

INTERAKTIV TELEJURNALISTIKANING FIZIOLOGIK OMILLARI

Yulduz Akmalovna ARTIKOVA

Filologiya fanlari nomzodi, dotsent

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti

Toshkent, O'zbekiston

ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ИНТЕРАКТИВНОЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ

Юлдуз Акмаловна АРТИКОВА

Кандидат филологических наук, доцент

Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана

Ташкент, Узбекистан

PHYSIOLOGICAL FACTORS OF INTERACTIVE TELEVISION JOURNALISM

Yulduz Akmalovna ARTIKOVA

Candidate of philological Sciences, Associate Professor

University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan

Tashkent, Uzbekistan ortiqovayulduz@gmail.com

UDC (UO'K, УДК): 316.774:654

For citation (iqtibos keltirish uchun, для цитирования):

Artikova Y. A. Interaktiv teleloyihalarning fiziologik omillari // O'zbekistonda xorijiy tillar. — 2022. — № 3 (44). — B. 112-123.

<https://doi.org/10.36078/1658742756>

Received: February 12, 2022

Accepted: June 17, 2022

Published: June 20, 2022

Copyright © 2022 by author(s).

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Annotatsiya. Mazkur maqolada interaktiv jurnalistikaning fiziologik omillari masalalari ko'rib chiqildi. Globallashuv jarayonida taraqqiy etayotgan interaktiv jurnalistika rivojlanishida auditoriyaning axborotga bo'lgan ehtiyoji qondirilgan ekan, tomoshabinning ijtimoiy-fiziologik talablarini ilmiy tadqiq etish muhim ahamiyat kasb etadi. Interaktiv jarayonda axborot olish, tarqatish, almashish va ishlab chiqarishda faol ishtirokchi, ba'zida hammuallif bo'lish kabi ijtimoiy xususiyatlar auditoriyaning ko'rish, eshitish, so'zlashishdek fiziologik talablari, shuningdek, ko'pchilik oldida o'z nuqtai-nazarini ifodalash va fikr bildirish kabi ijtimoiy ehtiyojlari qondiriladi. Ma'lumki, interaktiv jurnalistikaning rivojlanishi uchun zarur bo'lgan ijtimoiy xususiyatlarning asosida insonning fiziologik qobiliyat va ehtiyojlari yotar ekan, ulardan mahrumlik salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkinligi tadqiqotda tahlil qilingan. Izlanishda muloqot, muomala, munosabat, kommunikatsiya tushunchalari borasida so'z yuritiladi. Mazkur izlanishda auditoriya OAV orqali muloqotga kirishar ekan, kommunikatsiya uchun maydon sifatida teleefir o'ziga xos platforma bo'lib xizmat qilishi yoritilgan. OAV ommaviy kommunikatsiya vositasiga aylanib, ijtimoiy faollashib, jamiyatning muhim qismiga aylanishini ta'kidlash kerak. Tadqiqotning dolzarbligi sifatida kommunikatsiyaning turli vazifalarining bugungi kunda interaktiv jurnalistikada o'z ifodasini topganligi borasidagi tahlilini ko'rsatish mumkin. Izlanishda auditoriyaning interaktiv jarayondagi ijtimoiy-fiziologik ehtiyojlari ilmiy nazariy qarashlar va amaliy misollar yordamida ochib berilgan, olib borilgan tadqiqotlar natijalariga ko'ra ilmiy xulosalar qilingan.

Kalit so'zlar: kommunikatsiya; mediabiznes; jurnalistika; jamiyat; axborot; inson; ehtiyoj; auditoriya.

Аннотация. В данной статье рассматриваются физиологические факторы интерактивной журналистики. В развитии интерактивной журналистики, которая развивается в процессе глобализации, важную роль в удовлетворении информационных потребностей аудитории играет научное изучение социально-физиологических потребностей аудитории. В интерактивном процессе такие социальные характеристики, как активное участие в получении, распространении, обмене и производстве информации, иногда соавторство, удовлетворяют физиологические потребности аудитории, такие как зрение, слух, речь, а также социально-коммуникативные потребности, такие как выражение своей точки зрения и мнения. Общеизвестно, что социальные характеристики, необходимые для развития интерактивной журналистики, основываются на физиологических возможностях и потребностях человека, и исследование показало, что лишение их может привести к негативным последствиям. В исследовании проводится подробный анализ таких понятий, как общение, поведение, отношение, коммуникация. Следует отметить, что средства массовой информации стали средством массовой коммуникации, социальной активности и важной частью общества. Актуальность исследования состоит в том, как различные функции коммуникации находят отражение в интерактивной журналистике сегодня. В исследовании раскрываются социально-физиологические потребности аудитории в интерактивном процессе с использованием научно-теоретических взглядов и практических примеров и делаются выводы по результатам исследования.

Ключевые слова: коммуникация; медиабизнес; журналистика; общество; информация; человек; потребность; аудитория.

Abstract. This article discusses the physiological factors of interactive journalism. The scientific study of the socio-physiological needs of the audience in the development of interactive journalism plays an important role in meeting the information needs of the audience, which is evolving in the process of globalization. In the interactive process, social characteristics such as being an active participant in obtaining, disseminating, exchanging and producing information, sometimes being a co-author, meet the physiological needs of the audience such as seeing, hearing, speaking, as well as social needs such as expressing one's point of view and opinion. It is well known that while the physiological abilities and needs of a person underlie the social characteristics necessary for the development of interactive journalism, their study can lead to negative consequences. The research provides a detailed scientific analysis of the concepts of communication, behavior and attitudes,. According to the study, telephony serves as a platform for communication as the audience interacts through the media. It should be noted that the media has become a means of mass communication, social activism and an important part of society. The relevance of the research can be seen in the analysis of how the various functions of communication are reflected in interactive journalism today. The study reveals the socio-physiological needs of the audience in the interactive process using scientific theoretical views and practical examples, and draws scientific conclusions based on the results of research.

Keywords: communication; media business; journalism; society; information; human; need; audience.

