

kuzatiladi. Teledastur boshlovchiligining dialog shaklida tayyorlanishi uning qiziqarliligini oshirishi ma'lum. Masalan, o'zbek televideniyesida o'ziga xos maktab bo'lib shakllangan "Assalom, O'zbekiston!" telejurnalini doimo ayol va erkak boshlovchilar olib borishgan. Ko'rsatuv suhbat, dialog shaklida tuzilgan. So'ngi yillari ma'rifiy-ko'ngilochar dasturlardagi bunday an'ana yangiliklar blokida ham qo'llanilmoqda. Odatda yangiliklar dasturi bitta boshlovchi tomonidan monologik shaklda olib borilsa-da, "Yoshlar" telekanalida efirga uzatiladigan "Yangi davr" dasturiga o'ziga xoslik bag'ishlash uchun erkak va ayol boshlovchilardan iborat dialogik tandemni kiritishgan. Ya'ni, mazkur loyiha uchun boshlovchilar ko'rinishi, studiyaning dizayni kabi tomoshabinni o'ziga jalb qilish usullari qatorida, bir necha kommunikantlarning o'zaro suhbatini, ularning ovozlarning turlicha bo'lishini ta'minlaydigan boshlovchilar dialogi tashkil etildi.

Xulosa qiladigan bolsak, nutqiy xilmaxillik teleko'rsatuvlarning samaradorligini oshirishga xizmat qilishini ko'ramiz. Shuningdek, zamonaviy interaktiv telejurnalistika amaliyotida sof janrlar uchramas ekan, ularda barcha nutq ko'rinishlarining uyg'unligini kuzatish mumkin. Televideniya barcha yo'nalishdagi interaktiv teleko'rsatuvlar polilogik nutq mavjud loyihalar sifatida tasniflanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Бакиева Г.Х., Тешабаева Д.М. Оммавий ахборот воситалари тили. –Т.: 2019.
2. Shomaksudova S., Israil M. OAVda yozma matn. Nutq va munozara. O'quv qo'llanma. –Т.: Universitet, 2017.
3. Медиалингвистика ва таҳрир. III жилд. Т.: O'zbekiston. 2019

O'ZBEKISTONDA BOSMA OAV TIZMIDAGI ISLOHOTLARNING SAMARADORLIGI

Feruza TURAYEVA
O'zDJTU katta o'qituvchisi

Annotasiya. Ushbu maqolada bugungi kunda O'zbekiston OAV tizmida amalga oshirilyotgan islohotlar va yangi davr o'zgarishlari tahlili haqida so'z boradi.

Shuningdek, mazkur maqola mavzusi yuzasidan rasmiy va ilmiy adabiyotlardagi fikrlar, faktlar umumlashtirilib tahlil natijalari aniq misollar yordamida tasniflanadi.

Kalit soʻzlar: *Bosma OAV, rivojlanish tendensiyasi, islohotlar, qonun va qarorlar.*

