



Television genres and their linguistic and pragmatic features in shaping public opinion

Shakhzoda ZOKIROVA¹

Uzbekistan State World Languages University

ARTICLE INFO

Article history:

Received July 2025

Received in revised form

10 August 2025

Accepted 25 August 2025

Available online

15 September 2025

Keywords:

television,
informative genres,
analytical genres,
publicistic genres,
linguopragmatics,
public opinion.

ABSTRACT

This article analyzes the linguopragmatic features of three main genres of television: informational, analytical, and journalistic programs. Information genres are evaluated as factors shaping the agenda of public discussion, analytical genres as platforms for interpreting events and providing context, and journalistic genres as means of persuasion and emotional impact. Using examples, the article highlights the influence of television language on public opinion through framing, agenda-setting, and persuasive speech strategies. The research findings conclude that television not only reflects events but also actively shapes public consciousness.

2181-3663/© 2025 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-3701-vol3-iss7/S-pp40-49>

This is an open-access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Телевидение жанрлари ва уларнинг жамоатчилик фикрини шакллантиришдаги лингвопрагматик хусусиятлари

АННОТАЦИЯ

Калит сўзлар:

телевидение,
ахборот жанрлари,
таҳлилий жанрлар,
публицистик жанрлар,
лингвопрагматика,
жамоатчилик фикри.

Мазкур мақолада телевиденининг уч асосий жанри – ахборот, таҳлилий ва публицистик кўрсатувларнинг лингвопрагматик хусусиятлари таҳлил қилинган. Шунингдек, ахборот жанрлари жамоатчилик муҳокамаси кун тартибини шакллантирувчи омил сифатида, таҳлилий жанрлар воқеаларга изоҳ берувчи ва контекст яратиб берувчи майдон сифатида, публицистик жанрлар эса ишонтириш ва эмоционал таъсир воситаси сифатида баҳоланган. Мисоллар асосида телевидение тилининг framing, agenda-setting ва persuasiv нутқ стратегиялари

¹ Teacher, Uzbekistan State World Languages University. E-mail: shnzokirova@mail.ru

орқали жамоатчилик фикрига таъсири ёритилган. Тадқиқот хулосаларига кўра, телевидение нафақат воқеаларни акс эттиради, балки оммавий онгни фаол шакллантиради.

Телевизионные жанры и их лингвопрагматические особенности в формировании общественного мнения

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

телевидение,
информационные жанры,
аналитические жанры,
публицистические жанры,
лингвопрагматика,
общественное мнение.

В статье анализируются лингвопрагматические особенности трёх основных телевизионных жанров – информационного, аналитического и публицистического. Информационные жанры рассматриваются как инструмент формирования повестки дня, аналитические, как средство объяснения и интерпретации событий, публицистические, как форма открытого убеждения и эмоционального воздействия. На основе примеров показано влияние телевидения на общественное мнение через механизмы фрейминга, установки повестки и персуазивных стратегий речи. Сделан вывод, что телевидение не только отражает события, но и активно формирует массовое сознание.

SUMMARY

Мақолада телевидениенинг жамоатчилик фикрини шакллантиришдаги ўрни ва таъсири турли жанрлар мисолида таҳлил қилинган. Муаллиф, аввало, тележанрларнинг классик таснифи – ахборот, таҳлилий ва публицистик йўналишларни алоҳида кўриб чиқади. Ахборот жанрлари асосан воқеалар ва фактларни тезкор ва холис равишда етказишга қаратилган бўлиб, улар жамоатчилик кун тартибини белгилаш ва долзарб масалаларни белгиланган рамкада талқин қилишда муҳим аҳамиятга эга. Масалан, куннинг асосий хабарларига кўпроқ вақт ажратилиши жамоатчилик эътиборини шу мавзуларга йўналтиради.

Таҳлилий жанрлар эса, воқеаларнинг сабаб ва оқибатларини изоҳлаш, уларга нисбатан турли нуқтаи назарларни тақдим этиш орқали аудиторияга чуқурроқ идрок имкониятини яратади. Муаллиф BBC, CNN, CBS каби халқаро каналлар ҳамда “O‘zbekiston 24”, “Renessans TV” мисолида таҳлилий дастурларнинг таъсирини очиб беради. Бундай кўрсатувлар жамоатчилик фикрини шакллантиришда ишончли манба бўлиб хизмат қилса-да, айрим ҳолларда бирёқлама талқин ва тарафкашликка ҳам йўл очиши мумкин.