Kirish qism. Bugungi kunda OAV o'zini-o'zi qoplaydigan, foyda keltiradigan mediabiznes nomini olgan bo'lib, jurnalistikaning mavqei oshib, uni to'rtinchi hokimiyat istilohi bilan atash odatiy holga aylandi. OAV orqali oddiy mahsulot xaridorgir bo'lishi yoki hech kimga notanish bo'lgan qo'shiqchi mashhurlikka erishishi PR sohasining taraqqiyotiga sabab bo'lmoqda. Bu o'zgarishlar shunchaki shiddatli bo'lmoqdaki, gohida zamonaviy jurnalistika nazariyotchilari ularni fanga kiritib tasniflaguncha amaliyot undanda yangi axborot texnologiyalarni o'zlashtirishga ulgurmoqda. Bularning bari, avvalambor, insonning baxti, farovon turmushi, uning ijtimoiy fiziologik ehtiyojlarini qondirish masalalarining yechimi topilayotganidan darak beradi. Chunki axborot asrida OAV, avvalambor, auditoriya xohish va istaklarini amalga oshirish uchun xizmat qiladi. Mutaxassislar ommaviy kommunikatsiya jarayonida interaktiv jurnalistikaning ahamiyatiga shunday ta'rif berishadi: "Jamiyatda jurnalistning roli yangi ma'no kasb etmoqda. Chunki bugun necha yillik jurnalistika nazariyasi va amaliyotida qo'llanilib kelgan OAV egalari, ijtimoiy mavqega ega sub'yektlarga xos axborot translyasiyasiga nisbatan ommaviy kommunikatsiya, ya'ni, auditoriya bilan muloqot dolzarb bo'lib kelmoqda. Bunday dialog orqali omma uchun muhim bo'lgan mavzu tahlil qilinadi va uning yechimlari izlanadi. Kundalik hayotda auditoriya talab qilgan axborotgina yoritiladi" (8). Shu o'rinda axborot asrida taraqqiy etayotgan interaktiv jurnalistika rivojlanishida ommaning talablari qaysi ijtimoiy-fiziologik xususiyatlarini qondirishga asoslangan degan savol paydo bo'ladi. Bunda auditoriyaning, avvalambor, fiziologik ehtiyojlarini qondirilishini ta'kidlash kerak. Axborot olish, tarqatish, uni almashish va ishlab chiqarishda faol ishtirokchi, ba'zida hammuallif bo'lish kabi ijtimoiy xususiyatlar auditoriyaning ko'rish, eshitish, so'zlashishdek fiziologik talablarini qondiradi.

Asosiy qism. Ma'lumotlarga qaraganda, sog'lom inson, olam haqidagi ma'lumotlarning taxminan 90%ini ko'rish orqali olar ekan. "Ko'rish predmetlarning shakl, hajm, rang hamda ularning o'zaro joylashish xususiyatlarini qabul qilish qobiliyatidir. Inson ko'zi nur to'lqinlarining ma'lum bir uzunligi – 390-760nm ga yaqinini qabul qiladi" (3,229). Odam axborot tarqatish, uni ishlab chiqarish uchun avval ma'lumotga egalik qilish kerak. Ko'rish orqali ana shunday jarayon amalga oshadi. Inson ko'rish qobiliyati orqali atrof-muhit haqidagi asosiy ma'lumotlarni olar ekan, uni muloqot jarayonida boshqa bir individuum bilan o'zaro almashadi, tahlil qiladi. Buning uchun eshitish va gapira olish qobiliyatlari ham zarur.

Inson muloqotidagi muhim bo'lgan fiziologik xususiyati eshitishni tahlil qilsak. "Eshitish inson ovoz tebranishlarini qabul qilish qobiliyatidir. Eshitish nutqning rivojlanishi va muloqot qilish imkoniyati uchun asosiy zaruratidir. Eshitishning yo'qligi odamning ruhiy olamini ma'lum ma'noda zaiflashtiradi, uning musiqani his qilish, odamlar bilan muloqot qilish va hokazo kabi imkoniyatlaridan mahrum qiladi" (3, 556). Insonning ko'rish va eshitish orqali olgan ma'lumotlari uning muloqot qilishda zarur bo'lgan asosiy fiziologik qobiliyati bo'lib, ularning zamirida so'zlashish imkoniyati ham paydo bo'lgan. Aynan gaplashish, so'zlashish qobiliyati: "...inson qobiliyatining o'ziga xos shakli bo'lib, u ijtimoiy mehnat jarayonida muloqot qilish, rejalashtirish, xulq-atvorning anglanmagan (yoki anglangan) nazorati natijasida paydo bo'lgandir" (3, 556).

Xalqimiz tarixning olis qatlamlariga nazar tashlansa, uni xalq og'zaki ijodida namoyon bo'lganini ko'rish mumkin. Chunonchi, askiya

mohiyatida fikr almashish, bahslashish hozirgi til bilan aytganda, interaktiv munosabat kechadi. Yohud Islom ta'limotining benazir merosi hisoblanmish kalom (arab. — ravon nutq, jumla, gap, so'zni anglatadi) (1, 134) ilmi mohiyatan notiqlik, va'zgo'ylik iqtidorini tarbiyalashga xizmat qilgan. Qiyos uchun G'arb tarixiga murojaat qilishimiz mumkin. "Quldorlik tuzumidagi Rim va Afina davlatlarida bu ikki yo'nalish bir birini to'ldirib kelgan. Rimda zamonaviy gazetalarning sodda ko'rinishlari axborotlar o'yib yozilgan yog'och taxtachalarni hamma joyga ilib qo'yishgan va bu axborotni "ko'rish orqali olish" madaniyatini shakllantirgan. Gretsiyada esa jamoaning barcha muammolarini ko'pchilik birga bo'lib og'zaki tarzda muhokama qilishgan. Bu esa axborotni eshitish orqali qabul qiladigan madaniyatni — va'zxonlikni takomillashtirgan" (5).

