «Анъанавийларига ўхшаш тарзда фаолият кўрсатувчи интернет нашрларни бир неча туркумларга ажратиш мумкин:

1. Интернет рўзмалар – ахборот янгиланиб турадиган нашриётлар;

2. Интернет журналлар – таҳлилий мавзуга йўналтирилган нашриётлар;

3. Интернет радио – web-радиостанциялар;

4. Web-телевидение – ривожланаётган интерактив телевидение;

5. Ихтисослашаётган ахборот агентликлари – телетайп тасмаларидан ахборот етказувчи манбалар;

6. Мегамедиа манбалари – бир неча йўналишни бирлаштирган манбалар.

Тадқиқотлар натижасига кўра, техник воситаларнинг иштирокига кўра ҳам таснифлашни тўғри топдик: а) ахборот технологиялари; б) интерактив технологиялар; в) коммуникацион технологиялар; г) фото-, аудио-, видеотехнологиялар; д) анимацион флеш (flash) технологиялар»¹.

Шу нуктаи назардан, интернет журналистиканинг web-нашриётлари яратиб бераётган интерактив жараён ахборот асрида журналистик материаллар жойлашган глобал мулоқот маконини очиб бераётганини алоҳида таъкидлаш мумкин. Бугунги кунда давлатларнинг иктисодий-ижтимоий, маданий тараққиёти кўп жиҳатдан замонавий технологияларнинг ривожланишига боғлиқ бўляпти. Демак, интернет журналистика яратиб бераётган интерактив жараёнда интернет фойдаланувчиси бир вақтнинг ўзида ҳам ахборот олувчи, ҳам web-оламда ҳаммуаллифдир. Онлайн тизимидаги «интерактивлик» техникавий ёки ижтимоий нуктаи назардан намоён бўлади. Техникавий ўзаро таъсир жараёнида фойдаланувчи ва техник восита (инсон – компьютер), ижтимоий таснифда эса техник восита ёрдамида ахборот алмашувчилар орасидаги мулоқот (инсон – компьютер – инсон) назарда тутилади. Бунда реципиент машинага таъсир этиш билан бирга, бошқа мухлис билан ахборот алмашади. Масалан, онлайн газета мухлиси ахборот танлаш имконияти билан бирга компьютер ёрдамида ўз фикрини билдириши мумкин.

Интернет журналистика тараққий этаётган даврда жамият демократлашуви асосан кенг омма вакилларининг индивидуал ва ижодий хусусиятларининг намоён бўлиши билан изоҳланади. Ахборот индустриясининг кескин ривожланиши аҳолининг бандлигига, шунингдек, таълим, маданият,

¹ *Калмыков А.А.* Интернет журналистика в системе СМИ: становление развитие, профессионализация. Автореф. на соиск. уч. степ. док. филол. наук М. 2009. С.15

ижтимоий муносабатлар ва кадриятларга таъсир кўрсатади. Интернет журналистикадаги интерактив жараёнларнинг таълабларидан бири – аҳолининг барча қатламини ахборотга бўлган эҳтиёжини мумкин қадар кенг қондиришдан иборатдир. Россиялик мутахассис И.С.Мелюхин «Ахборот жамияти ва ҳукумат» номли рисоласида бу жараённинг ижтимоий муаммолари хусусида шундай фикр билдиради:

рақобатни ривожлантириш ва монополияга қарши курашиш;

– аҳолининг ахборот олишига шароит яратиш ва унинг бу ҳукуқини ҳимоя қилиш;

– сўз эркинлигини таъминлаш;

– ахборот муҳиtida ёш авлодни, турли миллат вакиллари кизиқишларини ҳимоя қилиш;

– бой маданий меросни, тилни ҳимоя қилиш;

– ахборот хавфсизлигини таъминлаш;

– муаллифлик ҳукуқини ҳимоя қилиш;

– компьютер ва юқори технологик жинойтларга қарши курашиш;

– ҳукумат идораларида ахборот технологияларидан фойдаланишни назорат қилиш;

– улкан виртуал оламда цензурани бекор қилиш»¹.

Шу ўринда бутун дунёда интернет журналистиканинг интерактив жараёнида юзага келаётган асосий муаммолардан муаллифлик ҳукуқининг бузилиши масаласини ижтимоий нуқтаи назардан таҳлил қилсак. Муаллифлик ҳукуқининг бузилиши «плагиат» деб аталиб, у латинчадан сўзма-сўз «ўғирлик» тарзида таржима қилинади. «Плагиат (латинча *plagiatus* – ўғирланган) – бировларнинг муаллифлигини ўзлаштириш, бировнинг асарини ўзиники қилиб кўрсатиш»².

Компьютерда бош кўтармай ишлаётган одамни кўриш бугунги кунда одатий ҳолатга айланган. Чунки виртуал олам мухлисга тезкор ва ҳаққоний маълумотлар олиш шароитини

¹ www.relcom.ru

² Словарь иностранных слов. – М.: Русь. 1987. – С.387.

яратиш билан бирга, улар учун мутлак эркинлик имкониятини ҳам берди. Интернет ёки жонли эфирда аудитория ўзининг шахсий фикрини цензура ёки назоратсиз ифода эта олади. У пассив ахборот олувчидан актив ахборот алмашувчига айланади. Аммо кўпчилик одамлар эркинликка ҳали тайёр эмас. Россиялик олим Леонид Ионин эркин фикр билдириш маданиятини ана шундай таърифлайди.: «Эркинлик тақик ва уни енгизиш билан боғлиқ бўлган реал танлов сифатида мавжуд эди (Собик совет тузуми даври назарда тутиляпти. – Ю.О.). Бу эса, эркинлик бир вақтнинг ўзида камситилиш, тақик, озод эмаслик хиссиётларини шахсий кечинма бўлишини такозо қилди»¹. Собик совет тузуми пайтида тарбияланиб, пассив ахборот қабул қилувчисига айланган аудитория эркин фикр юритиш ва ўзини шахс сифатида намоён этиши бир оз қийин кечди. Ёки, маълум тоифадаги одамлар жамиятдаги муаммоларни таҳлил қилар экан, уларнинг ечимини топган бўлишса ҳам, уни ҳаётга татбиқ эта олмаганлар. Чунки, уларни амалга ошириш учун аксарият тўғри деб қабул қилган ҳақиқатни ўзгартириш зарур бўларди. Шунинг учун жамиятдан ажралиб қолмаслик, одамларнинг кўнглини ранжитмаслик учун билганларига амал қилмаганлар. Аста-секин уларнинг ошқора фикр билдириш, ниятларини очикдан-очик баён қилиш қобилиятлари қамайиб кетарди. Бундай одамлар кўпчилик олдида ўзларини ноқулай сезишлари, раҳбарлари, ўзларидан катталарнинг кўнглига қарашлари билан ажралиб турадилар. Замонавий ахборот технологиялари ва айниқса, интернет тизими вазиятни кескин ўзгартирди.

Кўрқув ва ички қониқишсиз яшаётган одамлар мансабдор шахслардан ҳайиқиб, раҳбарлар олдида ўзларини тийиб юришса-да, жонсиз машина бўлган компьютер олдида ҳеч қандай масъулият ҳис қилмайдилар. Шунинг учун интернетда ишлаш уларга ёқади, бошқа жойларда айтолмаган гапларини ифода этишади ва виртуал олам имкониятларидан хохлаганча

¹ Ионин Л.Г. Социология культуры: Путь в новое тысячелетие. – М.: Логос. 2000. – С.340-341.

фойдаланадилар. Шу тарзда интернет тизимининг аксарият мухлислари у ердаги маълумотларни ўзлаштириб, плагиатга йўл қўядилар. Агар инсон ўзини ҳурмат қилса, у ўзганинг фикрини ўзлаштиришдан уялади. Йиллар давомида ўзини ҳурмат қилиш ҳуқуқидан маҳрум бўлган аудитория эса, беихтиёр имконият туғилганда ўзга муаллифлар ҳуқуқини поймол қилади. Бу эса, вақт ўтиши билан ҳамма қўниқиб кетган одатлардан бирига айланади.

Шу ўринда одат ва одатий тушунчаларга аниқлик киритсак. «Одат эркинлик беролмайди. Лекин ижодкор одатнинг «ичида» ижод қилиб, эркинликни ҳис қилмайди. У бошқача қилиш мумкин эмаслигини ҳатто тасаввур қилолмайди. Шунинг учун унда танлаш имконияти ҳам бўлмайди»¹. Юртимиз мухлислари учун интернет хориж янгиликларидан бохабар бўлиш, қолаверса, ОАВ орқали эркин фикр учун деярли ягона манбадир. Бунда истеъмолчиларнинг маълумот олиш манбаларининг чекланганлигини ҳам ҳисобга олиш даркор. Интернетдаги маълумотларни ўзлаштиришни аудитория ахборот маҳсулотини олишга бўлган табиий эҳтиёжларини қондириш деб тушунишади. Агар интернетдан фойдаланишда қандайдир меъёр ва чекловлар қўлланилса, аксарият мухлислар бунининг ахборот олиш ҳуқуқларига тажовуз ҳаракат сифатида қабул қилади. Интернетдаги маълумотларни ўзлаштириш кўпчилик томонидан узок вақт давомида амалга оширилиши бунининг одатий ҳолатга айлантирган. Одатлар эса, ҳамма томондан қабул қилингани учун уларнинг қонунга ҳилофлиги ҳеч кимнинг ҳаёлига келмайди.

Юртимизда тарихдан шу қунгача кўпчилик бўлиб яшаш, бошқалар қилган ишларни такрорлаш аҳолининг миллий менталитетига айланган. Бу нарса урф-одатлар, турмуш тарзи, мулоқотига ҳам таъсир қилган. Кўпчилик қилган ишни бажариш мажбурий, уларни инкор этиш эса, «кўпчиликдан чиқиш» тарзида қабул қилинган. Шунинг учун бирон янгиликни

¹ Ионин Л.Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие. – М.: Логос.2000. – С. 117.

қўллаш учун энг самарали йўл – конунлар ишлаб чиқиш билан бир каторда, эзгу одатларни шакллантиришдир.

Интернет журналистиканинг бугунги кунда ахамияти ҳар қачонгидан ошмоқда. Чунки, жамиятнинг барча қатламларига ҳолис, тезкор, ҳаққоний ахборот етказиб берувчи ва таркатувчи асосий воситалардан бири интернетдир. Авваллари анъанавий ОАВ сиёсий тузум қарнаи, бирон бадавлат кишининг мулки ёки оддий одамлар учун қўнғилочар восита сифатида талкин этилган бўлса, ахборот асрида интернет журналистиканинг интерактив жараёнлари инсонлар орасидаги макон, вақт, чегара, ижтимоий табақаланиш тўсиқларини енгиб ўта оладиган восита сифатида қабул қилинмоқда. Шунда керакли ахборотга эғалик қилувчи оддий аудитория вакили ахборотни бошқариши, уни ишлаб чиқаришда бевосита иштирок этиши билан жамиятда ўз ўрнига ва овозига эга бўлмоқда.

2-§. Интерактив телевидениенинг тараққиёт мезонлари

Ахборот алмашишни вертикал (ТВ, радио) ва горизонтал (видеомагнитофон, CD-плеер, DVD-плеер) турларга бўлиш мумкин. ТВ ва радиода трансляция қилинаётган ахборотни аудитория қабул қилади. Горизонталда эса, берилаётган ахборотни танлаб, ўзи истаган вақтда томоша қилади. ТВ билан интернетнинг уйғунлашувида эса вертикал ва горизонтал коммуникациянинг барча имкониятлари мужассам бўлган. Шунинг учун баъзи мутахассислар *томошабинларга каналларни алмаштиришдан ҳам кўпроқ имконият яратадиган ТВни интерактив телевидение (ИТВ)* деб айтишади. Одатда, провайдерлар мухлисларга дастурлар таркибини ўз истагича тузишни, буюртма бўйича видеони, ТВ-тижоратни ва Интернетга уланишни тақдим этади. Агар дастур ИТВ учун махсус тайёрланган бўлса, томошабинларга викторина саволларига жавоб бериш, овоз бериш имкониятлари яратилади. Оддий ТВда бундай иштирок телефон қўнғироқлари, пейзажнинг алоқаси, SMS орқали амалга оширилса, ИТВда пулт ёки клавиатуранинг тугмасини босиш етарли бўлади.

Тўлақонли интерактивлик ҳаммабон «broadcasting» технологияси тизимидан «narrowcasting» ва «индивидуал» тизимга ўтишни белгилайди. «Broadcasting» тизими ҳозирда юртимизнинг барча теле- ва радиостудияларида қўлланилади. Яъни, бунда эфирга узатиладиган ахборот турли аудитория учун бир хил бўлади. Томошабин эса узатиладиган материалнинг қабул қилувчиси – «ахборот истеъмолчи» сидир. «Narrowcasting» ва «индивидуал» (баъзи маълумотларда «шахсий», «персонал» – Ю.О.) тизимида эса, мухлислар ахборотни ўз хоҳишларига кўра ўзгартирадилар, ўзларига керагини танлаб оладилар, узатилаётган маълумотларга қўшимчалар қиладилар. Шундан келиб чиқиб, *интерактив дастурларни баъзи мутахассислар тингловчиларга мослашадиган эфир жараёни* деб ҳам таърифлашади. Россиялик мутахассис Роман Спорышев эса «Интерактивное телевидение в мире и в России» номли рисоласида қуйидаги таснифни беради: «Одатда, Ғарбда интерактив телевидениени «мухлисларга мослашадиган телевидение» шаклида қўллашади. Ҳозирда интерактив телевидениенинг асосий мухлислари Европа ҳудудидадир. Иккинчи ўринда АҚШ, сўнг Япония ва бошқа Осиё давлатлари туради. Бунда интерактив телевидение ўзининг бажараётган функциясига қараб:

- интернет- ТВ, (enhanced –TV ёки commerce – TV);
- шахсий- ТВ, (personal- TV);
- интерактив- ТВ, (interaktiv – TV);
- ақлли – уй (Smart Home)

қаби тўртта асосий йўналишда фаолият юритади. АҚШнинг ўзида телевидениенинг бундай усулидан икки миллиондан ортиқ оилалар фойдаланишади¹. ИТВга уланиш пуллик телеканалга мухлис бўлишга ўхшайди. Томошабин махсус телеприставка сотиб олиб, кабель ёки спутник каналга уланиб, абонент тўловини амалга ошириши лозим. Мураккаб телеприставкалар ўзида CD-, DVD-плеерларни, бир нечта гигабайтли винчестр ва компьютерни ўзида мужассам этади. Баъзи янги моделдаги ТВларда ИТВ модуллари ҳам қурилма

¹ <http://www.relga.rsu.ru>

сифатида киритилган бўлади. Энг киммат телеприставкаларга симсиз клавиатура ва сичқонча ҳам тақдим этилади.

Тижорий (commerce-TV) ТВ тарзида АҚШ, Япония ва баъзи Европа давлатларида «Direc TV» канали фаолият кўрсатиб, у «Microsoft» компаниясининг «Web TV» технологияси асосида тузилган. Бунда рекламани кўраётган томошабин тугмани босиши билан маҳсулотни уйига буюртма килиши мумкин. Чунки провайдерда томошабиннинг манзил ва маълумотлари бўлади. Бунда асосан озик-овқат маҳсулотлари, журнал, китоб, видеоўйинлар рекламаси тақдим этилади. Яъни ИТВнинг имкониятлари реклама бизнесига ҳам янги қулайликлар яратади. Шунинг учун тижорий ТВдан олинadиган даромадлар провайдерларнинг реклама ваки ва абонент тўловидан тушадиган даромадга нисбатан кўпдир.