Respublikamizda istiqbol yillarida ommaviy axborot vositalarining qonuniy bazasi yaratilib, jurnalistlarga erkin faoliyat yuritishi uchun koʻplab imkoniyatlarni taqdim etdi. Oʻzbekiston mustaqillikka erishgandan soʻng, soʻz va matbuot erkinligi insonning boshqa asosiy huquqlari qatori oʻzining konstitutsiyaviy kafolatini topdi. Ommaviy axborot vositalari faoliyatiga doir bir qator qonunlar va huquqiy hujjatlar qabul qilindi. Oʻzbekiston Respublikasining ommaviy axborot vositalari faoliyatini tartibga soluvchi “Ommaviy axborot vositalari toʻgʻrisida” (2007-yil 15-yanvar), **“Axborot olish kafolatlari va erkinligi toʻgʻrisida”** (1997-yil 24-aprel), **“Jurnalistik faoliyatni himoya qilish toʻgʻrisida”** (1997-yil 24-aprel), **“Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari toʻgʻrisida”** (2002-yil 12-dekabr), **“Noshirlik faoliyati toʻgʻrisida”** (1996-yil 30-avgust), **“Mualliflik huquqi vav turdosh huquqlar toʻgʻrisida”** (2006-yil 20-iyul), **“Reklama toʻgʻrisida”** (1998-yil 25-dekabr), **“Axborotlashtirish toʻgʻrisida”** (1993-yil 7-may), **“Telekommunikatsiyalar toʻgʻrisida”** (1999-yil 20-avgust), **“Ommaviy axborot vositalarini yanada rivojlantirish uchun qoʻshimcha soliq imtiyozlari va afzalliklar berish toʻgʻrisida”**³⁵ kabi qonunlar qabul qilindi. Mamlakatimizda OAV huquqiy bazasini yaratilishida Oʻzbekiston Respublikasining Konstitutsiyasiga asosiy manba sifatida tayanilgan. Uning 67-moddasida “Ommaviy axborot vositalari erkindir va qonunga muvofiq ishlaydi. Ular axborotning toʻgʻriligi uchun belgilangan tartibda javobgardirlar. Syenzuraga yoʻl qoʻyilmaydi”³⁶, deb belgilab qoʻyilgani ommaviy axborot vositalarining mutlaq qonuniy erkinligining kafolati hisoblanadi.

1991-yilda Oʻzbekistonda 395 ta ommaviy axborot vositasi faoliyat olib borgan boʻlsa, mustaqillik yillarida yaratilgan keng sharoitlar tufayli OAVlarning soni bugungi kunda 1514tani (1015 ta bosma OAV, 100ta TV va radiolar, 395 ta veb-saytlar va 4 ta

³⁵ <http://www.api.uz/#uz/content/documents/qonunlar/>

³⁶ Ўзбекистон Республикаси конституцияси. –Т.: «Ўзбекистон», 2014.

axborot agentligi ro'yxatdan o'tkazilgan)³⁷ tashkil etadi. Bu ko'rsatkichni 2013-yildagi 1326, 2014-yildagi 1372, 2015 yildagi 1395, 2016 yildagi 1463³⁸ 2023-yilda yurtimizda 2140 ta yoki 2016 yilga nisbatan 626 ta ko'p ommaviy axborot vositasi faoliyat yuritmoqda. Ularning 65 foizi³⁹ nodavlat media vositalari ekani sohada tarkibiy o'zgarishlar izchil amalga oshirilayotganidan dalolat beradi. An'anaviy nashrlar bilan birga internet nashrlar ham jadal rivojlanib, ularning soni 745 taga yetgani va o'quvchilar ommasini tobora ko'proq o'ziga jalb etayotganini qayd etish lozim. Mamlakatimizda jamiyat rivoji yo'lidagi qabul qilinayotgan farmon, farmoyish, qonun va qarorlarda ham ommaviy axborot vositalariga turli vazifalar yuklanib, ular oldiga katta mas'uliyat qo'yilmoqda. *O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning «O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida»⁴⁰ gi Farmonida shunday deyiladi: «O'zbekiston Milliy axborot agentligi, O'zbekiston Milliy teleradiokompaniyasi, O'zbekiston Matbuot va axborot agentligi ommaviy axborot vositalarini jalb etgan holda, shuningdek, O'zbekiston Mustaqil bosma ommaviy axborot vositalari va axborot agentliklarini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish jamoat fondi, Elektron ommaviy axborot vositalari milliy assosiyasi, O'zbekiston nodavlat notijorat tashkilotlari milliy assosiyasi bilan hamkorlikda: mazkur Farmonning maqsad va vazifalarini ommaviy axborot vositalarida, shu jumladan Internet tarmog'ida keng sharhlab borilishini, uning demokratik islohotlarni chuqurlashtirishga, kuchli fuqarolik jamiyatini shakllantirishga, shuningdek, inson huquq va erkinliklarini himoya qilishni ta'minlash, aholi farovonligini oshirish, fuqarolarning hayotiy muammo va ehtiyojlarini hal etish, jamiyatda qonun ustuvorligi, qonuniylik va adolat, mamlakatimizda tinchlik-osoyshtalik, millatlararo va fuqarolararo totuvlikni qaror toptirish maqsadida davlat organlarining aholi bilan ochiq, to'g'ridan-to'g'ri muloqotini kuchaytirishga yo'naltirilganini jamoatchilikka tushuntirilishini; Davlat dasturi doirasida amalga oshirilayotgan chora-tadbirlarning borishi va natijalari to'g'risidagi xolis, to'liq ma'lumot*

