

TELEBOSHLOVCHI TIPOLOGIYASI VA UNING KADR DAGI
KASBIY FAOLIYATI

Yulduz Zohidova,

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar univetsiteti

Annotatsiya: Mazkur ilmiy maqolada zamonaviy televideniya teleboshlovchi tipologiyasi hamda uning kadrdagi kasbiy faoliyati nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Teleboshlovchining axborot, axborot-tahliliy, ko'ngilochar, mualliflik va maxsus bilim talab etuvchi teledasturlar doirasidagi faoliyati turli mezonlar asosida o'rganilib, har bir tip uchun xos bo'lgan kasbiy, nutqiy, psixologik va kommunikativ xususiyatlar ochib beriladi. Maqolada teleboshlovchi faqat axborot yetkazuvchi emas, balki auditoriya bilan muloqot o'rnatuvchi, dastur mazmuni va semantik yo'nalishini belgilovchi muhim kommunikatsion subyekt sifatida talqin etiladi. O'zbekiston televideniyesi amaliyoti misolida turli tipdagi teleboshlovchilarning kadrdagi faoliyati tahlil qilinib, boshlovchi tipi, uning ekran obrazi va teledastur reytingi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik ilmiy jihatdan asoslanadi. Teleboshlovchining kommunikativ kompetensiyasi, ekran madaniyati va auditoriya bilan interaktiv munosabati uning kasbiy samaradorligini belgilovchi asosiy omillar sifatida ko'rib chiqiladi. Shuningdek, ommaviy kommunikatsiya nazariyasi doirasida teleboshlovchi tiplarining jamoatchilik fikriga ta'sir ko'rsatish mexanizmlari tahlil etiladi. Maqola xulosalari teleboshlovchi tipologiyasini aniqlash, teledastur formatiga mos boshlovchi tanlash hamda televideniye kontenti samaradorligini oshirishda amaliy ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: teleboshlovchi, televizion janr, efir va nutq madaniyati, kommunikativ kompetensiya, auditoriya, imidj, ommaviy kommunikatsiya.

1. Kirish va gipoteza

Yangi O'zbekiston davrida amalga oshirilayotgan keng ko'lamli islohotlar, ochiqlik va shaffoflik siyosati, so'z erkinligini ta'minlashga qaratilgan huquqiy-demokratik o'zgarishlar milliy ommaviy axborot vositalarining mazmunan va shaklan yangilanishiga olib keldi. Xususan, televideniya teleboshlovchi faoliyati an'anaviy axborot yetkazuvchi modelidan uzoqlashib, auditoriya bilan interaktiv muloqot o'rnatuvchi, ijtimoiy pozitsiyaga ega mediator sifatida rivojlanmoqda. Zamonaviy ommaviy kommunikatsiya tizimida televideniye o'z ta'sir doirasi, tezkorligi va vizual imkoniyatlari bilan alohida o'rin tutadi. Televizion mahsulot samaradorligi ko'p jihatdan uni auditoriyaga yetkazuvchi shaxs — teleboshlovchi faoliyatiga bog'liq. Tadqiqotning asosiy gipotezasi shundan iboratki, teledastur formati va janriga mos ravishda shakllangan teleboshlovchi tipi dasturning mazmuni, auditoriya ishonchi va telekanal imijini belgilaydigan asosiy omillardan biri hisoblanadi. Shu bois teleboshlovchi tipologiyasi, kadrdagi xulq-atvori, nutq madaniyati va kasbiy kompetensiyasi ilmiy tahlilni talab qiladi.

Axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi va raqamli medianing kengayishi ommaviy axborot vositalarining tuzilishi va faoliyat mexanizmiga sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Jumladan,

DOI:

<https://doi.org/10.62499/ijmcc.vi12.272>

Iqtibos:

Zohidova, Yulduz. 2026. TELEBOSHLOVCHI TIPOLOGIYASI VA UNING KADR DAGI KASBIY FAOLIYATI Markaziy Osiyoda media va kommunikatsiyalar xalqaro ilmiy jurnali. 12: 107-122.

teleboshlovchining mediadagi o'rni va vazifalari yangi mazmun kasb etdi. Bugun u jamoatchilik fikrini shakllantirish va media diskursni boshqarishda muhim rol o'ynamoqda. Telekanallar sonining ortishi, onlayn platformalar va 24/7 yangiliklar tizimining shakllanishi teleboshlovchini media makonda markaziy figuraga aylantirdi. Bu holat uni nafaqat jurnalist, balki ommaviy shaxs va ta'sir etuvchi media subyekti sifatida namoyon etmoqda. Raqamli texnologiyalar teleboshlovchining funksional doirasini kengaytirdi. Undan axborot yetkazish, auditoriya bilan faol muloqot qilish, yangiliklarni tahlil etish va kontekstual sharh berish, jonli efir va ijtimoiy tarmoqlar orqali interaktiv aloqani ta'minlash, telekanalning brendi va obro'sini ifoda etish kabi vazifalar talab etilmoqda. Natijada teleboshlovchi shaxsiyati media mahsulotining muhim qismiga aylanib, uning xarizmasi, nutq madaniyati va ijtimoiy pozitsiyasi auditoriya munosabatiga ta'sir ko'rsatmoqda. Televideniya efir olib borish hozirgi kunda eng talabgir kasblardan biri hisoblanadi (Matveeva va b., 2004). Bizning fikrimizcha, efirni olib borish uchun janr xususiyatlaridan qat'iy nazar, eng zarur bo'lgan qobiliyatlar sirasida nutqiy ko'nikmalar (Nagibina va b., 2014) alohida o'rin egallaydi. Shu munosabat bilan, televizion efirni olib borishdagi individual uslubni shaxsiy kommunikativ uslub sifatida qarash mumkin.

Zamonaviy teleboshlovchi jamiyat hayotida quyidagi yo'nalishlarda ta'sir ko'rsatadi:

Jamoatchilik fikrini shakllantirish – teleboshlovchi orqali taqdim etilgan axborot va tahlillar auditoriyaning siyosiy, ijtimoiy va madaniy qarashlariga ta'sir qiladi.

Media ishonchliligi – teleboshlovchining professionalligi telekanalga bo'lgan ishonch darajasini belgilaydi.

Madaniy ta'sir – nutq uslubi, muomala madaniyati va etik me'yorlar orqali media madaniyatni shakllantiradi.

Infoteynment funksiyasi – axborotni ko'ngilochar elementlar bilan uyg'unlashtirish orqali auditoriyani faol jalb etadi (Kuznetsov va b., 2005).

Televizion mahsulotning ta'sirchanligi esa ko'p jihatdan teleboshlovchining kasbiy tayyorgarligi, nutq madaniyati va auditoriya bilan muloqot o'rnatish qobiliyatiga bog'liq.

2. Manbalar va tadqiqot usullari

Ushbu tadqiqotning nazariy-metodologik asosini ommaviy kommunikatsiya nazariyasi, jurnalistika nazariyasi, mediapsixologiya va kommunikativ kompetensiya konsepsiyalari tashkil etadi. Tadqiqotda teleboshlovchilik faoliyati ommaviy axborot vositalari tizimidagi muhim kasbiy fenomen sifatida qaraladi. Teleboshlovchi tipologiyasini tahlil qilishda N. Zvereva (2009), A. Dedov (2018), V. Labutina (2016), B. Lyashenko (2007),