Jurnalistika nazariyasida bosma matbuotning paydo bo'lishini Gutenberg bosma uskunasi ixtiro qilingani bilan bog'lashadi. Interaktiv jurnalistika esa zamonaviy axborot texnologiyalarining ixtirolari natijasida insonning ko'rish, eshitish, so'zlashish qobiliyatlarini onlayn tizimi, virtual va jonli efir imkoniyatlari yordamida o'zaro muloqot qilish ehtiyojini qondirilishi orqali faoliyat ko'rsatadi, rivojlanadi. Shuni alohida ta'kidlash kerakki, bugungi kungacha matbuot, tele-, radiojurnalistika imkoniyatlari bir taraflama aloqaga asoslangani uchun u shu kungacha siyosiy-iqtisodiy mavqega ega bir nechta individuumlarning manfaatlarini himoya qilib, asosiy omma – oddiy auditoriya faqat ularning ta'sir doirasi bo'lib xizmat qilgan. Jurnalistikaning bu shaklida insonning ko'rish va eshitish orqali axborot olish ehtiyojlarigina qondirilgan.

Axborot asrining mahsuli bo'lgan interaktiv jurnalistika ommaviy kommunikatsiyaning asosiy vositasi bo'lib, unda auditoriyaning axborot olish ehtiyojidan tashqari, uni ishlab chiqarish, axborot tarqatishda faol ishtirok etish, ko'pchilik oldida o'z nuqtai-nazarini ifodalash va fikr bildirish kabi ijtimoiy ehtiyojlari qondiriladi. Interaktiv jurnalistikaning rivojlanishi uchun zarur bo'lgan ijtimoiy xususiyatlarning asosida insonning fiziologik qobiliyat va ehtiyojlari yotar ekan, avvalambor, ulardan mahrumlik qanday oqibatlarga olib kelishi mumkinligini tahlil qilaylik. Amerikalik ruhshunos S.Jurardining fikricha: "Har bir sog'lom odam uning gaplarini ko'pchilik eshitishini xohlaydi. Bu — uning tabiiy ehtiyojidir. Fikrlarini bayon qilishdan mahrum insonlar ruhiy va jismoniy kasalliklarga duchor bo'lishlari mumkin" (6, 25). Bugungi kunda xorijda, jumladan, yurtimizda ham, inson salomatligini dori-darmon yoki jarrohlik yo'li bilan emas, bemorning ruhiy olamini muvozanatga keltirish orqali davolovchi soha — psixoterapiya keng targ'ib qilinmoqda. G'arbona gipnoz yoki turkona dam solish kabi turli usullardan farqli o'laroq, psixoterapiyada bemorning dunyoqarashini tahlil qilish orqali davolaydilar. Unga ko'ra, bemor o'zining fe'l-atvorini, olamga bo'lgan qarashlarini o'zgartirish orqali darddan forig' bo'ladi. Masalan, ichidagilarni gapira olmagan, fikr bildirish imkoniyati cheklangan, o'zining so'zini boshqalar tinglashidan mahrum insonlarning ko'pchiligida angina, astma, tomoq og'rig'ini beruvchi turli respirator infeksiyali kasalliklar uchral ekan: "Laringit paytida biz shunchalik badjahlmizki, hatto gapirishga ham imkonimiz yo'q. Bundan tashqari, tomoq – bizning ijodiy quvvatimiz ifodalangan tana qismidir. Tomoq bilan bog'liq muammolar ijodiy jihatdan o'zingiz xohlagan g'oyalarni amalga oshirilmaganingizdan dalolat beradi" (7, 35).

Demak, interaktiv jurnalistika ommaviy kommunikatsiyaning zamonaviy shakli bo'lishi bilan birga, auditoriyaning faol ishtirokini nazarda tutib, uning ham ijtimoiy, ham fiziologik talablarini qondirishi

bilan ahamiyatlidir. Shu bilan birga, bu jarayonda muxlislarning o'z fikrini bayon qilish, nuqtai-nazarini ifodalash, bahslashish va ko'pchilik bilan axborot almashish ehtiyojlari qondirilishi ularning ruhiy hamda jismoniy salomatligi uchun ham foydali ekan. Har bir auditoriya vakiliga ijtimoiy-fiziologik ehtiyojlarini qondirish uchun o'zaro muloqot qilish imkoniyatini yaratib bera olishi bilan interaktiv jurnalistika boshqa jurnalistika ko'rinishlaridan farq qiladi va o'ziga xos yo'lda taraqqiy etadi. Shu o'rinda kommunikatsiyaning asosi bo'lib, interaktiv telejurnalistikaning o'ziga xosligini belgilab beruvchi omil bo'lgan muloqot so'zining lug'aviy ma'nosiga e'tiborni qaratsak. "Muloqot [a. uchrashish, ko'rishish, qabul qilish]. Uchrashuv, musohaba... 2. Muloqot qilmoq. Uchrashmoq" (9, 635). Arab tilidan olingan "muloqot" so'zida — uchrashish jarayoniga e'tibor qaratilyapti. Bu o'rinda interaktiv telejurnalistikada muallif bilan auditoriya, mutaxassislar ko'rsatuv tasvirga olish jarayonida o'zaro muloqotga kirishishdan avval uchrashishlari shart. Bir makon, muhitda (masalan, studiyadagi tok-shouda) muloqot ishtirokchilarining uchrasha olishlari interaktiv telejurnalistikaning ijtimoiy tarmoqlardagi muloqotga asoslangan interaktivligidan farqlanadi. Aynan ko'rishish natijasida hosil bo'ladigan muloqot interaktiv telejurnalistikaning o'ziga xosligini ham belgilab beradi. Masalan, radioda efir orqali suhbatlashiladi. Muloqot ishtirokchilari bo'lgan tinglovchilar bir-birlari ovozlari eshita oladilar xolos. Ijtimoiy tarmoqlardagi muloqotda foydalanuvchilar bir-birlariga fikr bildirib, yozadilar yoki audio, video yozuv yuboriladi. Ya'ni bir vaqt, bir makonda real hayotdagidek uchrashish, ko'rishishga asoslangan muloqot faqat interaktiv telejurnalistikada mavjud. Eshitish, o'z fikrlarini bayon etish, ko'rish kabi jismoniy ehtiyojlari qatorida interaktiv telejurnalistikada real hayotdagidek studiyada uchrashish ehtiyojining qondirilishi bilan interaktiv jarayonga asoslangan telejurnalistikada auditoriyani o'ziga jalb qiladi. Aynan uchrashish kabi fiziologik ehtiyojining qondirilishi orqali televizion dasturlar tomoshabinlar e'tiborini qozonadi. Taniqli olimlar bilan real hayotda ko'rishish, uchrashish uchun tomoshabinlar studiyadagi ko'rsatuvlarda ishtirok etishni istaydilar. Mehmonga kundalik hayotdagidek yaqinlashish imkonini beruvchi bu dasturlarga tomoshabinlarga yaqinlashish uchun, o'zini ommalashtirish uchun taniqli odamlar keladilar. Studiya bunda real hayotdagidek o'zaro uchrashish makoniga aylanadi. Boshlovchilar ham "keyingi dasturlarda uchrashguncha, hayr sog'-salomat bo'ling" deb dasturni yakunlashlari ham bu kabi loyihalarning ijtimoiy ahamiyatini oshiradi. Bugungi kunda internet hamda ijtimoiy tarmoqlar yangiliklar jurnalistikasidagi yetakchilikni egallaganlar. Telejurnalistikaning texnologik o'ziga xosligi internet, radio yoki ijtimoiy tarmoqlar taqdim etadigan tezkorlik, hozirjavoblikka raqobatbardosh bo'la olmaydi. Shunday ekan, interaktiv telejurnalistikada televizion tasvirga xos bo'lgan ko'rish, radioga xos bo'lgan tinglash kabi tabiiy ehtiyojlari qatorida real hayotdagidek uchrashish va ruhiy barqarorlik beruvchi o'z fikrini bayon etish ehtiyojlari qondiriladi.