Публицистик жанрлар эса, тўғридан-тўғри ишонтириш ва эмоционал таъсир кўрсатишга йўналтирилган. Бу йўналишдаги дастурлар фактлар билан бирга бадий ва риторик усуллардан фойдаланиб, аудиторияда муайян қараш ва ҳиссий муносабат шакллантиради. “Bugunning gapi”, “Munosabat” каби ўзбек ток-шоулари мисолида бу жараённинг жамият онгига таъсири намоён бўлади.

Хулоса қилиб айтганда, телевидение ҳар бир жанри орқали жамоатчилик фикрига турлича таъсир кўрсатади. Ахборот дастурлари воқеалардан хабардор қилади, таҳлилий жанрлар воқеликни изоҳлайди, публицистик жанрлар эса

ишонтириш ва ҳаяжон уйғотишга хизмат қилади. Шу билан бирга, телевидениенинг жамиятга таъсири журналистлар масъулияти ва аудиториянинг танқидий фикрлаш қобилиятига боғлиқдир.

КИРИШ

Телевидение жамиятдаги воқеа ва масалаларга нисбатан жамоатчилик қарашларини шакллантиришда энг кучли воситалардан бири сифатида қолмоқда. Медиа тадқиқотлари томошабинлар телеэкранда кўрганлари уларнинг кундалик ҳаётдаги эътиқодлари, қадриятлари ва муносабатларига сезиларли таъсир кўрсатаётганини исботлаб бермоқда [1].

Айниқса, турли хил телевизион жанрлар – бевосита янгиликлар дастурларидан тортиб, муайян қарашларни ифодаловчи ток-шоуларгача – жамоатчилик фикрини шакллантиришда ўзига хос вазифаларни бажаради. Журналистика тадқиқотлари анъанасида (айниқса, Ўзбекистонда) телевидение ва журналистик мазмун одатда уч асосий жанр гуруҳига ажратилади: **ахборот, таҳлилий ва публицистик**.

Масалан, ўзбек олими И. Тошалиев медиа жанрларини “ахборот жанрлари, таҳлилий жанрлар ва бадиий-публицистик жанрлар”га бўлади [2, 118-б]. Худди шунингдек, рус медиа назариётчиси Л.Е. Кроичик журналистик матнлар, одатда, учта асосий мақсадга хизмат қилишини таъкидлайди: янгилик ёки муаммони хабар қилиш, уни чуқур таҳлил қилиб изоҳлаш ёки аудиторияга эмоционал таъсир ўтказиш [3, 312-314-б.]. Бу эса, кенг маънода, телевидение мазмунининг ахборот, таҳлилий ва публицистик услубларига мос келади.

ТАДҚИҚОТ МЕТОДЛАРИ

Ушбу мақолада телевидениенинг жамоатчилик фикрига таъсири турли методлар асосида таҳлил қилинди. Аввало, **таҳлилий метод** орқали ахборот, таҳлилий ва публицистик жанрларнинг ўзига хос вазифалари ҳамда уларнинг аудитория онгида шакллантираётган таъсири очиб берилди.

Шунингдек, **қиёсий метод** қўлланилиб, миллий (O‘zbekiston 24, Bugunning gapi, Munosabat) ва халқаро (BBC, CNN, CBS, Fox News) телеканаллар тажрибаси ўзаро таққосланди.

Илмий-назарий метод доирасида G. Gerbner’нинг “kultivatsiya назарияси”, шунингдек “agenda-setting” ва “framing” назариялари каби медиа тадқиқотлар концепцияларига таянилди. Бу назарий асослар орқали телевидениенинг кун тартибини белгилаш ва воқеликни муайян рамкада талқин қилиш орқали жамоатчилик онгига таъсир кўрсатиши изоҳланди.

Методологик жиҳатдан мақолада, шунингдек, **иллюстратив ва дескриптив методлардан** кенг фойдаланилди. Жанрларнинг хусусиятлари тавсифий услубда баён қилиниб, назарий фикрлар BBC News at Ten, CNN, UzReport News каби оммага таниш мисоллар билан иллюстрация қилинди.

Ниҳоят, **критик таҳлил усули** қўлланиб, телевидениенинг ижобий таъсири билан бирга унинг салбий жиҳатлари – бирёқлама талқин, пропаганда ва жамиятда хавотир уйғотиш каби ҳолатлар ҳам очиб берилди. Ушбу методлар уйғун қўлланилиши мақолага ҳам назарий, ҳам амалий аҳамият бағишлаб, уни комплекс тадқиқот характерига эга этди.