³⁷ <http://www.api.uz/#uz/content/licence/statistics/>

³⁸ O'sha manba.

³⁹ <https://minenergy.uz/uz/news/view/2983#>

⁴⁰ Халқ сўзи, 2017 йил 8 феврал №28 (6722).

aholiga tezlik bilan yetkazilishini ta'minlasin⁴¹, deyiladi. Buning ijrosi sifatida har bir ommaviy axborot vositasi o'z yo'nalishi bo'yicha uni yoritib kelmoqda. Davlat va jamiyat o'rtasida ochiq muloqot qurish bo'yicha ish olib bormoqda.

2017–2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasining birinchi yo'nalishida jamoatchilik nazoratini takomillashtirish, nodavlat notijorat tashkilotlarini, ommaviy axborot vositalarini yanada rivojlantirish belgilangan. Harakatlar strategiyasining 51-bandiga muvofiq **“Ommaviy axborot vositalari to'g'risida”, “Jurnalistik faoliyatni himoya qilish to'g'risida”**gi qarorlarga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish borasida loyihalar ishlanmoqda. Yuqoridagi ikki qonunning qabul qilinganiga ancha vaqt bo'lganligi (biriga 10, ikkinchisiga 20 yil) sababli ularga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritishga tavsiya etildi. Strategiya ijrosida aynan ommaviy axborot vositalariga tegishli bo'lgan qonun hujjatlariga tegishli o'zgartirish va qo'shimchalar kiritilishi sohani yanada taraqqiy etishiga muhim turtki bo'ladi. Demokratik jamiyat rivojida esa ushbu sohaning nechog'lik muhim ekanligini anglash qiyin emas.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2017 yil 8 fevralda qabul qilgan **“Qonun hujjatlarini tarqatish tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida”**gi qarorida “Fuqarolarni huquqiy xabardor qilish, asosan, an'anaviy ommaviy axborot vositalari orqali qog'oz ko'rinishida amalga oshirilmoqda, bu esa huquqiy axborotning to'liqligi va erkin foydalanilishiga, uning o'z vaqtida tarqatilishiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Bunda aholining ijtimoiy faol qatlamlari, shu jumladan, tadbirkorlar va yoshlarning axborotga bo'lgan ehtiyoj va so'rovlari inobatga olinmayapti”⁴² deyiladi. Yuqoridagi qatlamlarga yetib borishida ixtisoslashgan nashrlarga ehtiyoj seziladi. Bundan ko'rinib turganidek, har bir sohaga ixtisoslashgan nashrlar faoliyat yuritishini zamonning o'zi talab etmoqda. Shuningdek, Qarorda davlat organlari, fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlari, nodavlat notijorat tashkilotlari va

⁴¹ Халқ сўзи, 2017 йил 8 феврал №28 (6722).

⁴² Халқ сўзи, 2017 йил 9 феврал №29 (6723).

ommaviy axborot vositalari, fuqarolik jamiyatining boshqa institutlarini jalb qilgan holda, jamiyatda huquqiy targ'ibotni tashkil etish; davlat organlari va tashkilotlarining huquqiy axborotdan keng ko'lamda foydalanishini ta'minlash, ushbu sohada fuqarolik jamiyati institutlari va ommaviy axborot vositalari bilan samarali hamkorlik qilish faoliyatini muvofiqlashtirish ko'zda tutiladi.⁴³ Qabul qilinayotgani qonun hujjatlarini nashrlar auditoriyasidan kelib chiqib, o'z yo'nalishida yetkazish har bir ixtisoslashgan nashrning vazifasi hisoblanadi.