Shu o'rinda teleefirdagi muloqot jarayonining o'ziga xosligini belgilab beruvchi muomalaga to'xtalib o'tsak. Kundalik hayotdagi bo'lgani kabi interaktiv jarayondagi muloqot, aloqaning ma'naviy-qiyosiy xususiyatiga ko'ra takomillashuvi nazarda tutilishini ta'kidlash kerak. Muloqotning bunday darajasi muomala deb yuritiladi. Ya'ni boshlovchi, auditoriya vakillari efirda shunchaki maishiy darajadagi kundalik hayotdagi muloqotga kirishmaydilar. Balki muloqot ma'naviy bo'yoqqa ega bo'lgan muomala shaklida yuritiladi. Muomala tushunchasining asl

lugʻaviy maʼnosiga toʻxtalib oʻtsak: “Muomala (arab. — oʻzaro munosabat, aloqa) kishilar bilan munosabat, soʻzlashuv va shuningdek, ish xizmat va barcha sohalar bilan bogʻliq aloqalarni ifoda etuvchi tushuncha” (2, 221). Koʻrinib turibdiki, muomala asosida ham interaktivlik jarayoniga xos boʻlgan oʻzaro munosabat, aloqa, soʻzlashuv jarayonlari mavjud. Yaʼni efirdagi suhbat jarayonidagi muloqotda auditoriyaning fiziologik ehtiyojlari qatorida maʼnaviy ehtiyojlari ham qondiriladi. Ilmiy tadqiqotlarga koʻra, kundalik hayotdagi muomala, munosabat, muloqotning kommunikativ xususiyatlari interaktiv telejurnalistika taraqqiyotining zamonaviy talablaridan biridir. Auditoriya bilan toʻgʻri yoʻnaltirilgan kommunikatsiyani tashkil qilish har bir tahririyat oldida birlamchi vazifalariga aylangan. Shu oʻrinda kommunikatsiyaga toʻgʻri taʼrif berishni lozim topdik. Oʻzbek tilining izohli lugʻatlarida keltirilganidek: “Kommunikatsiya [lot. *sommunicatio* *communicare* – umumiy qilmoq, bogʻlamoq]... 3.*tlsh.* Fikr almashuv, aloqa” (3, 395). Yaʼni kommunikatsiyaning oʻzaro fikr almashinuvi, muloqoti va aloqasi vazifalari bu atamaning ijtimoiy yoʻnalishini belgilab beradi. Interaktiv telejurnalistikada kommunikatsiyadagi muloqotni shakllantirish, tashkil qilish jarayoni muhim hisoblanib, uning ijtimoiy vazifasining ahamiyati yuqoridir. “Kommunikatsiya (lot. *sommunicatio* – umumlash tiraman, bogʻlayman)... Ijtimoiy nuqtai nazardan yondashiladigan. K. guruh yoki tashkilot ichidagi, butun jamoa ichidagi alohida shaxslar oʻrtasida axborot almashish jarayonini oʻz ichiga oladi. Bunday turdagi K., asosan, tabiiy til yordamida amalga oshiriladi. Yakka K.da inson axborotni aniqlashi va idrok etishi (oʻzlashtirishi) katta ahamiyatga ega. Guruh yoki tashkilot ichidagi K. uchun shu guruh yoki tashkilot aʼzolari orasida munasabatlarning taqsimlanishi, qabul qilingan K. qoidalarining xususiyatlari ahamiyatli” (10, 681). Hozirda faoliyatini toʻxtatgan Rossiyadagi “TV2” telekanalning amaliy faoliyatida bemor bolalarga moliyaviy va ijtimoiy yordam berishga undovchi “Odatiy moʻjiza” nomli ijtimoiy loyiha efirga berilgan (Telekanal asoschisi va rahbari Viktor Muchnik bilan suhbat asosida 01.03.2022 y.). Mazkur teleloyihada auditoriya eʼtiborini muhim ijtimoiy muammoga qaratib, uning yechimini topishga harakat qilingan. Yaʼni yordamga muhtoj boʻlgan qatlam bilan aholining katta qismi oʻrtasida efir orqali muloqot oʻrnatilgan. Teleloyiha doirasida 3000dan ziyod bemor bolalarga moliyaviy koʻmak berilib, ularning muammolariga yechim topilgan. Ahamiyatli jihati media, yaʼni OAV ijtimoiy hayotning ajralmas boʻlagi sifatida faoliyat koʻrsatib, ehtiyojmand qatlam bilan aholining oʻzaro kommunikatsiya platformasi sifatida interaktiv telejurnalistika efiri xizmat qilgan. Diqqatga sazovor jihati shundaki, mazkur teleloyiha efir chegaralaridan chiqib, mustaqil ijtimoiy tashkilot sifatida faoliyat koʻrsatishni boshlagan. Bu kabi “Yettinchi qadam” deb nomlangan ijtimoiy loyiha “Yoshlar” telekanalida ham muallif Hamza Jumayev tomonidan 2019-yilda tashkil etilgan boʻlib, unda koʻrsatuvga qahramoni bilan birga oqqonga chalingan ehtiyojmand oila farzandlariga auditoriyaning eʼtibori tortilib, yordam beriladi (H. Jumayev bilan suhbat asosida 05.03.2022). Mazkur amaliy misollar orqali interaktiv telejurnalistikadagi muloqot, munosabat, kommunikatsiyaning ijtimoiy ahamiyatini koʻrsatish mumkin. Bunda bugungi kunda auditoriya bilan muloqotda kommunikatsiya uchun maydon sifatida teleefir oʻziga xos platforma boʻlib xizmat qiladi. OAV ommaviy kommunikatsiya vositasiga aylanib, ijtimoiy faollashib, jamiyatning muhim qismiga aylanadi. Shu oʻrinda kommunikatsiyaning ijtimoiy ahamiyatini ilmiy tahlil qilishga ehtiyoj paydo boʻlyapti.