МУҲОКАМА ВА НАТИЖАЛАР

Ахборотга оид телевизион жанрлар воқеалар ва фактларни бевосита, холис шаклда етказишга қаратилган. Бу тоифага янгилик дастурлари, репортажлар, жонли эфирлар ва суҳбатлар киради, уларнинг бош мақсади жамоатчиликни воқеа-ҳодисалар ҳамда янгиликлардан хабардор қилишдир. Тошалиев таснифида ахборот жанрларига янгилик хабари, репортаж, интервью ва шарҳ каби журналистиканинг асосий шакллари киради, яъни мазмун объектив ва ихчам услубда тақдим этилади [2, 109-б]. Ахборот дастурларининг идеал тамойили – воқеани изоҳсиз, тезкор ва холис ёритишдан иборатдир.

Ахборот жанрига оид дастурларнинг классик намунаси сифатида инглиз телевидениесида BBC News at Ten, CNN, ўзбек телевидениесида “Ўзбекистон 24” каби телеканал янгиликлари ёки жонли репортажларни кўрсатиш мумкин. Бундай дастурлар томошабинларга фактлар, янгиликлар ва бевосита воқеалар манзарасини етказиб, жамоатчилик билимининг дастлабки манбаи сифатида хизмат қилади.

Ахборот жанрларининг бевосита ва содда ёндашувда тақдим этилишига қарамай, жамоатчилик фикрига кун тартибини белгилаш (agenda-setting) ва масалаларни маълум доирада талқин қилиш (framing) жараёнлари орқали чуқур таъсир кўрсатади. Қайси хабарни дастур бошида бериш ва маълум мавзуга кўпроқ вақт ажратиш масаласи орқали янгиликлар дастури томошабинлар назарида куннинг энг муҳим мавзуларини шакллантиради.

Медиа назариётчилари таъкидлаганидек, матбуот ва телевидение янгиликлари “одамларни айнан нима ҳақида ўйлашга мажбурламаслиги мумкин, аммо улар одамларни айнан нима ҳақида ўйлаш зарурлигини белгилаб беради” [4]. Бошқача қилиб айтганда, иқтисодий инқироз, пандемия ёки сайлов каби масалалар доимий равишда асосий хабар сифатида такроран ёритилса, телевидение уларни жамоатчилик кун тартибига олиб чиқади ва томошабинни шу мавзуларни муҳокама қилишга йўналтиради.

Масалан, инфляция ва ишсизлик ҳақида кенг ёритилган ТВ хабарлари жамоатчилик онгида ушбу муаммоларни кучайтириб, уларни миллий даражадаги энг устувор муаммо сифатида кўрсатиши мумкин.

Ахборот телевидениеси жамоатчилик қарашларини бевосита шакллантириш қудратига ҳам эга. Тасвир ва матн уйғунлиги сабабли визуал янгиликлар одатда кучли таассурот қолдиради. Масалан, Г. Гербнер таъкидлаганидек, телевидение янгиликлари визуал жонлилиги, кенг аудиторияни қамраб олиши ва “расмийлик” тусига эга бўлгани сабабли, кўпинча босма матбуотга қараганда кўпроқ ишонтирувчи сиёсий пропаганда воситаси бўлиб хизмат қилиши мумкин [5].

Журналистлар томонидан хабарнинг “қадоқланиши” – яъни қандай сўзлар ва қандай тасвирлардан фойдаланилиши томошабиннинг маълумотни қандай идрок этишига бевосита таъсир қилади.

Масалан, жиноят ҳақидаги хабар ваҳимали кадрлар ва графика билан берилса, томошабинда хавотир кучаяди; худди шу фактлар сокин оҳангда, товуш тембри ва интонация нейтрал шаклда ифодаланса унчалик таъсир қилмаслиги мумкин. Узоқ муддат давомида маълум стандарт қолиплар такроран қўлланилиши эса, томошабинда барқарор қарашларни шакллантиради.

Гербнернинг “культивация назарияси” айнан шуни кўрсатадики, телевидениедаги янгиликларни узоқ муддатли ва мунтазам томоша қилиш одамларнинг воқелик ҳақидаги тасаввурларини аста-секин ўзгартиради [6].

Мисол тариқасида, сайловлар ҳақидаги узлуксиз хабарлар томошабинларда сиёсий жараёнлар ҳаётнинг энг муҳим масаласи; доимий равишда иқлим ўзгариши ва табиий офатлар ҳақида кўрсатувлар одамларни дунё тобора беқарор ва хавфли жойга айланаётгандек ҳис қилишга деган тасаввур уйғотиши; соғлиқ муаммолари ёки пандемиялар ҳақида мунтазам эшиттиришлар томошабинларда доимий хавотир ва касалликлардан қўрқувни шакллантириши; ёки бўлмаса, миграция ва ижтимоий можаролар ҳақидаги хабарларнинг ортиқча ёритилиши одамлар онгида жамиятда беқарорлик ва доимий хавф бор деган қарашни кучайтириши мумкин.