Шахсий (personal-TV) дастурларнинг сеткасида томошабинларга қачон ва нимани кўришни танлаш мумкин. Буюртма берилган дастурлар «pay per view» тизими асосида тўланади. Ҳар бир буюртма килинган дастур бир доллар атрофида туради. Баъзи кўрсатувларни қисқартириб ҳам кўриш мумкин. Кўпгина дастурларда иштирокчи, бошловчи, муаллифлар ҳақида қўшимча маълумотлар берилади. Буюртма килинган видео «VIDEO on Demand» виртуал видеопрокат тарзда фаолият юритади. Унда ушбу кинофильмни бошига ёки охирига айлантириб кўриш, ижодкорлар ҳақида қўшимча маълумотга эга бўлиш мумкин. «TIVO» ва «Record TV» компаниялари АҚШ, Европа ва Япония аҳолиси учун буюртма асосида видео кўриш имкониятларини яратади. Уларнинг қурилмалари муҳлис ТВни томоша килиб туриб, бошқа каналларда эфирга узатилган фильмларни ёзиб олишни таъминлайди.

Интерактив (interaktiv-TV) дастурлари асосан томошабинларга берилаётган ТВ маҳсулотига ўз муносабатини билдириш билан бирга, унда фаол иштирок этиш имкониятини яратади. Бунда томошабин шоуларга ҳаммуаллиф бўлиш, декорация ва бошловчиларни танлаш, кўрсатув сценарийси тадрижий ривожланишини кўрсатиши мумкин. Бугунги кунда

Британиянинг «Be Sky Be» фирмаси футбол матчи трансляцияси пайтида томошабинга ўзи истаган камерасидан намоёнишни кўриш имкониятини яратган. Ушбу фирманинг 5–6 миллионлик обуначилари бор.

Аккли уй (Smart Home). Бунда телевизор уй хўжалиги ва маиший хизмат воситаларини бошқарувчисига айланади. Масалан, уйнинг эгаси офисда ёки дала ховлида туриб уйдаги микротўлқинли печёда берилган рецепт асосида овкат тайёрлаши, хоналарнинг ҳароратини мўътадиллаши ёки уйнинг хавфсизлигини назорат қилиши мумкин. Лекин бу турдаги хизматлар жуда қиммат бўлиб, уларга талаб ва таклифнинг ўсиши кузатилмаяпти.

Телевидениедаги интерактив дастурлар турларини интерактивлилик жиҳатидан қуйидагича таснифлаш мумкин:

1. Тўлақонли интерактивлик –

а) студиядаги аудитория билан бошловчи ва қаҳрамонлар мулоқоти (ток-шоу, ўйинлар);

б) эфирга телефон қўнғирок қилиш, шаҳар кўчаларидан, воқеа-ҳодиса содир бўлаётган жойдан эфирга уланиш.

2. Қисман интерактивлик –

а) телефон қўнғироклар, хатлар, SMSлар;

б) ижтимоий сўровлар;

в) ёзиб олинган интервьюлар.

Телевидениедаги бевосита мулоқотнинг интерактив хусусиятида икки индивидумни бирон масала ечимини топишда ўз нуқтаи назарини ифодалашга интилиш бор. Шунинг учун мулоқот асосида интерактивликни коммуникациянинг бир қисми сифатида талқин қилиш мумкин. Интерактив теледастурлар трансляцияларида кузатиладиган интерактивлик бунда ниҳоятда катта аҳмиятга эга.

Шу ўринда урф бўлаётган «ток-шоу» жанрига ҳам тўхталиш жоиз. Интерактив дастурларнинг ҳаммаси «ток-шоу» жанрида тайёрланадими ёки уларнинг орасида қандайдир фарқ борми? Бу жанр биринчи бор жонли мулоқот асосида тузилган теледастурларда оммалашган бўлиб, ибора инглиз тилидаги «ток» – гапирмок, «шоу» – кўрсатмок сўзларидан

ташкил топган. Хусусан, ривожланган давлатларда тобора тараккий этаётган интерактив телевидение ток-шоуларида куйидаги ҳолатларни кузатиш мумкин:

3-жадвал

Сухбатдош	Жонли эфирга уланган мухлис	Бошловчи
Студиядаги томошабин		
Кўрсатувни томоша килаётган аудитория		

Яъни, бунда студияда турли ижтимоий катламларга ман-суб бўлган тўртта коммуникация субъекти ва аудитория катнашмоқда. Уларнинг ҳар бири кўтарилаётган мавзуга тур-ли карашларни ифода этиб, масалани эфирда ҳар тарафлама очилиши учун хизмат килади. Бу каби кўрсатувлар самараси сифатида интерактив телевидение дунё микёсида технологик жихатдан жуда қиммат бўлса-да, тобора ривожланиб бораёт-ганини таъкидлаш мумкин.

Айнан жонли эфирда масофанинг узоклигига қарамай мавзунини таҳлил қилишда турли йўналишдаги фикрларни жамлай оладиган жанр сифатида ток-шоу йўналиши бошқа интерактив дастурлардан фаркланиб туради. Масалан, маъри-фий-маданий дастурлар ва викторина ўйинларида интерактив дастурнинг қандай савияда ўтиши бошловчига боғлиқ бўлса, ток-шоу дастурларида бошловчи барча воқеа-ҳодисаларни зимдан кузатса ҳам, коммуникация жараёнида мутахассис-нинг аҳамияти катта бўлади. Айнан мутахассис мавзуга ол-диндан тайёрланиб келади, фактларни тўплайди, саволларга аввалдан тайёрланади. Оппозицион нуктаи назарга эга бўлган томошабинлар билан дастурни «олиб боради». Журналисти-канинг ҳолислик тамойилидан келиб чиққан ҳолда, мавзуга ҳулоса ясаш аудиториянинг ўзига ҳавола қилинади.

«Ток-шоу» дастурларида аудиториянинг фикри импровизация ҳолатини келтириб чикаради. Сухбатдош мутахассис ёки мутасадди раҳбар бўлса ҳам, оддий тингловчи дастур доирасида эфир орқали унга ўз фикрини етказди, саволлари бўлса беради. Ток-шоу жанри қайсидир маънода мутасадди раҳбарлар билан аудиториянинг очикдан-очик мулоқот қилиши учун имконият яратади. Шунинг эвазига интерактив журналистика пайдо бўлган Ғарб давлатлари ва АҚШда ток-шоу жанрларидан сайловолди кампанияларида кенг фойдаланилади. Ривожланган давлатларда раҳбар ва мутахассислар ток-шоу дастурларига жиддий тайёргарлик кўришади. Бунда улар нафақат мавзуга доир маълумотларни билиши, балки ўзларининг рухий ҳолатини назорат қилишни ҳам ўрганишларига тўғри келади. Телевидениедаги сайловолди ток-шоуларида партия вакиллари билан махсус везажист, имижмейкер, руҳшунослар иш олиб борадилар. Улар эфирга чиқадиган раҳбарнинг табассумидан тортиб, хатти-ҳаракатига ҳамма нарсани аҳоли менталитетидан келиб чиқиб, аудитория дидига мослаштиришади. Ток-шоу жанрида ўйин шартлари қаттиқ белгиланмайди. Ўртага умумий савол ёки масала қўйилган бўлса-да, меҳмон ёки аудитория бу муаммони ўзларича талқин қилишлари, унинг очилмаган қирраларига эътибор беришлари мумкин. Бошловчи вазифасини бажараётган журналист бундай пайтда эфирда аудитория билан мутахассис ўртасидаги воситачи сифатида намоён бўлади.

Интерактив телевидение кундан-кунга ривожланмоқда. Чунки телевизион бизнес – рекламаларнинг согувида ҳамда телевизион маркетингда ижтимоий фикрнинг аҳамияти каттадир. Бунда канал рейтингининг роли бекиёс. Ҳар бир телеканалнинг ўз аудиторияси бор. Бунда мухлисларнинг ёши, жинси, маълумоти, кун тартиби, қизиқишлари бўйича тадқиқотларга кўра дастурларнинг ҳажми, эфир вақти, мавзуси ва йўналиши белгиланади. Шундай қилиб, интерактив мулоқот асосида аниқланган машҳур теледастурларда рекламаларни жойлаштириш орқали телекомпаниялар ўзларининг молиявий аҳволларини яхшилайдилар. Айнан ИТВнинг

иктисодий жиҳатдан ўзини оклаши интерактив телевидение дунё микёсида кенг тараккий этишига сабаб бўлмокда.

3-§. Интерактив радиодастурларининг бевосита мулоқотли эшиттиришларда акс этиши

Ахборот асрида аудитория эфир материалига ҳаммуаллиф бўлади. Бу даврда жамият демократлашуви асосан кенг омма вакилларининг индивидуал ва ижодий хусусиятларининг намоён бўлиши билан изоҳланар экан, унинг яққол намунаси сифатида юртимиздаги радиоэфирларда кузатилаётган интерактив жараёнларни мисол килиб келтириш мумкин. Республикада давлат ва нодавлат радиостанцияларнинг фаоллашиб, уларнинг орасида ихтисослашув вужудга келиб, аудитория учун соғлом ракобатнинг авж олиши, юртимизда ахборот жамиятининг муҳим бир кўриниши сифатида кузатилмокда. Бу ўзгаришларнинг бари аудиторияни эфир жараёнида фаоллашганидан, жамиятдаги воқеа-ҳодисаларга нисбатан ўз муносабатини эркин ифодаляётганидан далолат беради.

Психологик жиҳатдан радионинг ўзига хос хусусиятларидан етакчи бўлган жонли сўз одамлар калб эшигининг калитидир. Шунинг учун овоз, оҳанг, мазмун ва моҳиятга тўла бўлган суҳандон ёки журналистнинг микрофон олдида айтган ҳар бир сўзи кишиларнинг калбига етиб боради. «Телекоммуникациянинг тараккиёти пайтида радио ўз аудиториясини йўқотиб қўймай, аксинча, кўпгина дастурларнинг оммавийлиги ва ахборот етказишда тезкорлиги билан ўз мухлисларининг сонини оширмокда»¹. Чунки радио – ҳаётнинг бир бўлагини борлигича, нозик, ўзига хос хусусиятларини бўрттириб, тингловчига энг тез етказиб берувчи воситадир. ОАВнинг эркинлиги кўп жиҳатдан радиоэфирда амалга ошади. Газета ва журналлардан фаркли ўларок радио хонадонимизга воқеа-ҳодисалар содир бўляётган жойдан жонли овоз билан кириб келиш хусусиятига

¹ *Ворошилов В.В. Журналистика. СПб.: Изд-во Михайлова В.А. 2001.С.123. (бу ерда ва кейинча таржима бизники – Ю.О.)*

эгадир. Унинг аудиторияга етиб бориш имкониятлари бошқа ОАВга нисбатан кенгрок.

Бугунги кундаги «коммуникация», «алока воситаси» мақомига эга бўлиш учун радио кўпгина эволюцион босқичларни ўташига тўғри келди. XX аср бошларида хурфикрлилик ва эркинлик ғояларига зид бўлган «радиоуруш», «радиопропаганда» тушунчалари пайдо бўлди. Тарихий мисолларга мурожаат қилсак: «Гитлер учун радио ташки тарғиботнинг асосий воситаси бўлиб қолди. Австриядаги ҳукуматни ағдариш учун у 1933 йили кучли радиоурушни бошлаб, Саарадаги плебисцит даврида радиодан унумли фойдаланган. Радиопропаганданинг таъсирини кучайтириш учун Геббельс 1936 йили барча давлатларда кўп микдордаги арзон радиоприёмниклар таъминотини ташкил этди. Умуман олганда, бу даврда жонли сўзнинг имкониятлари нацист пропагандаси учун жуда кўл келди»¹. Радионинг таъсири ўша пайтларда шу даражада кучли эдики, ғояларга хизмат қилувчи бошқа бир қурол радиочалик унум бермас эди. Совет тузумининг тарғибот воситаси бўлган радио кенг оммага коммунизм ғояларини сингдирувчи, бу ғояларга одамларни бўйсундирувчи қурол бўлиб хизмат қилди. Барча тоталитар тузумлар каби совет тузumi бутун халқни ягона гегемон мафкурага бўйсундирди. Ҳозирда ҳам ғараз ниятли радиоканаллар йўқ эмас. Демак, радио нафақат демократик, шу билан бирга автократик тузумга ҳам хизмат қилиши мумкин. Ҳамма гап ундан қандай мазмун ва шакл, қай мақсадларда фойдаланишдадир.

Мамлакатимиз халқи демократик, ҳуқуқий давлат ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш йўлини танлади, дунё ҳамжамияти эътироф этган қонунлар ва тартибларни ўз ҳаётига татбиқ этмоқда, умуминсоний қадриятларга ўз ҳаётида устуворлик бермоқда. Буларнинг ҳаммаси журналистикамиз олдига демократик жамият талабларига жавоб берадиган янги йўналишдаги мазмундор ва салмоқли материаллар

¹ Почепцов Г. Теория и практика коммуникации. – М.: Центр. 1998. – С. 103.

яратиш вазифасини кўяди. Бу даврда Ўзбекистонда нисбатан катта миқдорда нодавлат радиолар пайдо бўлиши – сўз эркинлигини таъминлаш, мукобил, плюралистик ахборот олиш йўлидаги муҳим демократик кадамдир.

Интернет журналистикасининг ривожланишида унинг интерактивлик имконияти катта роль ўйнагани маълум, бироқ Ўзбекистон шароитида мутлақо янги ҳисобланган интернет тармоғидан кўра нисбатан анъанавий бўлган радио орқали бевосита мулоқотга чиқишнинг оммалашуви осон кўчди. Колаверса, интерактив эшиттириш услуги анъанавий радио-журналистикада ноанъанавий ижодий изланишларга йўл очди. Бундай изланишлар, яъни интерактив радиоэшиттиришлар бир томондан, кенг тингловчилар орасида қизиқишни оширган бўлса, иккинчи томондан, бевосита шу борада ихтисослашаётган журналистларнинг кўпайишига олиб келди. Ушбу ҳол миллий журналистикада долзарб муаммоларни келтириб чикарди. Чунончи:

- интерактив радиоэшиттириш дастурлари мавзуси, йўналиши ва услубини такомиллаштириш;

- интерактив радиоэшиттиришларда бошловчининг профессионал маҳоратини ошира бориш;

- интерактив радиоэшиттиришнинг бевосита иштирокчиси, ҳатто, ҳаммуаллифига айланадиган тингловчилар доирасини кенгайтириб, нуфузи ва салоҳиятини ошириш, уларда кенг жамоатчиликка қарата ўз шахсий фикр-мулоҳазаларини баён этиш, жумладан баҳслашиш кўникмалари ва маданиятини тарбиялаш шундай муаммолардандир.

Интерактив радиодастурларга шунчаки кўнгилочар, енгил-елпи эшиттириш сифатида қарашлар ҳам йўқ эмас. Бу бежиз эмас, зеро, айрим радиотўлқинларда, айниқса мустақил радиоканалларда ва малакасиз бошловчилар иштирокида эфирга узатилаётган интерактив эшиттиришлар ана шундай танқидий муносабатлар туғилишига сабаб бўлмоқда. Жараённинг ижтимоий аҳамиятини аниқлашда радионинг бугунги кундаги тахминий аудиторияси ҳақидаги маълумотлар таҳлили зарур.