Kommunikatsiya insonlar o'rtasidagi hissiyotlar, fikrlar, bilimlar almashinuvi vositasidir. Ilmiy nuqtai nazardan kommunikatsiyani ishtirokchilarning biror nuqtai nazarini shakllantirish yo'lida o'zaro fikr almashuvi jarayoni deb ham ta'riflash mumkin. Kommunikatsiya orqali individ yoki biror individlar guruhining ma'lum ehtiyojlari qondiriladi.

Muloqotga kirishganda individlar o'z fikrlarini bayon qiladilar, shaxsiy nuqtai nazarlarini ifodalaydilar, hissiyotlarini namoyon etadilar. Aynan shu jarayonlar barcha turdagi interaktiv teledasturlarda o'z aksini topishini ta'kidlash mumkin. Tok-shou, bahs, viktorina o'yinlari yoki boshqa janrdagi interaktiv loyihalarning barida auditoriyaning u yoki bu fiziologik ehtiyojlari qondiriladi. Kommunikatsiyaning axborot, baholash, affektlashgan vazifalari bugungi kunda interaktiv jurnalistikada o'z ifodasini topgan. Shuning uchun ushbu sohaning ilmiy tahlili falsafa, sotsiologiya, ruhshunoslik va adabiyotshunoslik kabi fanlarning o'rganilishini taqozo etadi. An'anaviy jurnalistikada monolog tarzida axborot uzatish jarayoni ustunlik qilgani bois jurnalistikani adabiyotshunoslikka xos janrlar va yo'nalishlarga bo'lib o'rganish, uning asosiy vositasi sifatida so'zni tahlil qilish bugungi kunda yetarli emas.

O'tgan asrning 20–30-yillarida amerikalik sotsiolog, madaniyatshunos, ruhshunoslar ijtimoiy sohada yangi oqim — simvolik interaksionizmga asos solishdi. Simvolik interaksionizmga o'zaro ta'sir ko'rsatish jarayoni tahlil qilinadi. Ushbu yo'nalishning asoschisi chikagolik Charlz Kuli (11) bo'lib, u yangicha nuqtai nazarni ilgari suradi. Uning fikricha, bizning odamlarga bo'lgan munosabatimiz ularning qandayligiga emas, balki ular haqidagi taassurotlarimizga bog'liq ekan. Charlz Kulining ijtimoiy anglash borasidagi g'oyalari keyinchalik J.Midning ilmiy ishlari (12)da ham o'z aksini topadi. Ya'ni interaktiv teleloyihada ishtirok etuvchisining o'z fikrini bayon etish, ovoz berish yoki munosabat bildirish jarayonida individning subyektiv qarashlari aks etadi. Taassurotlarni esa loyihaaning muallifi, boshlovchisi vizual tasvirlar, audial materiallar orqali shakllantiriladi. Interaktiv teledasturlarda respondentlarning mavzu doirasidagi ong ostidagi taassurotlari muloqot shaklida namoyon bo'ladi. Turli qarashlarning bitta loyihada namoyon bo'lishi mavzuga har xil rakurslardan baho berish uchun zamin bo'ladi. Bunda o'zaro ta'sir qilish jarayonini ham kuzatish mumkin. Inson hayoti davomida o'zaro ta'sir ko'rsatib, ta'sirlanib yashaydi.

Insonlar ta'sir ko'rsatish jarayoniga hech qachon befarq qolmaydilar. Ular turli simvol(timsol)lar — xatti-harakatlar, voqea-hodisalar ma'nosini yechadilar. Tushunchalari bir xil bo'lgan odamlarning bir-birlari bilan muloqot qilishlari oson kechadi. Boshqalarning nima xohlayotganliklarini tushunish, shaxsning bolalikda olgan tarbiyasiga bog'liq. Hayotiy tajriba, o'zini boshqa odam o'rniga qo'ya olishi, boshqa odamning roliga kira olishi odamlarning bir-birini yaxshi tushunishiga yordam beradi. "Boshqaning rolini qabul qilish"- o'zaro ta'sir ko'rsatishning asosidir. Bu holda individlarning o'zaro ta'sir elementlarni interaksional deb atashadi. Interaktiv teledasturda o'zaro ta'sir elementlari aks etadi.

Simvolik interaksionizm namoyondalari simvolik kommunikatsiya muammolari, ya'ni xatti-harakatlar yordamida amalga oshadigan muloqot, o'zaro ta'sir ko'rsatish jarayoniga alohida to'xtaladilar. Simvolik interaksionizmning asosiy aqidalaridan bu — har bir individning doimiy ijtimoiylashgani-shaxsning jamiyat ta'sirisiz shakllana olmasligidir. Simvolik interaksionizm tahlilchilari insonni nafaqat atrof- muhit qurshovida, balki simvolik muhitda ham mavjudligi haqidagi g'oyani ilgari

surishadi. Bunda har bir shaxs ijtimoiy munosabatlar jarayonida simbol ko‘rinishida ma’lum vazifani bajaruvchisi sifatida ham namoyon bo‘ladi. “Ramziy o‘zaro ta’sir zarur, chunki odamlarda ijtimoiy muhitda o‘zini tutish instinktlari yo‘q. Mavjud bo‘lish uchun odamlar ongli ma’nolar dunyosida yashashlari kerak. Birinchi yoki eng kuchli qo‘zg‘atuvchiga javob beradigan hayvonlardan farqli o‘laroq, odamlar butun majmuadan ramzlarni tanlash va shu bilan ma’lum harakatlarni mazmunli bajarish qobiliyatiga egadir” (12).