Шундай қилиб, ахборот дастурлари фақатгина жамоатчилик фикрини акс эттирмайди, балки уни фаол равишда шакллантиради: одамлар қайси фактларни билиши, қайси масалаларни долзарб деб ҳисоблашлари ва қандай асосий талқинлардан фойдаланишлари кўп жиҳатдан телевидениенинг таъсирига боғлиқ.

Кўплаб мамлакатларда ахборотга оид телевидение мазмунининг таъсири унинг кенг қамровли аудиторияга эга эканлиги билан ўлчанади. Интернетдан фойдаланиш даражаси пастроқ ёки босма нашрлар оммалашмаган ҳудудларда телевидение янгиликлари аҳолининг кўпчилиги учун асосий ахборот манбаи бўлиб қолмоқда. Масалан, Марказий Осиёда олиб борилган сўнгги тадқиқотлар шуни кўрсатадики, Ўзбекистонда аҳолининг қарийб ярми, айниқса қишлоқ жойларда, ички янгиликларнинг асосий манбаи сифатида телевидениега таянади [7].

Бундай шароитларда ҳукумат ёки етакчи телеканаллар ахборот дастурларини назорат қилиш орқали жамоатчилик фикрига сезиларли даражада таъсир кўрсатиш имкониятига эга бўлади. Давлат телеканалларидаги янгиликлар кўпинча ҳукуматнинг ютуқларини алоҳида урғулаш, муқобил қарашларни эса иккинчи даражага суриб қўйиш орқали фуқароларнинг дунёқарашини шакллантиради. Авторитар ва ўтиш давридаги сиёсий тузумларга хос жиҳатлардан бири шундаки, “телевидение кўпинча ҳокимиятни легаллаштириш ва муқобил қарашларни бостириш воситаси сифатида ишлатилади” [6].

Янгиликларни эҳтиёткорлик билан танлаб бериш, яъни қайси воқеалар ҳақида хабар қилиниши ва қайсилари четлаб ўтилиши орқали жамоатчиликнинг тасаввурлари бошқарилиши мумкин. Натижада, томошабинлар воқеаларнинг тўлиқ манзарасини эмас, балки ҳукмрон ахборот оқимида шаклланган қисман тасвирни қабул қиладилар. Шу сабабли медиа мутахассислари ахборот жанрида кўплаб манбалар хилма-хиллиги ва холисликни таъминлаш зарурлигини алоҳида таъкидлайдилар, акс ҳолда, янгиликлар дастурлари жамоатчиликка маърифат тарқатиш воситасидан кўра кўпроқ пропаганданинг қуролига айланиб қолиши мумкин.

Ахборот жанрлари асосан воқеаларни холис ва қисқа шаклда етказишни мақсад қилса, таҳлилий телевизион жанрлар эса бундан бир қадам нарига ўтиб, воқеаларнинг мазмун-моҳиятини изоҳлаш, сабаб-оқибатларини очиқ бериш ҳамда турли нуқтаи назарларни тақдим этишга қаратилади. Таҳлилий телевизион жанрлар эса бевосита фактларни ёритишдан ташқари, уларни шарҳлаш, изоҳлаш, воқеаларга контекст ва баҳо бериш вазифасини бажаради.

Ахборот жанрлари томошабиннинг “нима бўлди” деган саволига жавоб берса, таҳлилий жанрларнинг вазифаси “нега бўлди” ва “қандай оқибатларга олиб келиши мумкин” деган саволларга жавоб излаш ҳам ҳисобланади. Бу туркумга кенг қамровли янгиликлар журналлари, журналистик тергов дастурлари, экспертлар иштирокидаги сиёсий ток-шоулар, мунозаралар ҳамда хужжатли таҳлилий кўрсатувлар киради.

Масалан, АҚШдаги CBS телеканалининг “**60 Minutes**” дастури ёки BBC телеканалининг “**Panorama**” кўрсатуви, Ўзбекистонда “**UzReport News**”, “**Renessans TV**” каби телеканаллардаги кўрсатувлар таҳлилий жанрнинг классик намуналарига киради. Бундай кўрсатувлар долзарб масалаларни чуқур ёритиб, турли қарашлар, шарҳлар ва ҳикоя элементлари орқали фактларни яхлит ва изчил воқелик тарзида томошабинга тақдим этади. Шу тариқа, таҳлилий жанрли кўрсатувлар аудиторияга мураккаб ижтимоий-сиёсий масалаларни англаш, баҳолаш ва улар бўйича мустақил фикр шакллантиришда ёрдам беради.