Шарқ халқлари рухиятида гапиришдан кўра, тинглашга мойиллик устунрок, деган мулоҳаза ҳам бор. Қадим-қадимдан халқ оғзаки ижодининг кенг ривожлангани сабабларидан бири ҳам шунга келиб такалади. Айни чоқда ўқиш қобилятига эга бўлган зиёли олимларнинг одамлар орасидаги мартабаси юқори ҳисобланган. Яъни, ахборотни эшитиш маданияти кўпчилик учун умумий бўлиб, ўқиш ва ваъз қилиш алоҳида иқтидор эгаси бўлган маълум тоифадаги одамларгагина насиб этган.

Қиёс учун Ғарб тарихига мурожаат қилишимиз мумкин. «Қулдорлик тузумидаги Рим ва Афина давлатларида бу икки йўналиш бир-бирини тўлдириб келган. Римда замонавий газеталарнинг содда кўринишлари – ахборотлар ўйиб ёзилган ёғоч тахтачаларни ҳамма жойга илиб қўйишган ва бу, ахборотни «кўз орқали олиш» маданиятини шакллантирган. Грецияда эса, жамоанинг барча муаммоларини кўпчилик бирга бўлиб оғзаки тарзда муҳокама қилишган. Бу эса ахборотни эшитиш орқали қабул қиладиган маданиятни – ваъзхонликни такомиллаштирган»¹. Бугунги кунда радио юқорида келтирилган шарқона менталитетга асосланган тинглаш маданиятини қайта тикляпти. Бевосита мулоқот ёрдамида оҳанг, интонация, пауза каби бўёқлар билан янада жозибали бўлган сўз – интерактив радионинг асосини ташкил қилмоқда. Минг йиллардан бери тараққий эттирилган сўз, бугун журналистика орқали одамларни фикрлашга, ўз дунёқарашларини ифодалашга, ҳаётини эркинлаштиришга ундамоқда. Герберт Маклюен айтганидек², «Замонавий радио ўша минг йиллик оғзаки нутқнинг кучини ва таъсирчанлигини яна тиклади». Ўзбекистонда фуқаролик жамиятини шакллантиришнинг асосий мезонларининг бири ОАВнинг демократлашувидир. Мустақиллик даврида республика ОАВ ичида энг эркин ри-

¹ Телерадиоэфир : История и современность. Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2005. – С. 146

² www.elitarium.ru

вожлангани радио бўлиб, у аҳоли ўртасида замонавий тушунчаларни шакллантириш учун муҳим восита сифатида хизмат килди.

Радионинг монолог шаклидаги бир тарафлама алоқа асосланган эшиттиришлари эскирганини ҳаётнинг ўзи кўрсатмоқда. Икки тарафлама алоқа шаклида ўз ишини ташкиллаштирган мустақил радиостанциялар фаолияти замон талабларига мос келмоқда. Бу эса, ўз навбатида, асосан ёшлардан иборат бўлган аудиториянинг шаклланишига сабаб бўлди. Шундай қилиб, ўтган асрнинг охирига келиб, Ўзбекистонда нодавлат радиоларнинг пайдо бўлиши билан тингловчиларда ахборот манбаини эркин танлаш имкони вужудга келди. Айтиш керакки, бугунги кунгача нодавлат радиостанциялар айнан интерактивлиги туфайли ёшларни жалб қилувчи энг самарали ахборот воситаси сифатида ўз мавқеини кучайтирмоқда.

Радионинг коммуникация воситаси сифатида қўпгина ижобий томонлари бор. Биз бошқа ишлар билан банд бўлганимизда ҳам уни тинглаш имкониятига эгамиз. Шунинг учун радио жуда оммавийдир.(...) Яна бунга тезкорлигини, жонли овознинг жозибасини қўшсангиз, уни бошқалардан (ОАВга нисбатан – Ю.О.) устунлигини англайсиз»¹. Аксар радио тадқиқотчилари, масалан К.Ф. Исмаилова жонли эфирда тайёрланган эшиттиришларни мавзуларига қараб: маърифий, ижтимоий, таълимий эшиттиришлар каби туркумлаган². Россиялик мутахассислардан Е.А. Стрельникованинг ёндашуви эса қуйидагича: «Дастур жанри ва унда қайтариқли алоканинг қай усулидан фойдаланаётганлигига қараб, биз ҳудудий эфирдаги интерактив дастурларни қуйидаги йўналишларга таснифлашни тавсия этамиз:

- **ахборий** – интерактив баҳслар,
- интерактив интервью,

¹ Почепцов Г. Теория и практика коммуникации. – М.: Центр.1998. – С. 228.

² Исмаилова К. В режиме прямого эфира. – Т.: Международный центр переподготовки журналистов, 2007. – С. 36-44.

- **кўнгилочар** – интерактив уйинлар,
- интерактив табриклар»¹.

Жонли эфир оркали узатилаётган дастурларни бевосита интерактивлик жиҳатидан тадқиқ қилишда эшиттиришнинг ижтимоий аҳамиятига қараб таснифлаш тўғридир. Чунки интерактив журналистикада мавзу ёки йўналиш бошловчи ихтиёрида бўлгани билан жонли эфирда аудитория эҳтиёжига қараб дастурда ўзгаришлар бўлиши мумкин. Шу боис жонли эфир эшиттиришларини уларда қатнашадиган коммуникация субъектларини ҳисобга олган ҳолда туркумлаш самаралидир.

Бугунги кунга келиб, радиоканалнинг рейтингини баҳолашда интерактивлик, бевосита мулоқотга асосланган жонли эфир самараси қатта аҳамиятга эгадир. Ўзбекистонда жонли эфирни тадқиқ этган ётақчи мутахассислардан Климентина Исмоилованинг таъриф беришича, «Жонли эфирда энг муҳими – воқеа-ҳодисаларни ҳақиқий ҳаётга иложи борида яқин қилиб тасвирлашдир... Воқеа-ҳодисалар руҳиятига «қириб», унинг бевосита иштирокчисига, гувоҳига айланаётган аудиториянинг бу жараёнга қизиқиши ҳам қатта»². Бугунги кунда юртимизда FM тўлкинларида фаолият юритаётган кўплаб радиостанцияларнинг жонли эфирдаги эшиттиришларида мазмуни, йўналиши, услуби ва эфир воситалари турлича бўлган дастурлар тайёрланади. Уларнинг аксариятини журналистнинг ўзи тайёрлаб, эфирга узатадиган муаллифлик дастурлари ташкил этади.

1. Муаллифлик дастурларида эфирнинг коммуникация жараёнида икки субъект – мухлис ёки мухлислар ва бошловчи қатнашуви назарда тутилади: бири студияда эфирга чиққан бошловчи, иккинчиси эса уйда ёки йўлда радио тинглаб, қўнғирок қилиб, эфирга уланган гингловчидир.

¹ *Стрельникова Е.А.* Интерактивное радиовещание на региональном радио: на примере Оренбургской области. Дисс.на соис. уч. ст. канд. фил. Наук. М., 2007. – С.73.

² *Исмаилова К.* В режиме прямого эфира. – Т.: Межд. центр переподготовки журналистов, 2007. – С. 7

Бошловчи
Аудитория

Дастурлар маълум тоифадаги аудиторияга йўналтирилган ёки кенг аудиторияга мўлжалланган бўлиши мумкин. Баъзиларида ихтисослашув кузатилади. Эшиттиришни ташкил этган, унинг йўналиш ва ғояларини ўйлаб топган журналист шу соҳани ўзи яхши билиши, унинг барча сирасорларидан хабардор бўлиши такозо этилади.

Муаллифлик дастурининг тузилишини тахминан шундай белгилаш мумкин:

- радиостанция ролиги (ёки жингл);
- дастур анонси (очкич анонс);
- хомий ролиги;

– дастур ва унинг шарти билан бошловчининг таништируви. Бу эшиттиришнинг кириш қисми бўлиб, бундан кейин телефон қилган мухлислар билан бошловчи мулоқоти уланади.

Дастур сўнгидаги хайрлашувда бошловчи:

- дастур ҳақида яна бир бор маълумот беради;
- унинг кейинги эфирга чиқиш вақтини эълон қилади;
- агар ютуқлар бўлса, уни қандай олиб кетиш йўлини ёки боғланиш учун телефон рақамларини эълон қилади;
- совғаларни тақдим этган хомий маҳсулотининг рекламасини эълон қилади;

– ва нихоят, радиостанция ролиги эфирга узатилади. Сўнг, реклама ва қўшиқ билан дастур якунланади. Радиодаги муаллифлик дастурлари ўзларининг йўналишлари ва ғояларидан катъи назар, аксарият ҳолларда тахминан ана шундай тартибда тузилади. Баъзи радиостанцияларда дастур бир неча соат давом этса, янги соат бошида янгиликлар блоқи эфирга уланади. Бундан ташқари, маълум вақт оралиғида рекламалар дастаси

хам берилади. Аҳамиятли жихати шундаки, бундай дастурлар аудитория менталитетини ҳисобга олиб тайёрланади. Шунинг учун муаллифлик дастурларни таснифлаётганда миллий ва замонавий хориж журналистика мактабига суяниб иш кўришга тўғри келади. Уларнинг баъзилари ҳақида тўхталиб ўтсак.

Маърифий-маданий дастурлар, таълимий лойиҳалар маълум тоифадаги тингловчилар учун мўлжалланади. Масалан, мактаб ёшидагилар, ёши катталар, уй бекалари, мусиқа ихлосмандлари, спорт ишқибозлари. Маърифий дастурлардан барча давлат ва нодавлат радиоканаллар амалиётида фойдаланилади. Радиостанция бундай дастурлар орқали ўзининг бир неча манфаатларини кўзлайди:

- маълум тоифадаги аудиторияни ўзига жалб қилади;
- лойиҳа таркибида бир неча бор реклама тўпламлари, радиостанция анонсини бериш имкониятига эга бўлади.

Викторина ўйинлари маълум мавзуга йўналтирилган бўлиб, тингловчиларнинг топқирлиги ва ҳозиржавоблигини синаш учун ўйналади.

Викторина ўйинларида тингловчи ўзининг ички имкониятларини намойиш қилиб, эфирда овозини кўпчилик тинглаши мумкинлигидан завкланиши табиий. Кўп жихатдан бу ўйинлар барча ёшдаги ва тоифадаги тингловчилар учун мўлжалланган. Унда иштирок этиш учун маълум билим, ихтисослашув ёки ёш чегаралари мавжуд эмас. Викторина ўйинларида ғолиб бўлиш учун мантикий жавоб топиш етарли. Агар ғолибларга ҳомий совғаси тақдим этилмаган бўлса, тингловчиларни кизиктириш учун эфир орқали салом йўллаш имконияти берилади. Бу каби осон ўйинлар босқичма-босқич олиб борилмайди. Бошловчи викторина ўйин шартларини тузаётганда аудиториянинг савияси, миллий урф-одатлар, менталитетни ҳисобга олиши керак. Шундагина унинг бошловчилик ижодий қобилияти намоён бўлади. Агар хориж тажрибасидан кўчирилган дастур аудиториянинг ўзига хос хусусиятларига мослаштирилмаса, уларга тингловчиларни кизиктириш мушкул бўлади.

Қоидага кўра, саволларнинг вариантлари берилади. Ўйин шартларида унинг кечиши бошловчига боғлиқдек туюла-

ди. Аммо унда берилган саволлар махсус тайёргарлик талаб қилмагани ва маълум аудиторияга мўлжалланмай, ҳордик олишга хизмат қилиб, ҳазиломуз тузилгани учун дастурни викторина ўйинларига киритишимиз учун асос бўлди. Интер-актив радио бўйича россиялик мутахассис Андрей Бубукин буни радиобизнес сифатида таърифлаб: «Радиобизнес миждозларни жалб қилиб, олиб қилишга боғлиқдир»¹, – деб таъкидлайди.

Ток-шоу дастурларида икки ва ундан ортиқ коммуникация субъектлари иштироки кузатилади. Ток-шоу дастурларини тайёрлаш бошловчидан катта тайёргарлик талаб этмайди. Аммо дастурнинг негизида интерактив жараёнинг муҳим жихатлари жамланганлигини ҳамма ҳам билмаса керак. Чунки савияси юкори бўлган маърифий-таълимий дастур ёки викторина ўйинидан фарқли ўларок, студияга суҳбатдош чақириш интерактив жараёнга янги коммуникация субъектини киритади. Бугунги кунда суҳбатдошни студияга чақириб, аудитория билан телефон орқали боғланиб савол–жавоб қиладиган дастурлар барча давлат ва мустақил радиоканаллар амалиётида кенг қўлланилади. Суҳбатдош кўтарилган мавзунини ҳар томонлама таҳлил қиладиган, дастурда муаллифнинг таъсирини камайтиради. Бошловчи аудитория билан суҳбатдошларни «учраштирувчи» воситачига айланади, холос.

5-жадвал

Дастур бошловчиси	Суҳбатдош
Аудитория	

Эшиттириш жонли эфирга узатилгани учун режиссёр ёки бош муҳаррир назорати кузатилмайди. Аудитория вакиллари интерактив жараёнинг тенг ҳуқуқли иштирокчисига айлана-

¹ www.guzey.com

дилар. Шунинг учун бундай дастурни ток-шоу жанрига кири-
тиш мумкин. Дастурла:

- муаллиф ва тахририят фикрини акс эттирувчи бошловчи;
- мавзун мутахассис сифатида яхши билувчи студиядаги (ёки телефон оркали боғланган) меҳмон;
- бетараф фикрлари билан эшиттириш ҳаммуаллифига ай-
ланган тингловчилар қатнашади.

Бунда «ток-шоу» атамасига бироз тўхталсак. Бугунги
кунда шоу-бизнес, шоу-дастур каби ўзлашган сўзлар асосан
кўнгилочар воситалар сифатида мулоқотга кирган. Аммо
муаммога чуқурроқ ёндашсак, аудитория жонли эфир им-
кониятларини мустакил радиостанцияларнинг рекреатив
мулоқотларини тинглаб, уни кўнгилочар восита сифатида
қабул қилганлигини таъкидлашимиз мумкин. Худди шундай,
интерактив телевидениедаги аксар кўрсатувлар ҳам, асосан
хордик чиқаришга қаратилгани учун, ток-шоу деганда фақат
кўнгилочар мавзудаги ахборий материал сифатида тушунила-
ди. «ОАВнинг кўнгилочар тармоғини, одатда, рекреатив (ло-
тинчадан *recreatio* – қайта тикловчи) деб аташади. Рекреация
– хордик, меҳнатдан сўнг куч-қувватни тикловчи маъносини
англатади. Авваллари журналистиканинг бу кўринишига паст
назар билан қарашган. Аммо инсоннинг хордикка, кўнгил
очишга интилиши табиий бўлгани каби, журналистиканинг
бундай тармоғининг ривожланиши ҳам табиийдир. Шун-
дай бўлса-да, бугунлай аудиториянинг ихтиёрига берилиб,
баъзи хусусий радиостанцияларга ўхшаб, ОАВнинг фаоли-
ятини кўнгилочар дастурлар билан чеклаб бўлмайди»¹. Ҳар
қандай кўнгилочар дастурлар каби улар тингловчиларни тез
ўзига жалб қилади. Уларни тайёрлаш бошловчидан катта
тайёргарлик талаб этмайди. Аслида гапириб-кўрсатиш,
яъни ток-шоу одамларни мулоқотга чакириб, бир нечта
коммуникация субъектлари иштироки асосида тайёрланган

¹ Цвик. В.Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика.
Москва: Аспект Пресс, 2004. – С. 166.