Natijalar va muhokamalar. Interaktiv jurnalistika kommunikatsiyaga asoslangani uchun unda auditoriyaning his-hayajonlari, o‘zini baholash va axborot almashish mezonlarini tasniflash zaruriyatini paydo qildi. Internet, radio, televideniye yordamida o‘zaro muloqot qilayotgan individlar beixtiyor simvolik interaktivlikka kirishishadi. Suhbatdoshlarning xatti-harakatlarini o‘rganishadi, uning o‘rniga o‘zini qo‘yib ko‘rib, munosabatga kirishishadi. Shuning uchun interaktiv jurnalistikaning materiali shunchaki badiiy asar bo‘libgina qolmay, kishilarning o‘zaro munosabatlari ifodalangan muloqotning texnik aksidir. Bunda jurnalist dialogni badiiylashtirib, ma’lum jurnalistik janr shakliga keltiradi. Bu ishda jurnalistdan zargarona mahorat talab qilinadi. Uning mehnatini konda oltin qidiruvchilar ishiga o‘xshatish mumkin. Konchilar qimmatbaho tosh izlaganlaridek, jurnalist auditoriya va mutaxassislar suhbatlaridan muxlislarga zarur bo‘lgan axborotni ajratib oladi va uni kerakli shaklga keltirishga harakat qiladi.

O‘zaro ta’sir etishning ilk ko‘rinishi bo‘lgan xatlar bugungi kunda zamonaviy ko‘rinishga ega bo‘ldi. Masalan, xatlarning elektron ko‘rinishi bo‘lgan SMS —kommunikatsiyaning ta’sirchanligi ham o‘ziga xosdir. Bu borada rossiyalik yosh jurnalist tadqiqot o‘tkazib shunday xulosaga keladi: “Avvallari mening vazifam shahrimiz odamlariga qiziqarli voqealar haqida hikoya qilishdan iborat deb o‘ylagandim. SMS shikoyatlar ruknini berishganidan keyin mening ishimda bundan-da muhim vazifa – o‘quvchilarga muammolarni hal qilishga yordam berish zaruriyati ekanligini angladim” (4, 21). Ushbu rukn doirasida o‘quvchilarning shikoyatlarini o‘rganib, mutasaddi tashkilotlar orqali ularning sababi va yechimini topish yo‘llarini izlagan jurnalist SMS kommunikatsiyaning o‘ziga xos jihatlari xususida shunday deydi: “Shuni esdan chiqarmaslik kerakki, SMS shikoyatlar faqat shikoyat bo‘libgina qolmay, balki qaytariqli aloqadir. Shikoyatlar (gazeta-muall. — Yu. O.) o‘quvchisini o‘rganishning samarali yo‘li hisoblanadi. Uni nima bezovta qilayotgani, gazetalardan nimani o‘qishni istayotgani, qanday yashayotganini ushbu shikoyatlar orqali bilib olish mumkin” (4, 22). Ana shunday qaytariqli aloqani tashkil qilayotgan OAV axborot tarqatuvchi shaklidan auditoriyaning xohish va irodasini ifodalaydigan ommaviy kommunikatsiyaning asosiga aylanadi. Xuddi ana shunday kommunikativ xususiyatga ijtimoiy tarmoqlardagi izoh qoldirish kommentlarni, feysbukdagi munosabat bildirishlar egadir. Ahamiyatlisi, bunday shakldagi munosabat bildirish bugungi kunda nihoyatda ommalashib ketib, ba’zan ijtimoiy hayotdagi tabiiy muloqotning ham o‘rnini egallamoqda.

Eng muhimi, axborot vositalarining fuqarolik jamiyatini demokratlashuvida yetakchi o‘rin tutishi auditoriya bilan dialogga asoslangan interaktiv jurnalistika taraqqiyotiga bog‘liq. Ommaviy axborot vositalarining auditoriya bilan to‘laonli dialogi ishtirokchisiga o‘tish usuli jurnalistika faoliyatining yo‘nalishini o‘zgarishi, uning uslubiy yangilanishiga zamin bo‘ladi. Bunday o‘zgarishlar natijasida OAV auditoriyaning ijtimoiy qiziqishlarini ifoda etuvchisi hamda ommaning

qo'llab-quvvatlashi bilan "to'rtinchi hokimiyat darajasiga ko'tarilishiga olib keladi" (8).