Таҳлилий дастурлар муайян жиҳатларни ажратиб кўрсатиш ва бошқаларини иккинчи даражали деб ҳисоблаш орқали томошабин талқинини йўналтиришда фаолроқ иштирок этади. Масалан, ҳукумат фаолиятидаги камчиликларни мунтазам ёритадиган репортажлар аудиторияда танқидий муносабат ва ислохотларга эҳтиёжни кучайтириши мумкин, муваффақиятларни кўпроқ таъкидлайдиган репортаж эса, аксинча, жамоатчиликда ишонч ва ижобий қарашларни мустаҳкамлаши мумкин.

Шуни таъкидлаш лозимки, таҳлилий жанрлар ахборот ва ишонтириш вазифасини ўзида жамлайди. Улар фактуал асосга таянса-да, очиқчасига баҳолаш фаолияти билан шуғулланади. Бундай дастурларнинг ишончлилиги уларнинг таъсир кучига бевосита боғлиқ. Агар аудитория бошловчилар ёки шарҳловчиларнинг тажрибасига ишонса, улар таклиф этаётган талқинларни қабул қилиш эҳтимоли юқори бўлади. Масалан, обрўли терговчи журналистнинг коррупция иши бўйича хулосалари жамоатчиликда норозиликни кучайтириши ёки ҳисобдорлик талабларини ошириши мумкин.

Аксинча, агар таҳлилий кўрсатув тарафкаш деб баҳоланса, унинг таъсири фақат аллақачон ўша қарашларга мойил бўлган аудитория билан чекланади (бу ҳолат кескин партиявий ток-шоуларда кўриниб туради).

Таҳлилий телевизион жанрлар жамоатчилик муҳокамаси ва талқин майдони вазифасини бажаради. Интервьюлар, дебатлар, хужжатли фильмлар ва ток-шоулар орқали телевидение бизга фақат “нима содир бўлди” ни эмас, балки “унинг маъноси нимада”лигини ҳам айтади. Масалаларни муайян ракурсда ёритиш ва айрим талқинларни устувор кўрсатиш орқали бундай дастурлар сиёсий қарашлар ва жамоатчилик дискурсига кучли таъсир кўрсатади. Уларнинг таъсири конструктив бўлиши ҳам мумкин (томошабинларни маълумот билан таъминлаш, танқидий фикрлашга ундаш), деструктив ҳам бўлиши мумкин (бирёқлама нарративларни ёйиш, жамиятни бўлинишга олиб келиш). Шу боис, бундай дастурлар муаллифлари ва бошловчилар зиммасида мувозанат ва чуқур таҳлилни таъминлаш масъулияти туради.

Публицистик жанрларнинг алоҳида тури сифатида бадий-публицистик жанрлар журналистикада муҳим ўрин эгаллайди. Улар оддий факт ва таҳлилдан ташқари бадий тасвир воситаларини ҳам қўллаб, воқеликни ҳиссий ва эстетик

жиҳатдан таъсирчан кўрсатишга хизмат қилади. Улар аниқ ифодаланган субъектив позиция, ишонтириш ва кўпинча эмоционал оҳангга асосланган мазмунга ишора қилади.

Бу гуруҳга журналист ёки бошловчи муайян даъвочан, баҳсли нуқтаи назардан чиқиш қиладиган форматлар киради: масалан, таҳририй шарҳлар, сиёсий монологлар, адвокацион ҳужжатли фильмлар, телевизион эсселар ёки ижтимоий масалаларни танқидий ёндашувда кўриб чиқадиган сатирик дастурлар.

Публицистик дастурлар одатда фактларни талқин, бадий ёки риторик усуллар билан уйғунлаштириб, аудитория қарашларига бевосита таъсир кўрсатишни кўзлайди. Хорижий тадқиқотларда бу **“opinion journalism”** ёки **“advocacy media”** тушунчаларига мос келади. Классик мисолларга янгиликлар тармоғидаги приме-тима таҳририй чиқишлар (масалан, бошловчининг фикр-монологи), бутунлай шарҳ ва мулоҳазаларга бағишланган кўрсатувлар киради. АҚШдаги *Last Week Tonight with John Oliver* (сатира ва ижтимоий адвокацияни уйғунлаштиради) ёки Fox News ва MSNBC телеканалларидаги тарафкаш сиёсий ток-шоулар бунга ёрқин мисол бўла олади.