ахборий материал деб талкин килинса, ҳақиқатга яқин бўлади, назаримизда.

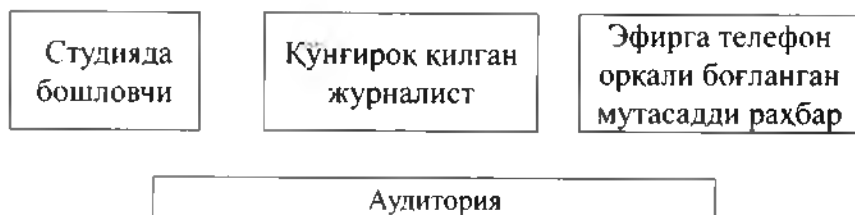
Телефон кўнғироқлари имкониятларидан кенг фойдаланиш йўлга қўйилаётган даврда журналистларнинг воқеа-ходиса содир бўлаётган жойидан жонли эфирда репортаж тайёрлаши радио амалиётида кенг қўлланила бошлади. Бундай репортажлар давлат ва нодавлат радиоканалларида асосан янгилик дастурларида эфирга узатилган. Сиёсий-иқтисодий ёки ижтимоий мавзудаги репортаж жараёнида журналист воқеа-ходиса содир бўлаётган жойдан телефон кўнғироғи орқали боғланади. Бундай репортаж радионинг тезкорлик хусусиятини акс эттирувчи энг замонавий жанр кўринишини ифодалайди.

Шу ўринда *жонли репортаж* иборасига тўхталсак. Уни баъзи мутахассислар телефон репортажи¹ шаклида, инглизлар эса, «2 way»² ибораси билан аташади. Унинг у ёки бу атамаси илмий таҳлил килинмаган бўлиб, асосан касбга доир атама сифатида қўлланилади. Аҳамиятли жиҳати шундаки, у бевоқифа, фақат жонли эфирга хос бўлган янги кўринишдаги жанр бўлиб, масофавий эфирга уланишни, икки томонлама алоқани ифодалайди. «Шуни таъкидлаш керакки, ахборот дастурлари мухбирларининг воқеа-ходисалар жойидан тўғридан-тўғри уланишлари радионинг тезкорлик ва долзарблик хусусиятини ниҳоятда оширди. Бу уланишлар тингловчиларни «қайноқкина» ахборотни эшитиш имкониятини яратди»³. Жонли репортажда катнашаётган коммуникация субъектларини ҳисобга олиб, эшиттиришнинг тахминий тузилишини чиқишга ҳаракат қилдик.

¹ Исмаилова К.Ф. В режиме прямого эфира. Т.: Международный центр переподготовки журналистов. 2007. – С.14.

² Филимоновых Е. У меня зазвонил телефон. Время работать на радио. М.: – 2002 С.66

³ Исмаилова К.Ф. «Радиоинформация». Учебн.пособие. – Т.: «Университет». 2002. – С.130.



Телефон орқали эфирга уланаётган журналистдан эфир талабларига тўғри келмайдиган ортикча овозлар, шамол, телефон носозликлари каби техникавий «шовкин»ларни бартараф этиш талаб қилинади. Бошқа жанрлардан фаркли ўларок, жонли репортажда телефон орқали эфирга уланган журналист айрим маънода ўзи ҳам ахборот берувчи-респондентга айланиб қолиши мумкин. Жонли репортажда студиядаги бошловчи саволларига жавоб бераётган мутасадди рахбар бир вақтнинг ўзида ҳам аудитория вакили, ҳам мутахассис сифатида эфирга уланади.

7-жадвал



Респондент воқеа-ҳодиса содир бўлаётган вақтнинг ўзида эфирга уланадиган бундай репортажларда мутахассислар воқеаларга ўзларининг субъектив баҳосини бериши мумкин. Респондентнинг бераётган жавобига кўра, рахбарлик қилаётган ташкилотларининг нуктаи назарини билиб олиш осон. Жойида телефон кўнғирок орқали боғланган мутасадди рахбар маълумотлари ўзи ишлаётган ташкилот манфаатларига хизмат қилиб, ахборот субъектив бўлиши мумкин.

Мустиқил радиостанциялар фаолиятида жонли репортажлардан хатто кўнғилочар дастурлар, викторина ўйинларида

ҳам самарали қўлланилади. Кўнгилочар мавзудаги бундай дастурлар жонли репортажнинг имкониятлари нақадар кенглигини очиб беради. Улар радиоканални ўзини ўзи реклама қилиб, тингловчилар эътиборини қаратиш учун атайлаб уюштирилган бўлса ҳам, эшиттириш жонли тайёрлангани, унда воқеа-ҳодисалар ривожини шу пайтнинг ўзида содир бўлаётгани дастурнинг масофавийлик, интерактивлик жиҳатидан самараси юқори эканлигидан далolat беради.

Бу каби жонли репортажлар тайёрлаш бугунги кунда юртимизда фақат радио амалиётида кенг қўлланилмоқда. Телевидениеда жойидан туриб журналистнинг эфирга чиқиши бошловчининг маҳоратидан ташқари оператор, техник ходимнинг малакали меҳнатини, замонавий ускуналар бўлишини талаб этади. Шунинг учун тезкорлиги ва нисбатан арзонлиги билан радионинг жонли эфир имкониятлари кенгрок.

3-БОБ. ИНТЕРАКТИВ ЖУРНАЛИСТИКАНИНГ ҚАЙТАРИҚ АЛОҚА ИМКОНИЯТЛАРИ ВА МАҲОРАТ МУАММОЛАРИ

1-§. Интерактив журналистикада журналистнинг касбий маҳорат муаммолари

Ҳар бир материал ранг-баранг ҳаётнинг бир бўлагини, одамлар юрагидаги дардли сўзини, айтолмаган гапини, армонга айланган орзусини акс эттириши керак. Журналист ўзига юкланган масъулиятли вазифани англаши, халқининг ишончини оқлаши зарур. Шундагина ОАВ халқ ҳаёти билан боғланган ришталари узилмасдан, одамларнинг энг яқин ҳамроҳига айланади. Мустабид тузум даврида партия-хукуматнинг «дастёр»ига айланган журналистнинг эркин ижод қилиш, фикр юритиш ва фикрини эркин ифодалаш имконияти чекланган, бу йўлга турли тўсиқлар қўйилган эди.

Ҳозир ҳам журналистда, ҳам аудиторияда танлаш имконияти бор, журналист хоҳлаган ОАВда ишлаши, аудитория эса танлаганини тинглаши мумкин. Журналист давр талабига мос келадиган эшиттиришлар учун ўзи истаган мавзунини тан-

лай олади. Шунга яраша бугунги кунда ОАВ олдига янги талаблар қўйиляпти. Аудитория юрагига йўл топа олиши учун журналистлардан энди ўзлари устида тинмай ишлашлари такозо этиляпти. Авваламбор, узок тарихимизни ўрганиш, бой маданий меросимизни тиклаш, миллий ғурур ва ифтихор туйғуларини ҳар бир тингловчи калбида уйғотиш ва уларни боқимандалик ҳиссиётларидан халос этиш янги демократик жамият қуришнинг асосий талабларидандир. Бу эса, ўзлигини англаш, журналистиканинг авваллари ўрганилмаган турли соҳаларини, янги йўналишларини топишдан иборатдир.

Журналистлар учун бугунги кунда тингловчи кизиқишларини ўрганиш давр талабига айланган. Бунда аудиторияни тадқиқ этишда социология ва психология соҳаларининг таъминилларини билиб, ўз фаолиятига сингдира олган журналистнинг ижоди бесамавр бўлмайди. Бунинг учун муҳарририятга келадиган хатлар ва телефон қўнғироқлари, билдирилган фикр-мулоҳазаларни эътиборга олиб, уларни таҳлил қилиш ва чуқур ўрганиш йўлга қўйиляпти.

Интерактив жараёнлар акс этган жонли эфир дастурларини тайёрлашда юртимиз ОАВларида барча техник имкониятлар яратилган. «Оммавий ахборот воситалари мамлакатда юз бераётган жараёнларга турлича қарашларни эркин ва ҳолис ифодалашга қодир бўлиши, ҳокимият билан жамият ўртасида ҳолис воситачи бўлиши ва муҳими, инсон ҳамда жамият манфаатларининг фаол ва изчил ҳимоячиси бўлиши учун ахборот олиш, таҳлил қилиш, ишлаш ва етказишнинг замонавий усулларини ва воситаларни ўзлаштиришда уларга ёрдам бериши зарур»¹. Замонавий ускуналар билан таъминланган студиялар ёрдамида эфирга узатиладиган эшиттиришлар кундан-кунга ўз тингловчилари сонини кўпайтирмоқда. Бугунги кунда радиодаги муаллифлик дастурларни олиб бориш чоғида бу жараёнга тайёр бўлмаган ёки унинг моҳиятини тўла тушунмаган

¹ Энг содиқ дўст, энг зарур ҳамроҳ. // Тўплаб нашрга тайёрловчи С.Остонов /, – Т.: Ўзбекистон, 1998. – Б. 88.

бошловчилар эфирда ахлокий меъёрларни бузиш ҳолатларига йўл қўйяптилар.

Ўзбекистон радиостанцияларида бевосита мулоқотларнинг эфирга узатилиши, бугунги кунда радионинг ахборот жамиятида ўз ўрнига эга бўлаётганидан далолат беради. Бу жараён эса, ахборот етказувчилар олдига янгидан-янги талабларни қўйиши табиий. Авваламбор, интерактив жараённинг ўзига хос коммуникативлик жиҳатларини ҳисобга олган ҳолда иш юритиш ҳар бир замонавий бошловчи олдига қўйилган бирламчи талабдир.

1. Журналистнинг касб одоби мезонлари. Интерактив жараён имкониятлари журналистнинг барча қобилиятлари намён бўлиши учун шароит яратган. Аммо бу эркинлик журналистга маълум мажбуриятларни ҳам юклашини ижодкор билиши зарур. Мутлоқ эркинлик бўлмайди, ижодкорнинг дунёқараши, касбий масъулияти ва шахсий ёндашувидан келиб чиқиб, у ўзини ўзи назорат қилиши керак. Журналистларнинг маълум меъёр ва мезонлар асосида фаолият юритишлари чет давлатларда қонун-қоидаларга мувофиқлаштирилган. Масалан, «ТСН» (Телевизионная Служба Новостей) Ахборот Агентлиги 1998 йилда имзолаган меморандумда қуйидагиларга эътибор берилган:

«Олиб борувчига қуйидагилар тақиқланади:

- «Мен» олмошини ишлатиш;
- меъёрда бўлмаган лексикани қўллаш, профессионализм, арго ва жаргон сўзларни ишлатиш;
- афоризм, анекдотларни келтириш;
- эфир пайтида техник суҳбатлар олиб бориш;
- эфирда узр сўраш (...)»¹.

Интерактив дастурларда монтаж, бош муҳаррир назорати каби кўпгина ижодий ва техникавий тўсиқлар бартараф этилса ҳам, журналистга касбий-ахлокий мезонлардан четга чиқиш ҳуқуқи берилмайди. Чунки замонавий техник жиҳозлар жур-

¹ Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. – М.: Медиа, 2003. – С. 413.

налистлар олдида кенг имкониятлар очиб беради. Тан олиш керак, аввалги журналистга қўйиладиган талаблар билан киёслаганда, замонавий бошловчининг эфир масъулияти, маҳорати ва нутқ маданияти, сўз бойлиги анча кучли бўлиши зарур. «Журналист ўз фаолияти билан жамият ҳаётида бевосита иштирок этади. У касб тақозосидан келиб чикиб, доимо жамият «пульси»дан бохабар туради. Унинг ёзганлари (ТВда кўрсатганлари, радиода эшиттирганлари)дан кўпчилик баҳраманд бўлади, демак, таъсирланади. Таъсирлангани, таъсирга берилди дегани. Кўринадики, журналист жуда кўп сонли фуқарони маълум бир таъсир доирасига олиб кириш имконияти ва қудратига эга. Бу – ҳам шараф, ҳам масъулият»¹.

АҚШ Профессинал Журналистлар Жамияти томонидан 1993 йили қабул қилинган ЭТИКА КОДЕКСИнинг учинчи бўлимида қуйидагилар эътироф этилган: «Журналист ва муҳаррирларнинг шахсий ҳаёти – уларнинг касбий фаолиятига зид келмаслиги керак. Биринчи ўринда журналистнинг жамият олдидаги масъулияти туради. Ва бу – унинг касбини белгилловчи асосий омилдир»². Интерактив дастурларнинг бошловчилари кундалик ҳаётда доим эл назарида бўлганлари учун инсоний фазилатлари билан ҳам тингловчиларга ўрнак бўлишга мажбурлар.

Бугунги кунда жонли мулоқотларда асосий муаммолардан бири бошловчилар интерактив дастурларга тингловчиларни кўпроқ жалб қилиш мақсадида аудиторияга мослашадиган бўлишганидир. Шу мақсадда этика меъёрларидан четга чиқиш ҳолатлари ҳам кузатишмоқда. Шунинг учун мухлисларнинг жонли мулоқотдаги бекиёс ўрнини эътироф этган ҳолда, бу жараёнга тингловчиларни ҳам тайёрлаш шу соҳа мутахассисларининг бугунги кундаги вазифаси эканлигини таъкидлаш жоиз. Аудитория билан ишлаш ижтимоий ва сиёсий аҳамиятга эга бўлган жараёндир. Ток-шоуга мухлисларни

¹ *Дустмуҳаммад Х.* «Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари». – Т.: Ўзбекистон. 2005. – Б.53

² *Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы.* – М.: Медия, 2003. – С. 35.

жалб қилишдан мақсад факат канал рейтингини ошириш эмас, балки одамларни маълум ижтимоий муаммога диққатларини торттишдир.

Бундай дастурлар орқали бошловчи ёки студияга чакирилган меҳмон эфир имкониятларидан келиб чиқиб, муаммони ҳал қилмасалар-да, унинг ечимини тингловчилар билан бирга излашади, кийин вазиятдаги одамларга ҳамдард бўлишади. Масалан, ижтимоий мавзудаги интерактив дастурлар билан эфирга чиқаётган Россиядаги «CITI FM»¹ радиостанциясининг ўтказган социологик тадқиқотларига кўра, респондентлар учун каналнинг ижтимоий мавзудаги интерактив дастурлари кўнглига яқин мавзуда мулоқот қилишнинг асосий воситаси экан. Муаммоли интерактив лойиҳалар орқали одамлар ўзаро мулоқот қилиб, фикр, ахборот, тажриба алмашиб, энг муҳими, бир-бирларини тинглашар экан.

2. Журналистнинг аудитория олдидagi масъулияти. Ҳар бир жонли эфирга уланадиган бошловчи ўзининг қобилиятини дастурнинг биринчи дақиқалариданок намойён эта олиши мумкин. 30 дақиқа, бир ёки икки соат давом этадиган дастурларда кўпроқ мухлислар билан телефон орқали боғланиш керак. Одатда, агар мухлис тўғри жавоб бермаса, яъни телефон орқали яна бир боғланишга зарурат туғилса, уларнинг орасига эфирда мусиқа ёки кўшиқ узатилади. Муаллифлик кўнгилоҷар дастурларига мусиқа, қуй ва кўшиқлар эшиттириш гоյ ва йўналишига қараб алоҳида танланади.