Auditoriya bilan o'zaro ta'sir ko'rsatish, ya'ni interaktiv jarayonga kirishish jurnalistning vazifasini murakkablashtirsa-da, OAV tamoyillarini demokratlashtiradi. Bunda OAV biror shaxsning siyosiy yoki iqtisodiy manfaatlarini himoyachisi yoki biror-bir siyosiy guruhning targ'ibot vositasi bo'lib emas, oddiy muxlisning axborot olish, uni tarqatish, erkin fikr bildirish ehtiyojlarini qondiruvchi sifatida xizmat qiladi. Globalizatsiya jarayonida axborot iste'molchisiga aylangan muxlis qaysidir ma'noda axborot hammuallifi sifatida ommaviy kommunikatsiyaning teng huquqli vakili bo'ladi. Interaktiv jarayonda jurnalist ijodi auditoriyaning qiziqishlarini, uning xohish-irodasini o'rganishga asoslanadi. Maqsadga erishish uchun beixtiyor inson suhbatdoshining xatti-harakatlarini o'rgansa, jurnalist muxlisning o'rniga o'zini qo'yib ko'rib material yaratadi. Ana shu xususiyatlar OAVni "media biznes" shakliga olib keladi. Biznesda ishlab chiqaruvchi va iste'molchi bo'lganidek, interaktiv jarayonda auditoriya-iste'molchi, uning xohishlariga ko'ra muloqotni tashkil qiladigan ishlab chiqaruvchi — jurnalist bordir. Jurnalist vazifasining o'zgarishi jurnalistika nazariyasiga ham katta yangilanishlarni olib kiradi. Mutaxassislar endilikda bir necha ijtimoiy sohalarning uyg'unlashuvida faoliyat ko'rsatuvchi interaktiv jurnalistika yo'nalishlarini aniqlashtirib, turkumlab, tasniflab o'rganilishi kerak bo'ladi. Ahamiyatlisi, bugungi kunda interaktiv jurnalistikadagi auditoriyaning ishtiroki, uning o'zaro ta'sirlanish jarayoniga mutaxassislar yangicha qarashlar bilan tasniflashmoqda. "Bunday o'zaro ta'sir natijasida hosil bo'lgan effekt interaktiv o'zaro ta'sirni taqlid qilishga imkon beruvchi texnologik qurilma sifatida audiovizual aloqaning immanentligi sifatida interaktivlikdan foydalanishga sabab bo'ldi. Shunday qilib, "interaktivlik" tushunchasi yana bir mazmun kasb etib, ovoz berish, teleko'rsatuvlar efir paytida so'rovlarda ishtirok etib televideniye texnologiyasi sifatida interaktivlikdan foydalanishga misol bo'la oladi. Bir so'z bilan aytganda, "interaktivlik" hamkorlikda ijod qilishdir. Axborot iste'molchisi professional jurnalistlar qatori boshqa soha vakillari ham ijod qiluvchi interaktiv jarayonning guvohi bo'lishi o'zining ichki ijodiy salohiyatini faollashtirishga turtki oladi" (13).

Xulosa. Interaktiv telejurnalistikada odamlarning ko'rish, eshitish, munosabatga kirishish, muomala yoki muloqot qilish, o'z taassurotlarini ifodalash kabi tabiiy fiziologik ehtiyojlari qondirilishi namoyon bo'ladi. Monologik tarzda taqdim etilgan axborot materialidan farqli o'laroq, o'zaro ta'sirlanish, o'zaro fikrlashish jarayonida paydo bo'lgan teleloyihalarning ta'sirchanligi ham yuqori bo'ladi. Bu kabi tabiiy ehtiyojlarning qondirilishi insonning jismoniy hamda ruhiy salomatligiga ijobiy ta'sir qilishi bilan ahamiyatlidir. Mazkur tabiiy fiziologik ehtiyojlar OAV keng taraqqiy etmagan qadim zamonlarda ham, odamlarning o'zaro muloqot shakllarida ham qondirilgan. Shuning uchun an'anaviy shakldagi ko'rsatuvlarga nisbatan odamlarga fikr bildirish, o'z qarashlarini ifoda etish imkonini beruvchi dasturlar samarali bo'ladi. Bunda televizion efir muloqot uchun o'ziga xos platformaga aylanadi. Interaktiv teleloyihalarda auditoriya bilan mutasaddi rahbarlarning o'zaro muloqoti yo'lga qo'yilar ekan, mazkur jarayonning saviyasi undagi muomalaning saviyasiga ham bog'liq bo'ladi. Mo'tadil muomala qilish, maqbul muomala kutish ham odamlarning tabiiy fiziologik ehtiyojlarining ko'rinishlaridan biri. Telejurnalistika taraqqiyoti davrida suhandonlarning o'zni beqiyos bo'lgan. Tomoshabinlar malakali suhandonlarning chiroyli muomalasi,

saviyali nutqiga mahliyo bo'lishgan. Ekran madaniyati tomoshabinlarni ma'naviy tarbiyalagan. Muomala madaniyati bilan oliy toifali suhandonlar telekanal "yuzi"ga aylangan. Interaktiv teleko'rsatuvlardagi muloqotda moderator boshlovchilarning muomala san'ati loyihaning samaradorligini belgilovchi omil sifatida namoyon bo'ladi. Mahoratli boshlovchilarning muomala mahorati auditoriyani o'ziga jalb qilib interaktiv dastur samaradorligini oshiradi. Kundalik hayotdagi muloqotdan farqli o'laroq, interaktiv jarayondagi muloqotning kommunikativ xususiyati yuqori bo'ladi. Bunda studiyaga taklif etilgan mutaxassislar tomoshabinlar, studiyadagi auditoriya bilan kommunikativ muloqotga kirishadilar. Bunda jamoa ichidagi muloqot tabiiy so'zlashuv nutqida kechadi. Muloqot ishtirokchilari axborotni qabul qilib idrok etadilar, unga munosabat bildiradilar. Ya'ni studiyadagi muloqot natijasida muloqot ishtirokchilarining so'zlashish, fikrini bayon etish kabi fiziologik ehtiyojlari qondirish jarayonida fikrlash doiralari kengayishi ham kuzatiladi. Studiyadagi muloqotida ishtirokchilar dunyoqarashining kengayishi ham interaktiv loyihalarga auditoriyani jalb qiladi. Shuning uchun jahon tajribasida intellektual o'yinlar asosan interaktiv usulda tayyorlanadi. Bunga yurtimizdagi teletomoshabinlar e'tiboriga tushgan "Zakovat" teleo'yinini misol qilishimiz mumkin. Jahon tajribasida ham intellektual o'yinlar keng ommalashgan. Pedagogikada qo'llaniladigan interaktiv usullar orqali o'quvchilarda ma'lumotlarni tez va oson qabul qilish, mulohaza yuritish, mavzuni muhokama qilish asnosida mavzuni o'zlashtirish kabi jarayonlarni kuzatish mumkin. Shuning uchun zamonaviy pedagogik usullar orasida interaktiv o'yinlarning alohida o'rni bor. Interaktiv teleo'yinlarda ham bilim olish, ilm-fanga qiziqitirish, mavzuni chuqurroq o'rganishga undash kabi xususiyatlar namoyon bo'ladi. Avvallari gazetalarning so'nggi sahifalarida krossvord topishmoqlar berilib, o'quvchilar jiddiy mavzulardan so'ng hordiq chiqarish uchun bu kabi ilovalarni o'qishgan. Bugungi kunda mobil ko'ngilochar ilovalar qatori intellektual teleo'yinlarda ham ana shunday ma'rifiy, rekreativ ko'rinishlarda namoyon bo'ladi. Auditoriya fikr bildirish, muloqotga kirishish kabi ichki fiziologik ehtiyojlarini qondirishga tayyorligi interaktiv teledasturlarning kommunikatsiyasini jadallashtiradi. Natijada katta hajmdagi auditoriyaning ma'lum bir ijtimoiy masalaga nisbatan mas'uliyati ortadi, ijtimoiy voqea hodisalarga nisbatan erkin fikr bildirish ko'nikmalari shakllanadi. Ana shunday jarayonlarda interaktiv jurnalistikaning jamiyatni demokratlashtirish, fuqarolik jurnalistikasining rivojlanishida o'ziga xos o'rni borligi namoyon bo'ladi. Interaktiv teledasturlarda ishtirok etayotgan auditoriya vakillarining fikr va dunyoqarashlari bir-biridan farq qilishi ularning ong ostidagi taassurotlariga bog'liqdir. Ya'ni interaktiv teleloyihada ishtirok etuvchining o'z fikrini bayon etish, ovoz berish yoki munosabat bildirish jarayonida individning subyektiv qarashlari aks etadi. Taassurotlarni esa loyihaning muallifi, boshlovchisi vizual tasvirlar, audial materiallar orqali shakllantiradi. Interaktiv teledasturlarda respondentlarning mavzu doirasidagi ong ostidagi taassurotlari muloqot shaklida namoyon bo'ladi. Ya'ni turfa xil qarashlar, fikrlar odamlarning ongidagi mavzu doirasidagi individual taassurotlariga bog'liq holatdir. Mavzu doirasida boshlovchi jurnalistning respondentlar, auditoriya vakillari bilan bo'lgan muloqotida uning hayotiy tajribasi, o'zini boshqa odam o'rniga qo'ya olishi, boshqa odamning roliga kira olishi — uning kommunikatsiya ishtirokchilarini yaxshi tushunishiga yordam beradi. Bunda o'zaro ta'sir ko'rsatish asosida boshqaning rolini qabul qilish jarayoni mavjuddir. Bu holda individlarning