Публицистик мазмун журналистикада узоқ тарихий анъанага эга бўлиб, кўпинча бадий услублар билан уйғунлашиб келган. Масалан, мақола, памфлет ёки фелетонлар босма ОАВда бадий-публицистик жанрлар қаторида қаралган. Телевидениеда эса бу ёндашув янгиликлар ёки ток-шоуларга қараганда камроқ учрайди, аммо муаллифликка асосланган айрим дастурларда айнан публицистик ёндашув устувор ўрин тутаяди. Бундай дастурларда мақсад нафақат ахборот бериш ёки таҳлил қилиш, балки аудиториянинг ҳиссиётлари ва эътиқодларини ҳам силжитишдир.

Публицистик телевидениенинг ўзига хос белгиси ишонтирувчи риторика, драматик ҳикоялаш ёки эмоционал мурожаатлардан фойдаланишдир. Асосий мақсад одатда маълум позицияни ҳимоя қилиш ёки жамиятдаги ижтимоий-сиёсий меъёрларни фаол шакллантириш бўлади.

Дарҳақиқат, ўзбек олимларидан бири таъкидлаганидек, бундай публицистик матнларнинг барчасида умумий мақсад мавжуд: улар “жамоатчилик учун мўлжалланган, халқнинг сиёсий ва ижтимоий онгига таъсир кўрсатишга қаратилган” [8]. Бошқача қилиб айтганда, публицистик жанрларнинг очиқ мақсади жамоатчилик фикрига таъсир ўтказишдир: бу айрим фуқаролик хулқини рағбатлантириш, қонунбузарликни фош қилиб ислохотга чақириш ёки ҳатто ҳокимият манфаатларига хизмат қилувчи пропаганда бўлиши мумкин.

Шунингдек, публицистик жанрнинг телевидениедаги энг яққол кўринишларидан бири – бу таҳририй шарҳ дастурларидир.

Масалан, кўплаб янгиликлар тармоқларида етакчи журналист ёки канал раҳбариятидан бири долзарб воқеалар юзасидан бевосита шарҳ берадиган махсус чиқишлар мавжуд. Оддий мувозанатли хабардан фарқли равишда, бу ерда тил кўпроқ ҳиссий ва баҳоловчи характерга эга бўлади: воқеа “ташвишли”, “умидли”, “шармандали” каби таърифлар билан ифодаланиб, аудитория ҳиссиётларига бевосита таъсир кўрсатишга қаратилади. Яна бир мисол сифатида сиёсий пропаганда ток-шоуларини келтириш мумкин.

Масалан, Ўзбекистон давлат телеканалларида эфирга узатиладиган “Бугуннинг гапи”, “Тафаккур йўли”, “Муносабат” ток-шоулари публицистик, ижтимоий-сиёсий жараёнларни баҳолаш, воқеаларга шахсий муносабат билдириш

ва жамоатчиликни муайян қарашга йўналтириш вазифасини бажаради. дастурлар тил ва риторик усуллардан фойдаланиб, аудиторияни фаолликка чорлайди, муаммоларни танқидий кўрсатади ва шу орқали жамият онгига эмоционал ва маънавий таъсир кўрсатади.

Демак, бундай кўрсатувлар ўзбек телевидениесида публицистик жанрнинг асосий белгилари – ишонтириш, эмоционал таъсир, ва жамоатчилик фикрини шакллантириш каби хусусиятларни яққол ифодалайди. Бундай дастурларда томошабинлар патриотик риторика, ташқи душманлардан кўрқув сингари эмоционал мурожаатларга дуч келиб, керакли йўналишда жамоатчилик фикрининг шаклланишига ундайди. Номигагина ток-шоу сифатида берилган бўлса-да, мазмуни бирёқлама тарғиботга асосланган бўлиб, амалда публицистик характер касб этади. Натижада аудитория маълум бир интерпретатив рамка билан таъминланади ва уларнинг мавзуга нисбатан маълум ҳиссий реакция (фахр, ғазаб, кўрқув, маъқуллаш) билдиришлари рағбатлантирилади.

Айрим ҳолларда эфир фақат битта нарратив билан тўлдирилганда, одамлар уни “соғлом ақл маҳсули” сифатида қабул қила бошлашлари мумкин, ҳатто у аслида сунъий равишда яратилган бўлса ҳам. Бундай вазиятда эса, муқобил қарашлар четга сурилади ва мавжуд нарративни янада мустаҳкамловчи ўз-ўзини қўллаб-қувватловчи динамик жараён юзага келади.

Шуни ҳам алоҳида қайд этиш лозимки, публицистик телевидение доимо сиёсий бўлиши шарт эмас; у ижтимоий ёки маданий масалаларга ҳам қаратилиши мумкин. Масалан, экологияни муҳофаза қилишга бағишланган ҳужжатли фильм ёки аёллар ҳуқуқларини тарғиб қилувчи теледебат публицистик характерга эга бўлиб, улар аниқ қадриятларни илгари суради ва аудиторияни сафарбар этишга интилади.