Эшиттиришнинг мавзусини, студиядаги меҳмонларини танлашда ва уларнинг ўзаро маданиятли суҳбатини таъминлашда бошловчиларнинг аҳамияти катта. Қарама-қарши тарафларнинг фикрлари аудиториянинг диққатини торттиши билан бирга, агар маълум вақт ва ҳиссиётлар меъёрларида чекланмаса, эфирда жанжалга айланиб кетиши мумкин. Чунки қарама-қарши тарафлар бўлган воқеа-ҳодисаларда бир-бирини айблаши, ҳиссиётлар натижасида уришиб кетиши

¹ www.Re-port.ru

ёки ўзаро ҳақоратлашишлари ҳам мумкин. Кундалик ҳаётда учрайдиган суҳбатдошларнинг ўзаро келишмай, барабар гапириши эфир учун кечирилмас маданиятсизликдир. Айнан шу жиҳатдан Ўзбекистон радиосидаги маърифий, адабий, тахлилий ток-шоулар мақсадга мувофиқ тайёрланган. Албатта, бу ўринда уларнинг мавзуси ижтимоий ҳаётнинг энг долзарб муаммоларини кўтармаганини, студиядаги суҳбатдош, тингловчи, бошловчилар миллий менталитетдан келиб чиққан ҳолда бир-бирига ҳурмат юзасидан етарли даражада ҳолис ва самимий фикр билдирмаслигини айтиб ўтиш мумкин. Кескин фикрлар билдирилмаслиги ҳам уларда касбий-ахлокий меъёрлар бузилишининг олдини олади. Бошловчи билан студиядаги суҳбатдош ўртасида маълум одоб меъёри сақланган. Дастур ҳар бир меҳмонининг ўзига хос ўрни ва ҳурмати бор.

Ўзбекистон радиосининг неча йиллик тажрибасига таяниб шуни айтиш мумкинки, студияга чақирилган меҳмон эфирда ўзбекона лутф билан «кутиб» олинади (саломлашилади, ҳолаҳвол сўралади). Шу билан бирга, кўнгирок қилган тингловчи ҳам, албатта, саломлашади, бошловчи ва меҳмонга эзгу тилаклар билдириб туриб, саволини беради ёки фикрини изҳор этади. Студиядаги меҳмон билан бошловчининг ўзаро таништириш одоби бор.

Ғарб радиоканалларининг бошловчилари муаммони кўтарар экан, ўзининг меҳмони билан «жаноб», «хоним» каби эпитетларни қўллаб, ўзаро масофа сақлашга ҳаракат қилади. Уларнинг гапириш темпи тез, интонацияси кескин. Бошловчи қарши тарафга аямай савол бериб, сўзини бўлиши, ўз фикрини айтиши мумкин. Агар эътибор берилса, кўп ҳолларда бутун эшиттириш негатив руҳиятда олиб борилади ва имконият борица муаммонинг барча салбий жиҳатларини очиб беришга ҳаракат қилинади.

Юртимиз давлат радиоканалларининг интерактив дастурларида, аксинча, тингловчи, бошловчи ва студиядаги меҳмон орасида ҳеч қандай зиддиятли вазият ёки ҳолатни юзага келтирмасликка ҳаракат қилинади. Асосий мақсад – муаммонинг ечимини топиш билан бирга, ўзаро ҳурмат ва эҳтиром масофа-

сини саклаб колиш. Бундай ток-шоулар мавзуси ҳам нейтрал тарзда танланади. Яъни, бундай мавзулар донмий, ҳар қандай даврда ҳам эскирмайдиган, тингловчи ва студиядаги меҳмон ўртасида зиддиятлар туғдирмайди.

Интерактив жараён ижодкорларидан бири бўлган журналист катта аудитория олдидаги ўзининг масъулиятини ва жавобгарлигини сезиши керак. Масалан, гапга чечан мухлиснинг сўзини ўз ўрнида кўнглини оғритмайдиган қилиб бўлиб қўйиш, викторина саволларига тўғри жавоб топа олмаган аудитория вакилининг иззат-нафсини ҳисобга олган ҳолда ўйинни давом эттириш. Эфирдаги бошловчи аудитория вакили билан мулоқот қилар экан, ўз суҳбатдошининг ёши, жинси, маълумоти, ижтимоий келиб чиқишидан қатъи назар, ҳолисона муомалада бўлиши зарур. Интерактив дастурларининг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб, аудитория севимли бошловчиларига беихтиёр таклид қилади. Шунинг учун журналист эфирга чиқишдан аввал ўзига катта талаб қўйишига тўғри келади. Масалан, тамаки маҳсулотларини чекадиган бошловчининг эфирда одамларни чекмасликка ундаши кулгили ҳол. Шунинг учун одамларни эзгуликка ундайдиган дастур бошловчилари ижобий фазилатлар эгаси бўлиши керак. «Журналист матбуот орқали биринчи навбатда халқ билан, ўз муштарийлари ва ўқувчилари билан мулоқотга киришади. Мулоқотга киришаётиб, ҳозирги тил билан айтганда, аудиторияни ҳисобга олмаслик барча сазъ-ҳаракатни чиппакака чиқаради»¹. Авваламбор, интерактив жараённинг ўзига хос коммуникативлик жиҳатларини ҳисобга олган ҳолда иш юритиш ҳар бир журналист олдида қўйилган бирламчи талабдир.

Эфирга чиққан журналист ижодий қобилият эгаси бўлишидан аввал, етук инсоний фазилатлар эгаси бўлиши керак. Бошловчилар ўзларини мухлис олдида «вазият эгаси»дек ҳис қилишлари мумкин. Аммо касбий-ахлокий мезонлардан келиб чиқиб, журналист ҳолис позицияда туриши керак. Ау-

¹ *Дўстмухаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил: /Монография//* – Т.: Янги аср авлоди, 2007. – Б. 85.

дитория вакили субъектив фикр билдириши мумкин. Бу унинг шахсий ҳукуки. Агар бошловчи мухлис билан тенглашадиган бўлса, эфир «гап жанги»га айланиб кетади. 1993 йилда қабул қилинган «МТРК «МИР» ходимлари учун касбий этика қоида»сида шундай дейилади: «Журналист (...) бирон бир қатлам, этник гуруҳ, сиёсий партия, окимнинг кизиқишларини намоён қилмайди. Балки, факат маълумотларни узатади, уларни жамиятга тақдим этиб, ўзи таҳлил қилиб, ҳулоса чиқаради»¹. Жонли эфир доимо қутилмаган вазиятларга бой бўлади. Шунинг учун амалиётда учраш эҳтимоли бўлган ҳар қандай ҳолатда тўғри йўл кўрсатадиган одоб-ахлоқ меъёрларини ишлаб чиқиш қийин. Шу сабабдан ҳар қандай вазиятда барча масъулият бошловчининг ички маданияти, маънавий бойлигига боғлиқ бўлади.

3. Жонли эфирда журналистнинг ўрни. Журналист интерактив жараён хусусиятларини ҳисобга олиб, жиддий тайёргарлик кўриши зарур. Чунки жонли мулоқот пайтида бошловчилар бир пайтнинг ўзида режиссёр, оператор, мусика муҳаррири, бошловчи, муҳаррир вазифаларини бажаришади. Муаллифлик дастурини тайёрламокчи бўлган бошловчи қуйидагиларга эътиборини қаратмоғи зарур:

- шунга ўхшаш дастур бошқа каналларда эфирга узатилмаётганини аниқлаш;

- лойиҳанинг гоё, йўналиш, таркибий тузилмасига кўра ўзининг анонсини, жинглларини, мусикаларини танлашига;

- дастур ролигини ишлаб, ҳафганинг бошқа кунларида вақти-вақти билан уни эфирда реклама тарзида узатиб, аудитория эътиборига тушишга;

- иложи бўлса, дастурга ҳомий топишига;

- дастурнинг тахминий аудиториясини аниқлаб, олдиндан ғолиблар учун совға ҳозирлаб қўйишига аҳамият бериши керак.

Аудиторияни жалб этишнинг яна бир усули – мавзунинг мухлислар учун нихоятда қизик ва муаммоли қилиб

¹ Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. – М.: Медия, 2003. – С.413.

қўйилишидадир. Бунда ижтимоий, иқтисодий, сиёсий мазмундаги долзарб мавзуларни танлаш керак.

Муаммоли интерактив лойиҳалар ишлаб чиқаётганда журналистлар олдида бирмунча талаблар қўйилади. Биринчи навбатда, куннинг долзарб мавзусини топиш керак. Бу муаммо киш кунлари иссиқлик тармоқларидаги масалами, ёки бозорларда нарх-навонинг сунъий ошиб кетишидан тортиб, сиёсий майдондаги ўзгаришларгача бўлиши мумкин. Сиёсий янгиликлар билан кундалик ҳаётдаги муаммоларнинг кетма-кет танланиши аудиториянинг барча қатламини эфирга тортишнинг энг осон усулидир. Муаммоли масалани эфирга олиб чиқишдан аввал ишончли далиллар келтириш керак. Айни чоғда радиода овозли ёзувларни, телевидениеда кадрли лавҳаларни қўллаш яхши натижа беради. Бунда муаммо ечимига дахлдор бўлган мутасадди раҳбарлардан олинган интервьюлар қаторида оддий аҳолининг ҳам суҳбатларини тайёрлаш масаланинг ҳар тарафлама ёритилиши учун замин ҳозирлайди. Шу билан бирга, илмий таҳлиллар натижаси ёки социологик тадқиқотлар маълумотларини ҳам қўшимча тарзда келтириш мумкин. Бошловчи муаммони кизикарли тарзда эфирга узатиш керак. Бунда телевидение ва радиода унут бўлаётган фельетон ёки журналист текшируви жанрларидан фойдаланиш мумкин. Саҳифа рукнининг номи ҳам жумбокли ёки кинояли шаклда ишлаб чиқилса, эфир бошиданок тингловчилар диққати жалб этилади.

Материал тайёрлашда оддий аудитория содда услубни ёктиришини унутмаслик керак. Муаммоли материал тайёрланаётганда ҳамма тушунадиган оммабоп тилда сўзланиш керак. Илмий атамалар, номаълум жой номлари келтирилса, албатта, уларни шарҳлаб ўтиш керак. Аудитория диққатини жаргон сўзлар билан жалб этгандан кўра халқ мақоллари келтирилса, ишонарли ва маданиятли бўлади. Афсуски, оддий мухлис диққатини жаргон ва ҳақоратли сўзлар тезда тортади. Бошловчилар учун уларни эфирда ишлатиш катта меҳнат талаб этмайди. Аммо ўзбек тилининг маданий мероси бўлган мақол, маталларни ўрганиш кўпроқ вақтни олади. Шундай бўлса-

да, аудитория эътиборини қутарилган муаммога тезда жалб қилиш учун халқ мақолларини ўринли ишлатиш катта самара беради. Масалан, ўз шарҳларида бундай тажрибани қўллаган тажрибали журналист Маҳкам Рискиевни ёши катта тингловчилар ҳалигача хотирлашади. У ўзининг тажрибасида сиёсат оламидаги шахсларга тимсолий баҳо бериб: «Туяни шамол учирса, эчкини осмонда кўр», «Бузокнинг югургани сомон-хонагача...» каби мақолларни ишлатиб, аудиторияга бўлаётган воқеа-ҳодисалар тафсилотларини яқинроқ ҳис қилишларига ёрдам берган.

Муаммони ёритганда, муҳарририят хулоса чиқаришни аудиторияга ҳавола қилиши керак. Журналистиканинг асосий тамойилидан келиб чиқиб, авваламбор журналистнинг ўзи муаммога ҳолис муносабат билдириши керак. Аниқроғи, умумий хулоса қилмай, бу вазифани аудиторияга қўйиб бериш зарур. Мавзу танлаганда журналист шахсий манфаатларидан келиб чиқмагани маъқул. Чунки далил келтирганда овозли ёзувларнинг монтажи журналист ихтиёрида бўлади. Аудиториянинг нотўғри хулоса чиқариб қўйиши ҳам кўп жihatдан бошловчи ҳиссиётлари ва касб-ахлоқига боғлиқ бўлади. Агар телефон қўнғироклари кўпайиб кетиб, уларнинг ҳаммасини эфирга бериб бўлмаса, қўшимча фикр билдириш имкониятини яратиш керак. Бундай қўшимча усулларга, жонли мулоқотга СМС овозларини йўллаш, интернет-сайтга мактуб жойлаштириш шакллари йўллаш мумкин.

Шу билан бирга, бошловчининг мавзуга тайёргарлик кўришини айтиб ўтиш мумкин. Масалан, таҳлил қилинаётган дастурда студиядаги меҳмон ҳақида бир оз маълумот бериб, у билан мухлислар яқиндан таништирилса, аудиториянинг мулоқотга кизиқиши ортарди. Бир соат давом этган жонли эфир давомида икки-учта бир-бирига ўхшамайдиган рукнлар ташкил этиш ёки яна бир меҳмонни таклиф этиш мақсадга мувофиқдир. Масалан, ёши катта шоир билан янги урф бўлиб келаётган ёш санъаткорни ҳам студияга чақириб, улар орасида баҳс-мунозара ташкиллаштириш мумкин. Бу вариантлар асосан бошловчи фаолияти ва маҳорати билан боғлиқ

муаммолар. Чунки аввал таъкидланганидек, барча жонли мулоқотлар жараёнида масъулият бошловчиларга юклатилади.

Мустакил ОАВ фаолиятига кенг йўл очиб берилганидан кейин эса, барча ОАВ орасида ўз аудиториялари учун тинимсиз ракобат вужудга келди. Бундай ҳолатларда асосий масъулият журналистлар зиммасига юкланди. Ҳар бир маҳоратли журналист ўз каналининг рейтингини ошириш мақсадида тинимсиз меҳнат қилиши табиийдир. «Ҳар бир радиостанция имижидан, авваламбор, унинг бошловчисининг имижига муҳимроқдир. Бунда олиб борувчининг инсоний фазилатлари, нутқ услуби, тингловчилар билан мулоқотга киришишнинг ўзига хослиги эътиборга лойиқдир»¹. ОАВнинг фаолиятида кузатилаётган айрим камчиликлар интерактив журналистикадан аудитория катта қисмининг кўнгли совишига олиб келди. «Мустакил радиостанциялар кўпайганидан кейин, уларда маълакали кадрлар етишмаслиги сезила бошлади. Айнан шу пайтда олиб борувчининг янги тури – «ди-джейлар» пайдо бўлди. Улар эфирни ҳеч нарса англаб қолмайдиган ва ижтимоий юки бўлмаган курук гаплар билан тўлдиришади. Бу эътироз, асосан, маҳаллий радиостанцияларга хос бўлиб, уларнинг эшитиришлари камталаб ва чаласавод ёшларга мўлжалланиб, қандай йўл билан бўлса ҳам эътиборни ўзига жалб қилишга ҳаракат қилади»². Ҳўш, бошловчиларнинг жонли эфирдаги бундай фаолиятга ўзларининг муносабатлари қандай экан? «Ўзингизнинг ди-джейлик ишингизни нима учун ёқтирасиз, деган саволга «Европа+» радиостанцияси бошловчиси Григорий Погосян: «Нимани хоҳласам, шуни валдираганим учун», деб жавоб берди»³.

Журналистнинг касб одоби муаммоларини таҳлил қилган мутахассис Ҳуршид Дўстмуҳаммад эса, жумладан, шундай фикр билдиради: «Ҳамонки, журналист фаолияти ҳамisha одамлар орасида кечар экан, ундан, биринчи навбатда, кишилар психологиясини ниҳоятда теран ўрганиш талаб этилади.

