

- игры (игроки взаимодействуют с миром, принимая на себя роль персонажей);

- сериалы (зрители следят за сюжетом через несколько эпизодов).

Обратимся к примерам данного явления. Одним из ярчайших является небезызвестная поттериана. «Гарри Поттер» — это вселенная, которая началась с книг Дж. К. Роулинг, но затем была адаптирована в фильмы, игры, комиксы и другие форматы. Все они раскрывают разные аспекты этой магической вселенной.

Таким образом, «вселенная» в трансмедийном сторителлинге — это общий контекст, который объединяет разные форматы и позволяет зрителям, читателям и игрокам погрузиться в уникальный мир истории.

ZAMONAVIY SPORT JURNALISTIKASINING TARAQQIYOT TENDENSIYALARI

Laylo TURAYEVA
O'zJOKU o'qituvchisi

Annotatsiya. Ushbu tezisda sport jurnalistikasining taraqqiyot tendensiyalari haqida so'z boradi. Dastlab **“sport jurnalistikasi”** atama sifatida ilmiy tipologik tasniflari solishtirilib bugungi kundagi rivojlanish tamoillari muhokamaga tortiladi. Shuningdek, mazkur tezis mavzusi yuzasidan tegishli adabiyotlar tahlil qilinib umumlashtirilgan xulosalar keltiriladi.

Kalit so'zlar: sport jurnalistikasi, janr, teksturalar, media sohasi, reportaj, matnli translyasiya.

Sport mavzusidagi birinchi bosma nashrlar XVIII asrda paydo bo'lgan. Bular tomoshabinlar yoki ishtirokchilarni jalb qilish uchun sana va joy ko'rsatilgan bo'lajak sport tadbirlarining e'lonlari yoki plakatlari edi. O'sha vaqtlarda sport alohida jamoat instituti sifatida shakllanmagani tufayli, **“sport jurnalistikasi”** tushunchasi mavjud emas edi. Institusiyalashtirishga XIX asrda muntazam rasmiy musobaqalar va boshqa sport tadbirlarini o'tkazish vazifasini o'z zimmasiga olgan maxsus tashkilotlarning paydo bo'lishi yordam berdi. O'sha paytdan boshlab sport jurnalistikasi mustaqil yo'nalish

sifatida rivojlana boshladi va sportni jamoat instituti sifatida shakllantirishda katta rol o'ynadi [1].

Sport sohaslarining soni kengayib, uning jamiyat hayotidagi o'rnini oshganidan so'ng, maxsus davriy bosma organlarning paydo bo'lish zarurati tug'ildi. Sport mavzusini muntazam yoritadigan birinchi nashrlardan biri Faddeya Bulgarinning **“Shimoliy asalari”** nashri bo'ldi. “Sankt-Peterburglik tarix mutaxassisi Petra Stolpyanskiyning so'zlariga ko'ra, aynan Bulgarin 1851-yilda o'zining feletonlaridan biri orqali bizning tilimizga **“sport”** so'zini kiritgan” [2].

Ammo atamaning paydo bo'lishi haqida yana bir nuqtai nazar ham mavjud. Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar oliy maktabining jurnalistika tarixi kafedrasining dotsenti Konstantin Alekseyevning ta'kidlashicha, sport jurnalistikasi biroz oldinroq **“tug'ilgan”**. U ommaviy axborot vositalariga sport ma'lumotlarini uzatish uchun muntazam ixtisoslashgan kanallar paydo bo'lganidan beri tegishli sport ma'lumotlarini to'plash, qayta ishlash va tarqatish bo'yicha doimiy, maqsadli va ijtimoiy ahamiyatga ega faoliyat sifatida sport jurnalistikasining tug'ilishi haqida ya'ni, maxsus sport nashrlari yoki ijtimoiy-siyosiy matbuotdagi doimiy sport bo'limlari haqida o'z fikrini bildirgan.

Ayni paytda sport sohasida davlat ta'sirining kuchayishi kuzatilmoqda. Bu esa sportning ijtimoiy sohadagi alohida ahamiyatini ko'rsatadi. Hukumat sportga qiziqishni saqlab qolish yo'lini tutmoqda. Masalan, davlatning mavjudligi sport sohasidagi monopoliyani darhol da'vo qiladigan quyidagi federal ommaviy sport telekanallarining paydo bo'lishida namoyon bo'lmoqda: avval **“Sport”**, keyin **“Rossiya-2”** va endi **“Match TV”**. Ommaviy va professional sportni rivojlantirish, shuningdek, zamonaviy davrda xalqaro imidjni saqlash bo'yicha hukumatning sa'y-harakatlari quyidagi eng yirik sport musobaqalarida namoyon bo'lmoqda: Qozonda bo'lib o'tgan Universiada (2013), Sochidagi qishki Olimpiya o'yinlari (2014), futbol bo'yicha jahon chempionati (2018) va boshqalar. “Bugungi kunda yangi konvergent media-texnologiyalar rivojlanishi bilan bir qator sport tahririyatlari o'ziga xos tuzilmaga aylana boshladi. Multimedia vositalari sport mavzularini “hajmli ko'p o'lchovli makonda” ochib bergan holda bir vaqtning