Баъзан ҳатто реалити-шоулар ҳам публицистик оҳангга эга бўлиши мумкин: масалан, ижтимоий жиҳатдан ночор қатламлар муаммоларини ёритувчи кўрсатув томошабинларда ҳамдардлик уйғотиб, ижтимоий ёрдам масаласига муносабатларни ўзгартиришга хизмат қилади.

Кўпроқ ҳолларда, албатта, кўнгилочар телевидение (ситкомлар, драматик сериаллар, реалити мусобақалар) публицистик жанр сифатида тоифаланмайди. Бироқ улар ҳам жамият қадриятларига сезиларли таъсир кўрсатади. Масалан, телевидение сериалларида муайян оилавий моделни “идеал” сифатида мунтазам тарғиб этилиши жамоатчиликнинг оилавий ҳаёт ҳақидаги қарашларига таъсир қилиши мумкин; рақобатга асосланган реалити мусобақалар эса маданиятда шахсий ютуқ ва беллашув қадриятларини мустаҳкамлаши мумкин.

Публицистик ва фикрга асосланган жанрлар очиқчасига ишонтириш майдонида фаолият юритгани учун уларда катта масъулият ётади. Агар улар ахлоқий меъёрларга риоя қилган, яъни адолатсизликларни фош этиш, овози эшитилмаган қатлам манфаатларини ҳимоя қилиш, ижобий ўзгаришлар йўлида жамоатчиликни сафарбар этиш каби ҳолларда олиб борилса, ижтимоий тараққиётнинг қудратли омилига айланиши мумкин. Жамоатчилик фикрида туб бурилишларни айнан жасоратли журналистик шарҳлар ёки ҳужжатли ҳикоялар бошлаб берган кўплаб ҳолатлар мавжуд (масалан, фуқаролик ҳуқуқларини қўллаб-қувватлаш ёки чекишга қарши кураш бўйича телекомпаниялар).

Бироқ бу жанрлар ношуд ёки манфаатдор қўлларда манипуляция воситасига ҳам айланиши мумкин. Тарих ва замонавий сиёсатда телевидение пропагандаси миллатчиликни қўзғатиши, нотўғри маълумотларни тарқатиши ёки айрим

гуруҳларни “ёвузлаштириш”га хизмат қилган мисоллар оз эмас. Телевидениенинг ишонтириш кучи тасвир, товуш ва матн уйғунлиги шуни англатадики, экран ортидаги маҳоратли пропагандачи жамоатчилик фикрига ижобий ёки салбий йўналишда ҳаддан ташқари кучли таъсир ўтказиши мумкин.

Телевидениенинг хилма-хил жанрлари – ахборот, таҳлилий ва публицистик жанрлар жамоатчилик фикрини шакллантиришда ҳар бири ўзига хос рол ўйнайди. Шунингдек, ахборот дастурлари фактларни тақдим этади ва муҳокама кун тартибини белгилайди; улар одамларнинг қайси мавзуларни долзарб деб билишларини шакллантиради ва ишончлилиги орқали умумий ахборотга нисбатан ишонч (ёки ишончсизлик)ни белгилайди. Жумладан, таҳлилий дастурлар фактларни изоҳлайди, уларга рамка ва контекст беради; улар масалаларни қандай талқин қилиш кераклигини кўрсатиш орқали аудитория фикрини шакллантиришда ёрдам беради, бироқ бу куч маърифатли ёндашувда ҳам, тарафкашликда ҳам намоён бўлиши мумкин.

Публицистик дастурлар эса очикчасига муайян нуқтаи назарни илгари суради ва ишонтиришга интилади; улар ҳиссиётлар ва қадриятларга мурожаат қилиб, одамларни жамият масалалари бўйича самимий адвокациядан тортиб манипулятив пропагандагача қандай ўйлаш ёки ҳис қилиш кераклигини белгилашга ҳаракат қилади. Амалиётда эса, кўплаб телекўрсатувлар учала жанр элементларини бирлаштиради: масалан, янгиликлар журнали фактларни тақдим этиши (ахборот), журналист шарҳини қўшиши (таҳлилий) ва яқунда таҳририй позицияни ифодалаши (публицистик). Демак, жанрлар қатъий алоҳида эмас, балки медиа таъсири спектрида ўзаро уйғунлашиб ишлайди.