¹ Смирнов В.В. Формы вещания. – М.: Аспект ПРЕСС, 2002. – С. 73.

² Ўша ерда, С. 63.

³ Ўша ерда.

Одамлар билан ишлаш, улар билан муносабат ўрната билиш, пировардида эса, жуда кенг аудиторияга таъсир ўтказа билиш санъати, маъсулиятни ҳис этиш мажбурияти касбимиз психологиясига алоҳида ва жиддий эътибор қаратиш зарурлигини кўрсатади»¹. Шунинг учун ҳам интерактив дастурларни тайёрлашда журналистлар замонавий ҳамда миллий журналистика мактабига суянган ҳолда, интерактив журналистика услубларидан фойдаланишлари зарур. Телевизион кўрсатув тайёрлаётганда қанчалик ранг-баранг тасвирлар, турли ракурсларнинг кетма-кетлиги дастурнинг қимматини оширса, эшиттириш тайёрлашда турли мавзудаги, жанрдаги овозли ёзувларнинг иштироки тингловчиларни радиоприёмник олди-дан узоқлашмаслигини таъминлайди. Муаллифнинг эшиттириш тайёрлашга жиддий эътиборини тингловчиларни эфирга жуда чиройли тарзда жалб қилишидан ҳам кузатишимиз мумкин. Бир-бирини такрорламайдиган саҳифаларга турли жанрлардан фойдаланиб, ҳатто телефон кўнгиروقларига навбат беришни ҳам бадиий ечим сифатида тақдим этилишидан дастур ўзининг маърифий-мусикий йўналишига тўла жавоб берганидан далолат беради. Россиялик мутахассис Андрей Бубукиннинг «Интерактивлик: плюс ва минуслар» номли мақоласида жумладан шундай дейди: «Ўзининг мақсадли аудиториясини қизиқишларини қониқтириш, унинг дидини билиш ва хоҳишларини инобатга олиш радиостанцияларнинг бугунги кундаги асосий вазифасидир»². Интерактивликнинг асоси ҳисобланган аудитория иштироки кўп жиҳатдан журналистнинг бу жараёнга қай даражада тайёргарлигига боғлиқ.

1. Интерактив жараённинг лисоний талаблари. Қадим-қадимдан одамлар сўзнинг илоҳий кучига, унинг мўъжизакор таъсирига ишониб яшашган. Яхши тилак, қувончли оҳанг тингловчининг қайфиятини кўтарса, тушқунликдаги овоз унга салбий таъсир кўрсатади. Эфирда мулоқотга чиққан ҳар бир журналист аудиториянинг қалбига йўл топа оладиган, унга

¹ *Дўстмуҳаммад* Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил: /Монография// – Т.: Янги аср авлоди, 2007. – Б. 167.

² www.guzey.com

тушунарли ва кўнглига якин сўзлардан танлаб гапириши керак. Бугунги кун тартибда журналистларга қўйиладиган талабларни аниқлаштириш, тартибга солиш масалалари кўндаланг турибди. Уларни ҳал қилмасдан туриб, эшиттириш ва кўрсатувлар савияси, радио ва ТВ самарадорлиги, одамларнинг маънавий камолоти ҳақида гапириш қийин. «Ҳар бир журналист бундай шароитда самарали ишлашининг асосий омиллари – ўз фаолиятининг мақсадини аниқ тушуниш, ахборот алмашиши жараёнида ўзининг ижтимоий ва касбий ўрнини англашидир»¹.

Бошловчи эшиттиришда ғоя, мавзу, йўналиш, жанр танлашда мустақил бўлиши мумкин. Аммо асосий восита – тил ихтиёрий ўзгартирилмайди. Жонли эфир сўзлашув нуткида олиб борилишидан катъи назар, адабий тил нормаларига риоя қилиш зарур. Айтиш керакки, радиодаги жонли эфир масъулияти бошловчининг жиддий руҳий ва лисоний тайёргарлигини талаб қилади. Чунки: «Нутқ маданияти халқнинг, биринчи навбатда ёшларнинг услубий ва лингвистик тарбиясига таъсир қилади. Шунинг учун телерадиокомпанияларнинг маърифий фаолиятига катта аҳамият бериш керак»². Эфирдаги нутқ тўғри, соф, аниқ, мантикий изчил, таъсирчан, тушунарли бўлиши керак, аммо кўпинча бошловчилар нуткида қуйидаги камчиликлар учрайди:

- шева сўзларидан фойдаланиш;
- русча сўзлардан фойдаланиш;
- жаргон сўзларни ишлатиш;
- жумлаларнинг мантикий изчиллигига риоя қилмаслик;
- нутқ ритмининг бузилиши.

Шунга эътибор бериш лозимки, ҳар бир бошловчи талаффузини ўзи хоҳлаганча ўзгартириши мумкин эмас. «Афсуски, биз халқаро конференцияларда формализм ва сафсатабозлик гуллаётган даврда яшаймиз. Чунки дипломатлар узун, мурак-

¹ Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. – М.: РИИ-холдинг, 2001. – С. 260.

² Сенкевич М.П. Культура радио- телевизионной речи. – М.: Высшая школа, 1997. – С. 10

каб ва кўзбўямачи чиқишларнинг афзалликларини тушуниб қолишди.(...) Бу асосий муаммоларни яширишнинг энг осон йўлидир»¹. Дипломатлар узундан-узок чиқишлари орқали муаммоларни яширишар экан, радиостанцияларнинг бошловчилари эфирдаги «нутк»лари орқали хақиқий савияларини кўрсатмасликка ҳаракат қилишмаяпти? Ачинарлиси, ёшларнинг диди, савияси ана шундай шаклланиб қолиши мумкин. Бу каби муаммоларни ҳал қилиш, жонли эфир хусусиятлари ва ўзига хосликларни таҳлил қилиш замон талабига айланмоқда. Интерактив дастурларда монтаж, бош муҳаррир назорати каби кўпгина ижодий ва техникавий тўсиқлар бартараф этилса ҳам, журналистга касбий-ахлоқий мезонлардан четга чиқиш ҳукуқи берилмайди.

Сўнгги йиллар тингловчи услубига мослашадиган бошловчилар фаолияти жиддий танқидга олинди. Бошловчи учун шева ёки рус тилидан кириб келган сўзларни ишлатмаслик талаблари қўйилмоқда. Улар қаторида тингловчилар эфирга уланганда ўта маданиятли бўлиши, ўзга тингловчиларни ҳурмат қилиши бугунги кун талабларидан бирига айланди. Бунда аҳолининг умумий саводхонлиги катта аҳамият касб этади. Жонли эфир муаммоларига бағишланган тадқиқотлар ОАВда ёритилиб, оммабоп журнал ва рисолаларда нашр қилинса мақсадга мувофиқ бўлади. Аксарият одамлар радио ва телевидениеда берилган материалга таклид қилишади. Жонли эфирда сўқиниш ёки ҳақоратли сўзлар ишлатилиши, айниқса, ёшлар тарбияси учун салбий таъсир кўрсатади. «Баъзи сўзлар ва ибораларни қўллаётганда матнни ва шу сўз қўлланилаётган ҳолатни ҳисобга олиш керак. Муаллиф унга бераётган эмоционал бўёғи ва баҳосини, ахборот олувчи уни қандай қабул қилишини инобатга олиб ишлатади»². Шундай экан, замонавий бошловчидан буларнинг барини ўрганиб, ўз

¹ Пикте Жан . Развитие и принципы международного гуманитарного права. МККК. 1994. С.74

² Понятие чести, достоинства и деловой репутации.: Сб. – М.: Медея. 2004. – С. 80

услубини техник имкониятлар ёрдамида тузатиб, интерактив дастурларини ташкил этиш талаб қилинади.

2-§. Аудиториянинг интерактив жараёнда иштироки имкониятлари, шакллари ва муаммолари

Аудитория жонли эфирда бевосита иштирок этиб, ахборотни излаш ва таркатиш жараёнининг ижодкорига айланмоқда. Бу жараёнлар жамиятимизнинг глобал ахборот маконига дадил кадам қўётганидан, бунда журналистлар каторида аста-секин аудитория ҳам фаол иштирок этаётганидан далолат бермоқда. Зеро, ахборот жамияти қарор топгани сайин журналист кўпроқ аудитория манфаатларига хизмат қилиши қучаяди. «Ахборот жамиятига аста-секин ўтилишида ҳукумат аҳолининг барча қатламига ахборот олишда бир хил шароит яратиб бериши керак. Ахборот жамияти концепциясининг бугунги кунда долзарблиги инсониятнинг ривожланиш концепцияси билан боғлиқ»¹. Ахборот индустриясининг кескин ривожланиши аҳолининг бандлигига, шунингдек, таълим, маданият, ижтимоий муносабатлар ва кадриятларга таъсир кўрсатади ва бу жараёнда давлатнинг қандай ўрни борлигини аниқлаш тақозо этилади. Бу эса, ўз навбатида, журналистларнинг фаолияти ва оммавий ахборот воситаларининг жамиятда тўртинчи ҳокимият сифатида шаклланишига боғлиқ.

Интерактивлик аудитория билан журналист ўртасидаги масофани кескин камайтирди. Ўзaro мулоқотга асосланган лойиҳаларда аудитория бевосита ижодкорлар билан теппа-тенг мулоқот қилади. Энг муҳими, бу жараён аудиторияни журналистга тенглаштиради. Айниқса, муаллифлик дастурларида қузатиладиган бошловчининг оддий аҳоли учун жуда улкан поғоналарга қўтарилиши барҳам топади. Тингловчи ёки томошабин машҳур бошловчини ўзига ўхшаган дардлари, муаммолари бор инсон эканлигига ишонч ҳосил қилади. Авваллари ҳафталаб етиб борадиган хатлар ўрнига шу захотиёқ

¹ Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития, – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 39

эфирга уланадиган кўнғироклар таъсирчанлиги ахборий жамиятда маълумотлар канчалик тезкор ва кайтарикли эканлигидан далолат беради.

Аввалги даврлардан фаркли ўларок, бугун аудитория – ОАВнинг таъсир доираси учун хизмат қилувчи жамоа эмас, балки ОАВ – аудиториянинг фикрини ақс эттирувчи воситасига айланмоқда. Жонли эфирда мухлиснинг ҳар бир сўзи эфир орқали яна унга қайтиб келади. Бу эса, ижтимоий жиҳатдан ниҳоятда муҳим, журналист учун эса жуда масъулиятли ҳодиса ҳамда ОАВ самарадорлигининг ҳал қилувчи жараёнидир. Аудитория ОАВ орқали, керак бўлса, журналист аралашувисиз ўзаро ахборот алмашади, фикрлайди, ҳулоса чиқаради. Энг муҳими, у бундай пайтда эркин фикр юритади. Айнан шунда жонли эфирнинг мўъжизаси билинади. Тингловчиларнинг кўтарган муаммолари уларнинг ўзлари учун жуда муҳим. Аудиториянинг дунёкараши, кайфияти, менталитети интерактив журналистикада яққол кўринади ва унинг у ёки бу даражада такомиллашувини белгилайди. Бизнинг кишиларимиз кўп гапиришга, ўзини намоён қилишга унча ҳам мойил эмас. Шунинг учун интерактив усулларни жорий этиш журналист ва аудиториядан нафақат техникавий (телефон, радио, аппаратура) имкониятларни, шу билан бир қаторда урф-одат, менталитетни маълум маънода ҳисобга олишни назарда тутди. Интерактивликка соҳа мутахассислари қаторида унинг ҳаммуаллифи бўлган аудиторияни ҳам тайёрлаш зарур. Бошқача қилиб айтганда, янги, эркин жамият қуриш учун, энг аввало, фуқаролар фаоллигини ошириш даркор, радио эса айнан ушбу вазифани бажаради.

Бунда жонли эфир ахборотнинг тезкорлиги, ҳаққонийлиги ва таъсирчанлигидан ташқари аудиторияга:

- эфирга уланмоқ;
- жонли мулоқотда шахсий фикрини айтмоқ;
- ўзининг сўзларини катта аудиторияга етказмоқ;
- таклиф, талаб, шикоят қилиш имкониятларини яратади.

Овоз бериш, электрон почтадан фойдаланиш, сўровнома ёки SMS танловида иштирок этишлар тўлақонли ҳолислик

ва демократик тамойиллар асосида амалга оширилади, деб бўлмайди. Натижалар ҳаққонийлиги, бошловчи ва эфирдаги бошқа мутахассисларнинг баҳолари, уларнинг этикавий меъёрларга қандай амал қилишларига боғлиқ.

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

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

Мутахассисларнинг таъкидлашича, бу жараённинг такомиллашиши кўп жихатдан янги, замонавий технологияларнинг арзонлашиши ва кенг тарқалишига боғлиқ бўлади. Шу билан бирга, аудиториянинг янги менталитети ва одоб-ахлоқи маълум даражада шунга асосланган ҳолда шаклланади.

Жонли эфирнинг кенг тарқалиши натижасида эфирдаги мулоқот кўнгилочар восита, вақт ўтказиш имконияти эмаслигини ёшлар каторида бугунги кунда ёши катта аудитория ҳам англамоқда. Жонли эфирга уланадиган барча аудитория қатламлари ўзининг ижтимоий келиб чиқиши, жинси, ёши, жамиятда тутган ўрнидан қатъи назар, микрофон олдидаги бошловчи билан баб-баравар эфирда мулоқотга киришади, унинг тадрижий давомига таъсир кўрсатади. Эшиттиришларнинг мавзуси, муаммонинг ёритилиши, суҳбатдошларнинг нима ҳақида сўзлашлари озми-кўпми тингловчилар берадиган саволлари, билдирадиган фикрларига боғлиқ бўлмоқда.

Эшиттиришларнинг тахлили факатгина бошловчининг матни ёки суҳбатдошнинг фикрлари асосида эмас, балки ҳар бир тингловчининг фикр-мулоҳазалари асосида амалга оширилиши назарда тутилади. Бунда аудитория вакили ахборот материалининг кутилмаган, аммо доимо назарда тутилган ҳаммуаллифи сифатида талкин этилади. Ҳар бир тингловчига унга берилаётган муаллифлик мақомига яраша масъулият, мажбурият ва вазифалар юкланади.

Интерактив жараёнлар аудиторияни ўрганиш ва таҳлил қилишнинг қулай йўли деб ҳам қабул қилинмоқда. Бунда мухлис ҳақида катта миқдордаги қўшимча маълумот олиш имконияти яратилади. Авваламбор, суҳбат жараёнида эфирга уланган мухлиснинг ёши, ижтимоий келиб чиқиши, аynи вақтда нима билан бандлиги, нима учун шу дастурга қизиққанлиги маълум бўлади. Демократик тузумга ўтишда қўпфикрлилик шароитини яратиш замон талабларидан биридир. Ток-шоулар қайси шаклда бўлмасин, ўзининг имкониятларидан келиб чиқиб, аҳолининг деярли барча қисмини ўзига жалб эта олади. Энг асосийси, ОАВни хусусийлаштириш, жонли эфирни йўлга қўйиш эркин матбуот яратишнинг муҳим шартидир.

Интерактив телевидениега нисбатан радиодаги жонли мулоқотларда мухлиснинг анонимлиги сақланиши радиони энг қулай ОАВдан бири эканлигига далил бўлади. Нима учун айнан радио? Чунки телевидениеда мухлиснинг юз-кўзи беркитилиб, овози ўзгартирилса ҳам, унинг ташқи кўриниши анонимлик беролмайди. Никоб остига кириб эфирга чиқиш ҳолатлари бор.