o'zida bir nechta media kanallarini o'zida birlashtirishga qodir. Sportga oid ommaviy axborot vositalari va kanallari yanada jozibali bo'lib, katta auditoriyani jalb qilmoqda. Bunday vaziyat nafaqat sport ma'lumotlarini tomoshabinlarga yetkazish, balki rivojlanayotgan sport jarayonlarini ilmiy asoslangan pozisiyadan ochib berishga imkon beradi. Yuqori darajada rivojlangan media-industriya bugungi kunda asosan tijorat yukini ko'tarmoqda. Shuning uchun ham bugungi kunda sport rivojlanishining ijtimoiy tarkibiy qismini o'tkazib yubormaslik juda muhimdir. Shuni esda tutish kerakki, sport o'ziga xos xususiyatlari tufayli, belgilangan maqsadga qarab, baynalmilallashtirishga, xalqaro va davlatlararo munosabatlarni uyg'unlashtirishga xizmat qilishi va ta'sir ko'rsatishi mumkin" [3].

Zamonaviy sport ommaviy axborot vositalarining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat: sport faoliyatining ijobiy qiyofasini yaratish, turli xil sport tadbirlari va natijalari to'g'risida jamoatchilik fikrini shakllantirish, tomoshabinlarga turli sport turlarining rivojlanishi va jismoniy tarbiya to'g'risida ma'lumot berish. Sport jurnalistikasi tufayli jismoniy faollik va sog'lom turmush tarzini olib borish mamlakat aholisining barcha qatlamlari orasida ommalashib bormoqda. Shunday qilib, zamonaviy sport ommaviy axborot vositalari sportga qiziqishni saqlab qolishlari va tomoshabinlarning talablariga javob beradigan kontentni yaratishlari kerak.

Sport jurnalistikasi o'ziga xos mavzuga, ya'ni xilma-xil va ziddiyatli zamonaviy sportga ega bo'lgan sohadir. Sport jurnalistikasining o'ziga xos xususiyati – sport tadbirlarining kutilishi yoki dasturlashtirilishidir. Bu esa ularni yoritish texnikalari va usullarini anglatadi. Katta sport qat'iy va oldindan tuzilgan jadvalga muvofiq mavjud. Ommaviy axborot vositalari maqsadli ravishda tomoshabinlarning umidlarini shakllantirgan holda ularni bo'lajak musobaqalarni idrok etishga tayyorlaydi. Tadqiqotchi K.V.Kiuru ta'kidlaganidek: "Tomoshabinlarning sport yangiliklariga bo'lgan qiziqishi, birinchi navbatda, sport faktlarining muqobil tabiatiga asoslanadi" [4].

Xulosa qilib aytganda sport kontentining iste'molchilari uchun, birinchi navbatda, natija muhim. Ya'ni ularni avvalo o'yin hisobi, turnir jadvalidagi yakuniy o'rin, jamoa yoki sportchining reytingi va boshqalar qiziqtiradi. O'yinlar va turnirlarning natijalari

eng aniq yangiliklardir. Ammo sport musobaqalarining natijalarini oldindan aytib bo'lmashligi sababli ular doimo muxlislar orasida talabga ega. Sport materiallarida eng ko'p uchraydigan ma'lumotlarga quyidagilar ham misol bo'la oladi: tayyorgarlik jarayoni va musobaqalarga tayyorgarlik, sportchilarning bir jamoadan boshqasiga o'tishi, murabbiylarning tayinlanishi yoki ishdan bo'shatilishi, sport tashkilotlarining faoliyati va taniqli sportchilarning shaxsiy hayoti.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Журналистское мастерство. Учебно-методическое пособие для студентов специальности 03061 «Журналистика». // Е.В. Барнёва, Н.Э. Шишкин, О.А. Петрова. // URL: http://media.utmn.ru/library_view_book.php?bid=1371&chapter_num=5 (дата обращения 13.09.2016).
2. Данилова М. Н. (2018). Спорт как медиакоммуникационный феномен // Вопросы теории и практики журналистики. Т.7. №3. С. 519-538
3. Vartanova E. L. (2017). "Mediasystem": term, concept or reality? / ed. E.L. Vartanova // MediaAlmanakh. No. 1 (78). P. 8-10 (In Rus.).
4. Shuster O. S. (1998). Mass media and sports / ed. O.C. Shuster. SPb: Publishing house GAFC (In Rus.).
5. Danilova M. N. (2018). Sport as a media-communication phenomenon. Problems of theory and practice of journalism. Vol.7. No. 3. P. 519-538 (In Rus.).

CHARACTERISTICS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION STRUCTURE

Xurshid ABDUMAJITOV
UzSWLU, teacher

Abstract. *Intercultural communication is critical in various fields, including teamwork, the military, healthcare, education, and marketing. Developing skills like self-awareness, empathy, respect, and emotional intelligence is crucial for effective intercultural communication. This allows individuals and organizations to navigate cultural differences, foster collaboration, provide quality services, ensure effective teaching, and connect with diverse markets. Intercultural communication is a necessary competency in today's globalized world, enabling understanding, respect, and productive interactions across cultures. Mastering these skills is key for personal, professional, and organizational success in an increasingly diverse and interconnected world.*