o'zaro ta'sir elementlari bo'lgan muloqot, muomala, nutq kabi ifoda usullari bilan birga xatti-harakatlari — interaksional deb atashadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Ислом: энциклопедия. — Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2004. — 357 б.
2. Маънавият асосий тушунчалар изоҳли луғати. — Т.: Гафур Ғулом номидаги нашриёт матбаа ижодий уйи, 2006. — 448 б.
3. Популярная медицинская энциклопедия / Гл. ред. В. И. Покровский. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Сов. энцикл., 1991. — 687 с.
4. Сиянович Е. Чтобы читатель “рыл землю”// Журналист и медиарынок. — 2010. — № 9 // http://www.jourmedia.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=148:2010-09-08-13-37-29&catid=30:politika&Itemid=34
5. Телерадиоэфир: история и современность / Под ред. Я.Н. Засурского. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 237 с.
6. Теории управления впечатлениями и социально-психологические исследования: Сб. статей. — М., 1981.
7. Хей Л. Исцели себя сам. — М., 1996. — 208 с.
8. Шилина М.Г. Тренды развития коммуникаций в XXI веке и парадигмы теории журналистики // Вестник МГУ. Серия журналистика. — 2/2009. — С.51–57.
9. Ўзбек тилининг изоҳли луғати: 80000 га яқин сўз ва сўз бирикмаси. Ж.П.Е.М — Масъул муҳаррир А. Мадвалиев. — Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2020. — 672 б.
10. Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 4-жилд / Таҳрир ҳайъати: М.Аминова, Т.Даминов, Т.Долимов ва б. — Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2002. — 704 б.
11. https://spravochnik.ru/sociologiya/charlz_horton_kuli_amerikanskiy_sociolog/
12. https://studme.org/146788/sotsiologiya/simvolicheskiy_interaktsionizm_mida_kuli_diaagnostika_protseessov_sotsializatsii
13. <https://mydocx.ru/12-1811.html>

References

1. *Islom entsiklopediya* (Encyclopedia of Islam), Tashkent: Uzbekiston millii entsiklopediyasi, 2004, 357 p.
2. *Manaviyat asosii tushunchalar izohli lugati* (Explanatory Dictionary of Basic Concepts of Spirituality), Tashkent: Gafur Gulom nomidagi nashriyat matbaa izhodii uii, 2006, 448 p.
3. *Populyarnaya meditsinskaya entsiklopediya* (Popular Medical Encyclopedia), Moscow, 1991, 687 p.
4. Siyanovich E. *Zhurnalists i mediarynok*. 2010, No. 9, available at: http://www.jourmedia.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=148:2010-09-08-13-37-29&catid=30:politika&Itemid=34
5. *Teleradioefir: istoriya i sovremennost'* (Television and Radio Broadcast: History and Modernity), Moscow: Aspekt Press, 2005, 237 p.
6. *Teorii upravleniya vpechetleniyami i sotsial'no psikhologicheskie issledovaniya* (Experience Management Theories and Social Psychological Research), Digest of articles, Moscow, 1981, p.25.
7. Khei L. *Istseli sebya sam* (Heal Yourself), Moscow, 1996, 208 p.

8. Shilina M.G. *Vestnik MGU. Seriya Zhurnalistika*, 2009, No.2, pp. 51–57.
9. *Uzbek tilining izohli lugati: 80000 ga yaqin suz va suz birikmasi* (An Explanatory Dictionary of the Uzbek Language: about 80,000 Combinations of Words and Word Units), Tashkent: Uzbekiston milliy ensiklopediyasi, 2020, 672 p.
10. *Uzbekiston millii entsiklopediyasi* (National Encyclopedia of Uzbekistan), Vol. 4, Tashkent: Uzbekiston millii entsiklopediyasi, 2002, 704 p.
11. https://spravochnick.ru/sociologiya/charlz_horton_kuli_amerikanskiy_sociolog/
12. https://studme.org/146788/sotsiologiya/simvolicheskiy_interaktsionizm_mida_kuli_diaagnostika_protseessov_sotsializatsii
13. <https://mydocx.ru/12-1811.html>