Интернетда мухлис компьютер билан мулоқот қилади. Радионинг интерактив дастурларидаги сўзнинг жонланиши ҳар бир тингловчи ва мухлиснинг кўнглига йўл топади. Тингловчини ҳамдардликка қорлайдиган радионинг жонли мулоқотидаги самимий жонли овоз жозибаси интернетда йўқ. ОАВ кейинчалик интерактив жараённинг бу хусусиятларидан фойдаланиб, аудиторияни тадқиқ этишнинг янги технологиясини яратишлари ҳам мумкин.

Аудитория учун уйда ўтириб ёки бажараётган юмушидан узилмаган ҳолда ўйин тарзида фикр билдириш жуда қулай. Викторина ёки қизик интерактив дастурларда ихтиёрий фикр билдириш анкета сўровномаларини тўлдириш ёки социологик тадқиқотларда иштирок этишдек масъулиятни юкламайди. Бунда тингловчи ортиқча жиддийликни сезмайди. Энг муҳими, тингловчи ўзи хоҳлаганида эфирга уланади. Демак, унинг фикрлари самимий бўлиб, мажбурият ва сунъийликдан холи бўлади. Бирор мавзуда фикр билдираётган тингловчи бошловчининг ҳам самимий реакциясига рўбарў бўлишни истайди. Фикр билдириш тингловчи учун қундалик ҳаётдаги суҳбат ёки учрашув каби табиий бўлади. Юқорида келтирилган омиллар аудиторияни жалб қилишда интерактив дастурлар нечоғлик қулайлигини белгилайди.

ГЛОССАРИЙ

ENGLISH	РУСЧА	ЎЗБЕКЧА	МАЗМУНИ
1	2	3	4
Aberration	Аберрация	Аберрация	Тасвирнинг сифатсиз чиқишига олиб келадиган фотообъективнинг оптик носозлиги.
Auto Bracket	Автобрекетинг	Автобрекетинг	Қатор кадрларни автоматик равишда олиш
Autofocus	Автоматическая фокусировка	Автоматик фокуслаш	Резкоствга автоматик созлаш.
The white balance	Баланс белого	Окка баланс	Нурнинг қайси томонидан тушишидан қатъи назар, оқ объектлар ҳеч қандай қўшимча жилоланиш ҳосил қилмайди. Баланс-ни нотўғри танлаш суратнинг сарғиш ёки қўкиш рангда чиқишига сабаб бўлади.
Dwell	Выдержка	Видержка	Затворнинг очик ҳолдаги вақт оралиғи
Flash	Вспышка	Вспишка	Ички ва ташқи бўлиши мумкин. Барча рақамли фотоаппаратларда мавжуд. Сурат олаётганда уни ёритиш қурилмаси

1	2	3	4
Image Histogram	Гистограмма изображения	Тасвир гистограммаси	Турли хил ёркинликдаги рақамли тасвирнинг статистик тарқалиш жадвали.
Diaphragm	Диафрагма	Диафрагма	Объектив элементларидан бири, ёруғлиқни керагига ўтказиш мосламаси.
Dagerotipiya	Дагеротипия	Дагеротипия	Фотографиянинг биринчи номи, ихтирочи олим Луи-Жек-Монде Дагер номига қўйилган.
Genre	Жанр	Жанр	Фотожурналистикада материални бериш усули
Zoom	Зум	Зум	Объектни яқинлаштириш ёки узоклаштириш
Backlight	Контровый свет	Контр ёруғлик	Ёркин сюжетларни олишда қўлланилади.
Calotypy	Калотипия	Калотипия	/»Макроколлоид»/- Негативдан фотокоғозга нусха қўчириш усули. /позитивга/ қўпайтириш усули.
Kselografiya	Ксилография	Ксилография	Тахтага ўймакорлик асосида сурат ҳосил қилиш.
Camera	Камера	Камера	Ёруғлик ўтказмайдиган қутича
The camera obscura	Камера-обскура	Камера-обскура	Леонардо да Винчи яратган аппарат, илк фотокамера қўриниши

1	2	3	4
Contrast	Контраст	Контрастлик	Фотоплёнка ёки фотокоғоздаги тасвирнинг энг қора ва энг оқ жойларини бир-биридан ажратиб кўрсата олиш қобилияти
Cliche	Клише	Клише	Металл парчасига ишлов берилиб, сурат туширилган пластинка.
Macro Photography	Макросъемка	Макросъемка	Объективга жуда яқин жойлашган нарсаларни суратга тушириш имконияти
Matrix	Матрица	Матрица	Камера ичига урнатилган ёруғликка сезувчан қурилма
Lens	Объектив	Объектив	Оптик таъсир ҳосил қиладиган мослама.
Optical zoom	Оптический зум	Оптик зум	Объектив ичидаги линзаларнинг ҳаракати натижасида тасвирни яқинлаштириш ёки узоклаштириш.
Lighting	Освещение	Ёритиш	Объектни табиий ёки сунъий равишда ёритиш, нур бериш
Pixel (picture element)	Пиксель	Пиксель	Сурат элементи, рақамли фотокамерада сурат ҳақидаги маълумотни ўзида жамлаган нуқталар.
Positive	Позитив	Позитив	Тасвирнинг айнан кўриниши.

1	2	3	4
Reproduction	Репродукция	Репродукция	Тасвирдан пусха кучириш
Focusing	Фокусировка	Фокусировка	Нарсага, жойга объективни туғирлаш, объектга масофани улчаш.
The photo	Фотография	Фотография	«Фотос» – ёруғлик, «графо» – ёзаман.
Compensation	Экспокоррекция	Экспокоррекция	Натижавий кадрни ёритишнинг энг содда усули.
JPEG (Joint Photographic Experts Group)	JPEG	JPEG	Тасвир формати. JPEG форматда сақланган файлларда компьютер бир хил соҳани топиб, уни кодлаштиради
Tagged Image File Format)	TIFF	TIFF	Тасвирни йукотишларсиз сақлайдиган формат
RAW (raw)	RAW	RAW	Тасвир қайта ишланмаган формат
Exposure	Экспонирование	Экспонирлаш	Ёруғлик сезгир катламни объектив гуширган оптик тасвир билан ёритиш усули.
Exposure meter	Экспонетр	Экспонетр	Суратга олишда ёруғлик миқдорини белгилаб берувчи асбоб

ФЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

Расмий адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. — Т.: Ўзбекистон, 2019.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Давлат сирларини саклаш тўғрисида»ги Қонуни (07.05.1993 й. № 848-ХII);
3. Ўзбекистон Республикасининг «Журналистлик фаолиятини химоя қилиш тўғрисида»ги Қонуни, 1997 й.;
4. Ўзбекистон Республикасининг «Ахборот олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида»ги Қонуни (24.04.1997 й. № 400-1);
5. Ўзбекистон Республикасининг «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги Қонуни. (26.12.1997 й. www.lex.uz);
6. Ўзбекистон Республикасининг «Ахборот эркинлиги тамоинллари ва кафолатлари тўғрисида»ги Қонуни (12.12.2002 й. № 439-11);
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ахборот-коммуникация технологияларини янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги Қарори (08.07.2005 й. № ПК-117);
8. Ўзбекистон Республикасининг «Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида»ги Қонуни. // Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъерий-хукукий хужжатлар тўплами. — Т.: 2009.
9. Ўзбекистон Республикасининг «Муаллифлик хуқуқлари ва гурдош хуқуқлар тўғрисида»ги Қонуни. // Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъерий-хукукий хужжатлар тўплами. — Т.: 2009.
10. Ўзбекистон Республикасининг «Журналистик фаолиятини химоя қилиш тўғрисида»ги Қонуни. // Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъерий-хукукий хужжатлар тўплами. — Т.: 2009.
11. Ўзбекистон Республикасининг «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги (янги таҳрири) Қонуни.// Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъерий-хукукий хужжатлар тўплами. — Т.: 2009.

12. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий якулари ва 2017 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маърузаси, <http://uza.uz/uz/politics/tan-idiy-ta-lil-atiy-tartib-intizom-va-shakhsiy-zhavobgarlik-16-01-2017>

13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги Қарори. ПҚ-4366 // <http://lex.uz> 27.06.2019 й.

Асосий адабиётлар:

1. Абдухоликов И. Телевидение режиссураси. – «Садо». 2007 йил 11 январь

2. Абдухоликов И. Тележурналист устахонасидан, «Садо». 2007 йил 2 февраль.

3. Абдухоликов И. Аҳолининг ижтимоий-сиёсий фаоллигини ошириш йўлида. – «Садо». 2007 йил 29 март.

4. Абдухоликов И. Дунёдаги илк телевизион репортаж. – «Садо» газетаси, 2007 йил 9 ноябрь

5. Артикова Ю.А. «Ўзбекистон радиосида интерактивлик: таъмоийлар, усуллар, эфирда ишлаш воситалари» мавзусидаги Филология фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. – Т.: ЎЗМУ, 2009. 26 б.

6. Baradell, Scott. Ethics, photojournalism, technology and What's Right and Wrong today? Black Star Publishing Co., Inc. 2012

7. Винтерхофф-Шпурк П. Медиapsихология. Основные принципы. Пер.с нем. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2007.

8. Ворошилов В.В. Журналистика. СПб.: Изд-во Михайлова В.А. 2001

9. Gee, Catherine. «The Demise of Photojournalism.» Cardiff University School of Journalism. Media and Cultural Studies. December 15, 2006.

10. Голядкин Н.А. ТВ информация в США. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1995.
11. Голованов В. США. Радио и ТВ: Стратегия конкурентной борьбы.
12. Гассер Г.П., Моду А. Защита журналистов в опасных командировках. Международное гуманитарное право и деятельность фотожурналистов. – Международный Комитет Красного Креста. 1994. – С.7.
13. Додолев Евгений. «Степень свободы слова» // «Однако» : журнал. — Москва, 2009. — № 11. — С. 62-65.
14. Ефимов М.В. и др. Технические средства переработки текста и иллюстраций. – М.: «Мир книги», 1994.
15. Засурский Я.П. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий. – М.: Изд-во МГУ, 2000.
16. Исмаилова К. В режиме прямого эфира. – Т.: Международный центр переподготовки журналистов. 2007.
17. Исмаилова К.Ф. Радиоинформация. Учебное пособие. – Т.: «Университет». 2002.
18. История социологии в Западной Европе и США. – М.: 1999
19. Ионин Л.Г. Социология культуры: путь в новое тысячелетие. – М.: Логос.2000
20. Kobre, Kenneth. Photojournalism, Sixth Edition: The Professionals' Approach. Focal Press, 2008
21. Karimov A. Types and trends of recreational journalism, «Филологиямасалалари», 2-сон, – Т.: 2016 йил – Б. 82-85.
22. Кузнецов Г.В. «Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. 4-е изд. – М.: Изд-во МГУ, 2004.
23. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. 2-е изд. – М.: Изд-во МГУ, – 2004.
24. Калмыков А.А. Интернет журналистика в системе СМИ: становление развитие, профессионализация. Автореф. на соиск. уч. степ. док. филол. наук. – М: 2009.
25. Конечкая В.П. Социология коммуникации. – М.: 1997
26. Ладутько В.Н. Основы фотографии: основные понятия, жанры и образность фотографии. Учеб.-метод. Пособие. – Минск, 2000.

27. Лугат-маълумотнома. Журналистика, Реклама, Паблик Рилейшнз. 1700та атама. Муаллифлар хайъати. Ф.П.Нестеренко (рахбар) – Т.: «Заркалам», 2003

28. Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки. – СПб.: – Изд-во Михайлова В.А., 2004.

29. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер.с англ. В.Николаева.– 2-е изд. – М.: «Гиперборей», «Кучково поле». – 2007.

30. Муминова Ф.Н. Современная международная журналистика: тенденции, проблемы, перспективы (концептуально-функциональный анализ). Авторев. дисс.док.филол. наук. – Т.: АНРУ 2002. – 42 с.

31. Мелюхин И.С. Информационное общество. – М.: МГУ.1999

32. Международное гуманитарное право и деятельность фотожурналиста. – С.99.

33. Малышев В.А. Искусство видеть. – М., 1985.

34. Новейший социологический словарь. – Минск. Книжный дом. 2010.

35. Поберезникова Е.В. Телевидение взаимодействия: интерактивное поле общения. – М.: Аспект Пресс, 2004

36. Почепцов Г. Теория и практика коммуникации. – М.: Центр. 1998.

37. Почепцов Г. Теория и практика коммуникации. – М.: Рефл-бук. 2001. – С. 108.

38. Рашидова Д.К. Особенности формирования интернетовской журналистики и специфика Интернет в качестве глобального СМИ. ЎзМУ. – Т.: 2002

39. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д.Борисов. – М.: Ульга. Культура. – 2003.

40. Ross Collins.A Brief History of Photography and Photojournalism.North Dakota State University, Fargo. 2012.

41. Система Средств Массовой Информации России. Под редакцией Я.Н.Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2001.

42. Содик Санжар. Радиожурналистика асослари: Аудиовизуал журналистика. Ўқув қўлланма. – Т.: MUMTOZ SO'Z .2010

43. Социологический энциклопедический словарь. – М.:1998

44. Сорокина В.Н.. Введение в культурологию. Курс лекций / Под ред. Ю.Н. Солонина, Е.Г. Соколова. СПб., 2003.

45. Стрельникова Е.А. Интерактивное вещание на региональном радио: на примере Оренбургской области. Дисс. на соиск. уч. ст. кан. фил. наук. – М.:2007
46. Stacy Pearsall. «In the trenches with combat photographer»/
47. Тошбоев О. Глобаллашув ва миллий маданият. – Т.: Тафаккур, 1-сон. 2006.
48. Телерадиоэфир: История и современность. Под.ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2005.
- 49.Ultimate field guide to photography.National Geographic Photography Basics. – USA.2012
50. Узбестер Ф. Теории информационного общества. Пер с англ. М.В.Арапова, Н.В.Малыхинной. Под ред. Е.Л.Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004.
51. Фихтелиус Э. Радио ва телевидение журналистикаси асослари. – Т.: Шарк.– 2002.
52. Photojournalism: Principles and Practices. Dubuque, Iowa: W. C. Brown Co., 1976. ISBN 0-697-04303-7
53. Халкаро гуманитар ҳуқуқ: Женева конвенциялари тўплами. – Т.: Адолат. 2002. – Б.141.
54. Harold Evans. They Made America: From the Steam Engine to the Search Engine: Two Centuries of Innovators Hardcover. 2004.
55. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика. – М.: Аспект Пресс.– 2004.
56. Шерстобоева Е.А. Музыкальное телевидение: программные и структурно-функциональные особенности. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – М.: 2009. – 23 с.
57. Ўтаев Ў. Телевидение – давр кўзгуси. – Т.: Ўзбекистон. – 2010.
58. Ўзбек фотографияси. 125 йил. 3 жилдлик фотоантология. – Т.: Миллий энциклопедия. 2007.
59. Каюмов М. Жизнь моя – кинематограф. – Т.: 1985.
60. Косимова Н.С. Фукаролик жамиятини ривожлантиришда ННТ ва ОАВ роли. – Т.: «Журналистларни қайта тайёрлаш маркази», 2015.
61. Косимова Н.С. Ахборот хизматлари учун амалий қўлланма. Жамоатчилик билан самарали мулоқот. – Т.: БМТТД. 2013.
62. Косимова Н., Тошпўлатова Н. Ўзбекистон ОАВда болалар мавзусини ёритишнинг назарий ва амалий асослари. – Т.: ЮНИСЕФ, 2014.