Аниқ бўлиб қолаётган жиҳат шундаки, телевидение умуман олганда оммавий онгни шакллантиришда ҳануз қудратли таъсир кучига эга. Бу эса, эфирга масъул бўлган журналистлар зиммасига юксак ахлоқий мажбурият юклайди ва томошабинлардан танқидий ёндашувни талаб қилади. Дунё бўйлаб медиа тадқиқотчилари аудиторияда медиа саводхонлиги ва танқидий фикрлашни ривожлантириш зарурлигини таъкидламоқда.

Зеро, хабардор, шубҳа билан қарай оладиган томошабин оддий янгилик билан тарафкаш шарҳни, холис таҳлил билан эмоционал манипуляцияни ажрата олади. Қизиғи шундаки, кўплаб мамлакатларда фуқароларга ОАВни масъулият билан истеъмол қилишни – фактларни текширишни, тарафкашликдан огоҳ бўлишни ва турли манбаларни қидиришни ўргатишга қаратилган ташаббуслар мавжуд.

ХУЛОСА

Тадқиқот натижалари телевидениенинг жамоатчилик фикрига таъсирини чуқур англатиб берди. Ахборот жанрлари воқеаларни тезкор ва холис тарзда тақдим этиш орқали аудиторияни долзарб хабарлардан бохабар қилади, шу билан бирга кун тартибини белгилаш ва муайян мавзуларни устуворлаш орқали одамларнинг эътиборини йўналтиради. Таҳлилий жанрлар эса воқеаларнинг сабаб ва оқибатларини изоҳлаб, уларга нисбатан турли нуқтаи назарларни тақдим этиш орқали аудиторияда танқидий фикр ва мустақил муносабат шаклланишига хизмат қилади. Публицистик жанрлар эса кўпроқ ишонтириш, эмоционал таъсир ва муайян ғояларни илгари суриш вазифасини бажариб, жамоатчилик онгида муайян қадрият ва ҳиссий муносабатларни мустаҳкамлайди.

Шу билан бирга, мақолада телевидениенинг ижобий ва салбий жиҳатлари ҳам очиб берилди. Журналистикада холислик ва мувозанат тамойилларига амал қилиш, манбалар хилма-хиллигини таъминлаш ва аудиторияда медиасаводхонликни ривожлантириш жуда муҳим экани қайд этилди.

Хулоса қилиб айтганда, телевидение ҳануз жамиятдаги энг таъсирчан оммавий коммуникация воситаси бўлиб, унинг таъсири журналистларнинг масъулиятли ёндашуви ва аудиториянинг танқидий фикрлаш маданиятига боғлиқдир.

Мухтасар айтганда, телевидениенинг ҳар бир жанри жамоатчилик фикрига турлича таъсир кўрсатади, аммо телевидениенинг жамиятга яқуний таъсири, бир томондан, мазмун яратадиган журналистларнинг ҳалоллиги, иккинчи томондан, истеъмолчиларнинг онгли ва танқидий қарашларига боғлиқ.

ФЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Lindemann, D. (2022). True story: What reality TV says about us (pp. 1–12). Farrar, Straus and Giroux. <https://us.macmillan.com/books/9780374539570/true-story>.
2. Исматуллаева Н.М. Journalistic style linguistic features of newspaper language // American Journal of Science on Integration and Human Development, 2024, Vol. 2, No. 3, pp. 108.
3. Nasimova I. Publicistic genres in the age of modern technology: exposure or necessity? // JournalNX: A Multidisciplinary Peer-Reviewed Journal, 2022, Vol. 8, No. 12, pp. 312-314.
4. Sahu, B. K. (2025). Evaluating the role of media in shaping political opinions & political preferences: A statistical critical research analysis. International Journal of Innovative Research in Multidisciplinary Studies (IJIRMP), 13(2), 1-16.
5. Gerbner, G. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), Media effects: Advances in theory and research (pp. 17-41). Lawrence Erlbaum. (Cited in: Sahu, B. K. (2025). Evaluating the role of media in shaping political opinions & political preferences: A statistical critical research analysis. International Journal of Innovative Research in Multidisciplinary Studies, 13(2), 1-16.).
6. Boboeva, M. (2023, August 27). The influence of television on public opinion. Rossijsko-Tadzhikskij (Slavyanskij) universitet news portal. https://rtsu.tj/news/?ELEMENT_CODE=2904
7. IREX. (2023). Vibrant information barometer 2023: Uzbekistan. IREX. <https://www.irex.org/files/vibrant-information-barometer-2023-uzbekistan.pdf>.
8. Khalilova, M. Y. (2021). About the peculiarities of the methodological features of the Uzbek publicist microtexts. Academicia: An International Multidisciplinary Research Journal, 11(12), 652.