Ommaviy axborot vositalari O'zbekistonda yashayotgan millatlarning 7ta tilida va siyosiy-ijtimoiy, iqtisodiy, ma'naviy-ma'rifiy, sport kabi 20dan ortiq ixtisosliklarda faoliyat olib boradi. Ushbu ixtisosliklarni bosma OAV ixtisoslashuvi misolida, foizlarda ko'rib chiqadigan bo'lsak, siyosiy 24 foiz, ta'lim 13 foiz, iqtisodiy 10 foiz, huquqiy 3 foiz, tibbiy 5 foiz, xotin-qizlar 2 foiz, ko'ngilochar 29 foiz va boshqalari 14 foizni tashkil etishini ko'ramiz. Siyosiy-ijtimoiy nashrlar orasida eng yuqori tirajni tashkil etayotgan va haftada 5 marotaba (yakshanba va dushanbadan tashqari) "**Xalq so'zi**" (116165 nusxa)⁴⁴, "**Pravda vostoka**" (24825)⁴⁵, "**Toshkent oqshomi**" hamda haftada 3 marotaba nashr etiladigan "**O'zbekiston ovozi**" (14582)⁴⁶ (*Satistikada ayrim nashrlar o'z faoliyatini to'xtatgan*) kabi gazetalar bugungi kunda 2024-yilga kelib 4 barobardan ortiq nashrlar aynan ushbu soha doirasida axborot berib boradi. Bugungi kunda o'zbek matbuotidagi kunlik gazeta mavqeiga ega ushbu nashrlarning sahifalaridan tahliliy va tanqidiy ruhdagi materiallar ham o'rin egallamoqda. Shuningdek, "**Bank axborotnomasi**", "**Банковские вестник**", "**Бизнес вестник востока**", "**Biznes daily — Birja**", "**Biznes daily — Iste'molchi**", "**Bozor va iste'molchi**", "**Ваш налоговый консультант**" singari gazetalar va "**Biznes konsultant**", "**Biznes: Audit-baho-mulk**", "**Iqtisod va moliya**", "**Moliyachi ma'lumotnomasi**" kabi jurnallar iqtisodiy sohadagi nashrlardandir. Keyingi yillarda huquqiy va tibbiy sohada ham yangi nashrlarning paydo bo'lishi va rivojlanishida auditoriyaning ushbu yo'nalaishlarda yetarli savollari, muammolari va qiziqishlari borligidan dalolat beradi. Chop etilayotgan nashrlar orasida "**Darakchi**",

⁴³ O'sha manba.

⁴⁴ Халқ сўзи, 2017 йил 24 май №102 (6796).

⁴⁵ Правда востока, 2017 йил 24 май №100 (28588).

⁴⁶ Ўзбекистон ovozi, 2017 йил 23 май №62 (32277.)

“Bekajon”, “So’g’diyona”, “Hordiq” singari nisbatan ko’p foizga ega va o’quvchisi nisbatan ko’p bo’lgan ko’ngilochar nashrlar bir vaqtning o’zida ayollar nashriga ham kiradi. O’zbek matbuotida nashrlarni tasniflashda ana shu jihatlarga ham e’tibor qaratilishi lozim. Bundan tashqari o’zbek matbuotida bugungi kunda rivojlanib borayotgan yo’nalish — sport jurnalistikasidir. “Inter futbol”, “Sport”, “Sport plyus”, “Sport va salomatlik”, “Futbol ekspress”, “O’zbekiston futboli” kabi nashrlar shular jumlasidandir. 1991 yilda O’zbekistonda 395 ta ommaviy axborot vositasi faoliyat olib borgan bo’lsa, 2016 yil 1 yanvarga kelib ular soni 1461 tani tashkil etdi. Ulardan 686 tasi gazeta va 300tasi jurnaldir. Nodavlat ommaviy axborot vositalari ham tez rivojlanmoqda. 2016 yil 1 iyun holatiga ko’ra 359 ta veb-sayt OAV sifatida ro’yxatdan o’tkazilgan bo’lsa, tele-radiokanallar hamda veb-saytlarning 85 foizi nodavlat ommaviy axborot vositasidir. Bosma ommaviy axborot vositasining jami 62.7 foizi nodavlat bosma OAVdir.⁴⁷ 2023-yil holatiga ko’ra 65 foizi⁴⁸ nodavlat media vositalari faoliyati sohada tarkibiy o’zgarishlar izchil amalga oshirilayotganidan dalolat beradi.