Интернет сайтлар:

1. Виктор Ан. К истории узбекской творческой фотографии. <http://cultureuz.net/index.php>
2. Dennis P. Curtin. The Textbook of Dijital photography. <http://www.shortcourses.com. Inc. 2007>
3. Зорков Н.Н. Инфотейнмент на российском телевидении <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles>
4. Из истории фотографии Узбекистана. <http://blog.leicacamera.ru/2012>
5. История фотографии. http://www.photoisland.net/pi_hist_text.php
6. Коулман А. Д. Документальная фотография, фотожурналистика и пресс-фотография сегодня: Вопросы и ответы // <http://www.photographer.ru/magazine/articlejprint.htm?rubrika=6>.
7. Картозия Н. «Программа «Намедни»: русский инфотейнмент» // Меди@льманах. – 2003. – №3.
8. Копкизи Е. Холдинги и шоу убивают умную журналистику, <http://365info.kz/2015/07/kto-prevratil-zhurnalistiku-v-instrument-agitacii-propagandy/>,
9. Нери, Грация. Лекции по фотожурналистике // <http://www.photographer.ru>
10. Нери Грация. Лекции по фотожурналистике, 8 июня, 2003 © DouglasKirkland
11. Никитин В. А. Рассказы о фотографах и фотографиях. Решающее мгновение (Анри Картье-Брессон). http://spbphotographer.ru/2015/11/nikitin_cartier-bresson/
12. PR-гlossарий // PR-клуб Московской Международной Бизнес Ассоциации. –<http://www.mibas.ru/Mibas/ldp/clubs/pr/spellshock/ag...>
13. Роль журналистской этики в становлении гражданского общества. <http://articlekz.com/article/5941>
14. Рон Галелла – самый знаменитый папарацци Америки. <http://www.liveinternet.ru/users>
15. Stephens, Mitchell, «Top Ten Works of Journalism of the Decade. 2000-2009» (<http://journalism.nyu.edu/decade/>) New York University Arthur I. Carter Journalism Institute. <http://journalism.nyu.edu/decade/>. Retrieved 18 March 2013

16. Сафаров М. «Оммавий маданият» — маънавият кушандаси», info.islom.uz («Маърифат» газетаси).

17. The Textbook of Digital Photography. Dennis P. Curtin. www.ShortCourses.com

18. Умид Бекмуҳаммад. Ўзбек фотокиносининг асосчиси. <http://kh-davron.uz/kutubxona/uzbek/umid-bekmuhammad-ozbek-fotokinosining-asoschisi.html>

19. Фотография как вид искусства // <http://art.rin.ru/cgi-bin/index>.

20. Шефер А. Журналистика в современном мире, <http://journalisti.ru/?p=40279>.

21. Қосимова Н. Ўзбекистон фотожурналистикаси ривож тараққидан. nargis.uz. 15/05/2016

<http://www.si-foto.com/wp-content/uploads/2013/01/henri-cartier-bresson-age-of-silver-c2a9-john-loengard.jpg>

22. Қосимова Н., Турсунали Қўзиёв: «Бугунги кундаги ўзбек фотожурналистикаси фотопублицистикага муҳтож». http://nargis.uz/article_view.php?id=249

23. Қосимова Н., Эрнест Куртвелнев: «Фотожурналист ёлғон сўзламаслиги, аксинча одамларга ҳақиқатни кўрсатиши лозим». http://nargis.uz/article_view.php?id=402

24. Қосимова Н. Журналист касб одоб масалалари: кеча ва бугун. http://trif.uz/article_view.php?id=375

25. <http://dia.uz/uz/yangiliklar/ozbekiston/2017/04/04/prezident-tanqididan-song-jonlanish-axborot-jonli-efirda>

26. <http://sputniknews-uz.com/news/20170417/5211239/Tahlil-nomadagi-nou-xau-ozbekistonliklarni-hayratlantirdi.html>

27. <http://kun.uz/news/2017/05/04/uzbekistonda-angi-uzbekiston-24-ahborot-talilij-telekanali-taskil-etiladi>

28. <http://www.michaelcoyne.com.au>

29. <http://kun.uz/news/2017/04/04/uzmtrk-raisiga-urinbosar-tajinlandi>

30. <http://www.webmascon.com>

31. www.shortcourses.com

32. www.photographer.com

33. www.glossary.ru

34. www.guzey.com

35. <http://www.relga.rsu.ru>

МУНДАРИЖА

I бўлим. Фотожурналистика

КИРИШ	3
-------------	---

1-БОБ. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА ШАКЛЛАНИШИНИНГ ТАРИХИЙ БОСКИЧЛАРИ

1-§. Халқаро фотожурналистиканинг ривож	4
2-§. Ўзбек фотожурналистикаси журналист нигоҳида	12
3-§. Фотожурналистикада оддийликдан машхурликкача	30

2-БОБ. ФОТОЖУРНАЛИСТИКАНИНГ ТЕХНОЛОГИК ВА ТАШКИЛИЙ АСОСЛАРИ

1-§. Фотожурналист курали: фототехника	37
2-§. Рақамли фотокамералар	40
3-§. Фотожурналистнинг иш жараёни: ташкилий асослари ва иш майдонидаги фаолият	63

3-БОБ. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА ЖАНРЛАРИ

1-§. Фотожурналистиканинг ахборот жанрлари	70
2-§. Фотожурналистиканинг бадиий-публицистик жанрлари	71
3-§. Хориж тажрибасида учрайдиган жанрлар	76

4-БОБ. ЖУРНАЛИСТИКА КОНВЕРГЕНЦИЯСИ ЖАРАЁНИДА ФОТОЖУРНАЛИСТИКА

1-§. Интернет журналистикасида фотоматериалларнинг ўрни	79
2-§. Ихтисослашган журналистика турларида фотосуратдан фойдаланиш	86
3-§. Зиддиятчи вазиятларда фотожурналист фаолияти	93
4-§. Ранглар ҳаракати	106
5-§. Қора кунлар	107

5-БОБ. МЕДИАҲУҚУҚ, БОШҚАРУВ ВА ЭТИКА

1-§. Бильд-муҳаррир: лавозим, касбий меъёрлар ва талаблар	111
2-§. Фотожурналист фаолиятига қўйиладиган касбий талаблар	117

II бўлим

Радиожурналистика

1-БОБ. ОММАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИ ТИЗИМИДА РАДИОНИНГ ЎРНИ ВА УНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

1-§. Радионинг жамиятда тутган ўрни ва асосий вазифалари	130
--	-----

2-§. Радиожурналистиканинг ифода воситалари	134
3-§. Радиожурналистиканинг услуб яратувчилик воситаси ва «Янгиликларни етказиш санъати»	136
4-§. Радиоканалларнинг ташкилий тизими ва радиоформатлар	139
5-§. Радиоаудиторияни ўрганиш тамойиллари	140

2-БОБ. РАДИОЖУРНАЛИСТИКА ЖАНРЛАРИ

1-§. Радиода жанрлардан фойдаланиш амалиёти	143
2-§. Радиожурналистиканинг ахборот жанрлари	147
3-§. Радиожурналистиканинг тахлилий жанрлари	153
4-§. Радиожурналастиканинг бадий-публицистик жанрлари	158

3-БОБ. ЗАМОНАВИЙ РАДИОНИҲГ ТАРАҚҚИЁТ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

1-§. Структуравий узгаришлар	162
2-§. Бевосита эфир фаоллашуви	166
3-§. Ахборот плус мусика	176

4-БОБ. БОЗОР РАҚОБАТИ ШАРОИТИДА РАДИОЛАР ФАОЛИЯТИ

1-§. Хабарлар рақобати	178
2-§. Интерактивлик феномени	183
3-§. Радиода замонавий реклама	188
4-§. Радиоэфир имижини масаласи	194

III бўлим

Тележурналистика

1-БОБ. ТЕЛЕВИДЕНИЕНИҲГ ЖАМИЯТДА ТУТГАН ЎРНИ ВА АСОСИЙ ВАЗИФАЛАРИ

1-§. «Ахборот асри»да телевидение ва унинг бош вазифалари	204
2-§. Телевидениенинг ахборот тарқатиш вазифаси	206
3-§. Жаҳон телеканалларида рекреатив йўналишнинг оммалашуви	210
4-§. Телевидениенинг маданий-маънавий ва маърифий вазифаси	216
5-§. Телевидениенинг мафкуравий вазифаси	222

2-БОБ. ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКА ТАРИХИДАН

1-§. Халқ оғзаки ижоди ва бадий адабиётда ойнаи жаҳон орзуси	225
2-§. Тошкент – телевидение ватани	228
3-§. Ўзбекистонда замонавий телевидениенинг пайдо бўлиши	233

3-БОБ. ТЕЛЕВИЗИОН АХБОРОТ ЖАНРЛАРИ

1-§. «Ахборий сабаб» нима?	239
----------------------------------	-----

2-§. Телевизион янгиликлар форматлари.....	243
3-§. Репортёр – ахборот воситачиси сифатида	250
4-§. Репортёр фаолиятининг қуринишлари	253
5-§. Телевизион сюжет – муайян тарихий жараён сифатида	257
6-§. Телесюжет матнининг ўзига хос хусусиятлари	258

4-БОБ. ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКАНИНГ ТАҲЛИЛИЙ ВА БАДИЙ-ПУБЛИЦИСТИК ЖАНРЛАРИ

1-§. Тележурналистиканинг таҳлилий жанрлари.....	260
2-§. Бадиий-публицистик жанрлар	263

5-БОБ. ИЖОДКОРГА ҚЎЙИЛАДИГАН АСОСИЙ ТАЛАБЛАР ВА ТЕЛЕВИДЕНИЕ ТИЛИНИНГ ЎЗИГА ХОСЛИКЛАРИ

1-§. Тележурналистга қўйиладиган асосий талаблар	266
2-§. Телевидениеда кадр тушунчаси	269
3-§. План ва унинг турлари	271
4-§. Ракурснинг телевидениеда тутган ўрни	271
5-§. Телевидение амалиётида монтаждан фойдаланиш	273

6-БОБ. ТЕЛЕВИЗИОН АСАР КОМПОНЕНТЛАРИ ВА УЛАРНИ ЯРАТИШНИНГ ТЕХНОЛОГИК БОСҚИЧЛАРИ

1-§. Телевизион асар компонентлари	286
2-§. Телевизион асар яратишнинг босқичлари.....	292
3-§. Пре-продакшн – телеасар яратишнинг дастлабки босқичи сифатида.....	293
4-§. Продакшн. Тасвирга олиш жараёнида мухбир - тасвирчи муносабати.....	295
5-§. Пост-продакшн	300

7-БОБ. ТЕЛЕВИЗИОН ФАОЛИЯТДА СТЕНД-АПЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ

1-§. Стенд-ап ҳақида тушунча	301
2-§. Стенд-апларнинг телеасардаги жойлашувига кўра турлари	303
3-§. Стенд-апларнинг репортёр ҳолатига кўра турлари	306

8-БОБ. СЦЕНАРИЙ ЁЗИШ МАҲОРАТИ

1-§. Информацион маҳсулот учун сценарий тайёрлаш, ёзиш маҳорати	308
2-§. Телевизион сценарий режаси ва сценарий.....	314

IV бўлим

Ҳужжатли кино

1-БОБ. КИНО – САНЪАТ ТУРИ СИФАТИДА

1-§. Киносанъатининг омма дунёкарашини бойитишдаги ўрни.....	321
--	-----

2-§. Ҳужжатли кино турлари.....	326
3-§. Ҳужжатли фильмларнинг яратилиш жараёни ва тасвирга олиш техникаси	327
4-§. Тасвирга олиш техникаси	329

2-БОБ. ЗАМОНАВИЙ ОАВ ТИЗИМИДА ҲУЖЖАТЛИ КИНОНИНГ ЎРНИ

1-§. Кино ва телевидение муносабатлари.....	331
2-§. Дунё ҳужжатли киноси тарихи. Роман Кармен ижодига назар.....	333
3-§. Ҳужжатли кинода монтажнинг ўрни ва аҳамияти.....	335

3-БОБ. ЎЗБЕК ҲУЖЖАТЛИ КИНОСИ: КЕЧА ВА БУГУН

1-§. Ўзбек ҳужжатли киноси тарихи	336
2-§. Ўзбек ҳужжатли киноси эволюцияси	338

V бўлим

Интерактив журналистика

1- БОБ. ИНТЕРАКТИВЛИКНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТИ

1-§. Интерактивликнинг моҳияти ва интерактив журналистиканинг тараққиёт эволюцияси	356
2-§. Мулоқотга асосланган интерактив журналистикада аудиториянинг оммавий минбарга айланиши	363

2-БОБ. ИНТЕРАКТИВ ЖУРНАЛИСТИКАНИНГ ИНТЕРНЕТ, ТВ ВА РАДИОДА АКС ЭТИШИ

1-§. Интернет журналистикада интерактивликнинг намоён бўлиши	370
2-§. Интерактив телевидениенинг тараққиёт мезонлари	380
3-§. Интерактив радиодастурларининг бевосита мулоқотли эшиттиришларда акс этиши.....	386

3-БОБ. ИНТЕРАКТИВ ЖУРНАЛИСТИКАНИНГ ҚАЙТАРИК АЛОКА ИМКОНИАТЛАРИ ВА МАҲОРАТ МУАММОЛАРИ

1-§. Интерактив журналистикада журналистнинг касбий маҳорат муаммолари	398
2-§. Аудиториянинг интерактив жараёнда иштироки имкониятлари, нақллари ва муаммолари	412
Глоссарий.....	417
Фойдаланилган адабиётлар.....	421

Илмий-аммабон нашр

**Амрулло Каримов, Наргис Қосимова,
Климентина Исмоилова, Юсуф Ҳамдамов, Юлдуз Ортикова,
Ирисмат Абдухолиқов, Хайрулло Жўраев, Ҳилола Файзуллаева**

АУДИОВИЗУАЛ ЖУРНАЛИСТИКА

VI жилд

Ташки муҳаррир *Ж. Иноғомов*
Нашриёт муҳаррири *Г. Азизова*
Рассом-дизайнерлар: *У. Сулаймонов, К. Закирова*
Техник муҳаррир *Л. Хижова*
Кичик муҳаррир *М. Сатимова*
Компьютерда саҳифаловчи *С. Азизоева*

Нашриёт лицензияси АИ № 158. 14.08.2009.
Босишга 2019 йил 28 декабрда рухсат этилди.
Бичими 60x90^{1/16}. Офсет қоғози. «Times New Roman»
гарнитурасида офсет усулида босилди.
Шартли босма табоғи 27,0. Нашр табоғи 22,92.
Адади 1000 нусха. Буюртма № 19-724.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги
Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлигининг
«O'zbekiston» нашриёт-матбаа ижодий уйи.
100011, Тошкент, Навоий кўчаси, 30.

Телефон: (371) 244-87-55, 244-87-20
Факс: (371) 244-37-81, 244-38-10.

e-mail: uzbekistan@iptd-uzbekistan.uz
www.iptd-uzbekistan.uz

20 20
A 0701

Alisher Navoiy
nomidagi
O'zbekiston MK

0101

«O'ZBEKISTON»

ISBN 978-9943-25-924-9



9 789943 259249