Xulosa qilib aytganda bugungi kunda nodavlat matbuot nashrlaridagi xilam-xillik rivojlanish tendensiyalarini boshdan kechiryotgan bir vaqtda yangi formatga o’tish masalalari ham dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Ushbu harakatlarning ko’rinishini nashrlarning elektron versiyalarida ko’rish mumkin. Zero, yuqorida fikrlar va tahlillardan kelib chiqib fuqarolik jamiyatini liberallashuvida matbuotning o’rni asrlar osha yo’qolmasligi, chop etilgan gazeta tarixiy hujjat sifatida ma’lum bir davrdan keyin ham muhim ahamiyat kasb etishiga amin bo’ldik.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati

1. <http://www.api.uz/#uz/content/documents/qonunlar/>
2. Ўзбекистон Республикаси конституцияси. –Т.: «Ўзбекистон», 2014.
3. <http://www.api.uz/#uz/content/licence/statistics/>
4. <https://minenergy.uz/uz/news/view/2983#>
5. Халқ сўзи, 2017 йил 8 феврал №28 (6722).
6. Халқ сўзи, 2017 йил 9 феврал №29 (6723).
7. Халқ сўзи, 2017 йил 24 май №102 (6796).

⁴⁷ http://nargis.uz/article_view.php?id=414

⁴⁸ <https://minenergy.uz/uz/news/view/2983#>

8. Правда востока, 2017 йил 24 май №100 (28588).
9. Ўзбекистон овози, 2017 йил 23 май №62 (32277.)
10. http://nargis.uz/article_view.php?id=41
11. <https://minenergy.uz/uz/news/view/2983#>

ПОНЯТИЕ ТРАНСМЕДИЙНОГО ПОВЕСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Гулноза НАЖМИДДИНОВА
старший преподаватель, УЖиМКУ

Аннотация. В статье предоставляется определение феномена трансмедийного повествования. Были изучены теоретические основы данного явления.

Ключевые слова: трансмедиа, сторителлинг, трансмедийное повествование, мир истории, медиа, нарратив.

Трансмедийный сторителлинг (или трансмедийное повествование) — это метод рассказа одной истории на нескольких платформах и в разных форматах с использованием современных цифровых технологий ⁴⁹. Задача такого повествования — погрузить пользователя в происходящее и подарить новые впечатления и опыт.

Трансмедийное повествование зародилось в индустрии развлечений, но позже маркетологи начали использовать его принципы как способ продвижения брендов и продуктов. В чем же заключается его уникальность?

Во-первых, трансмедийный сторителлинг многоформатен. Трансмедийное повествование использует разные форматы — кино, комиксы, видео, сериалы, компьютерные игры, музыку и другие. Это позволяет рассказать историю с разных ракурсов и дополнить ее деталями.

Во-вторых, в трансмедийном сторителлинге используется множество платформ. История распространяется через разные медиаплатформы — интернет, социальные сети, мобильные приложения и т. д. Это позволяет достичь широкой аудитории.

⁴⁹ Трансмедийное повествование: рассказы о вселенных на примерах – <https://lpgenerator.ru/blog/chto-takoe-transmedia/>