L. Matveeva (2004), L. Melnikova (2018), S. Muratov (2007), kabi olimlarning television janrlar, ekran san'ati va boshlovchi obraziga oid ilmiy qarashlariga tayanildi. Teleboshlovchi tipologiyasini tahlil qilishda N. Zvereva (2009) ning teleboshlovchi obrazi va kasbiy rolga oid qarashlari, A. Dedov (2018) ning teledasturlar tipologiyasi va teleboshlovchi faoliyatining texnologik jihatlariga doir tadqiqotlari metodologik asos bo'lib xizmat qildi. V. Labutina (2016) hamda B. Lyashenko (2007) ishlarida diktora va boshlovchining nutq madaniyati, professional xulq-atvori va efir etikasi masalalari yoritilgan bo'lib, ushbu qarashlar teleboshlovchining kasbiy kompetensiyasini baholashda muhim manba sifatida qo'llanildi. Xususan, B. Lyashenkoning "Xochu k mikrofonu. Professionalnye soveti diktora" asarida diktora ning nutq texnikasi, ovoz imkoniyatlari, auditoriya bilan muloqot madaniyati va efirga chiqish psixologiyasi batafsil tahlil qilingan. L. Melnikovaning "Tvorchestvo televizionnogo jurnalista" (2018) adabiyotida telejurnalist va teleboshlovchining ijodiy faoliyati, mualliflik pozitsiyasi va shaxsiy imiji masalalari yoritilgan bo'lib, bu tadqiqot teleboshlovchini ijodiy shaxs sifatida talqin qilishga asos bo'ldi. Kommunikativ kompetensiya masalasi D. Hymes, M. Canale va M. Swain modellari asosida tahlil qilinib, teleboshlovchining nutqiy, ijtimoiy, strategik va diskursiv muloqot qobiliyatlari baholandi. N. Nagibina va Yu. Ogarkova (Dubinskaya) (2014) tomonidan olib borilgan tadqiqotlar esa turli janrlardagi teleboshlovchilarning professional sifatlarini tahlil qilish imkonini berdi.

Teleboshlovchining mediaobrazi va auditoriya tomonidan qabul qilinish jarayoni L. Xochunskiy (2013) hamda A. Subbotko (2022) ishlarida ijtimoiy-psixologik jihatdan yoritilgan. Shuningdek, V. Tsvikning "Televizionnaya jurnalistika" (2015) nomli fundamental asari telejurnalistikaning nazariy va amaliy asoslarini ochib berib, teleboshlovchi faoliyatini ommaviy kommunikatsiya tizimida baholash imkonini berdi. G'arb tajribasi nuqtayi nazaridan esa A. Jeff va M. James tomonidan yozilgan "Anchoring America: The Changing Face of Network News" (2003) kitobi teleboshlovchi obrazining transformatsiyasi va uning ijtimoiy ta'sirini qiyosiy tahlil qilish uchun muhim manba bo'lib xizmat qildi.

Tadqiqot jarayonida quyidagi ilmiy usullardan foydalanildi: kontent-tahlil (turli janrdagi teledasturlarda boshlovchi faoliyatini o'rganish), qiyosiy-tahliliy usul (axborot, ko'ngilochar va mualliflik dasturlaridagi boshlovchilarni solishtirish), tipologik tahlil (teleboshlovchilarni kasbiy va janr xususiyatlariga ko'ra guruhlash), ijtimoiy-psixologik yondashuv (auditoriya bilan muloqot mexanizmlarini tahlil qilish), sotsiologik so'rov (teleauditoriyaning teleboshlovchilar faoliyatiga bo'lgan

munosabatini aniqlash). Mazkur usullar teleboshlovchilar tipologiyasini aniqlash, ularning kasbiy vazifalari va zamonaviy media makonidagi rolini kompleks tarzda o'rganish imkonini berdi. Manba sifatida telejurnalistika nazariyasiga oid ilmiy adabiyotlar, O'zbekiston televideniyesi amaliyotidan olingan misollar hamda tomoshabinlar o'rtasida o'tkazilgan so'rovnoma natijalari qo'llanildi. Ushbu empirik ma'lumotlar nazariy qarashlarni tasdiqlash va qiyosiy tahlil qilish uchun asos bo'ldi.

3. Asosiy qism va muhokama

Televizion dasturda boshlovchining roli nihoyatda muhim bo'lib, u mazkur jarayonda kommunikativ mediator sifatida namoyon bo'ladi. Boshlovchi tomoshabinlarga axborotni tushunishga yordam beradi, aloqa o'rnatadi va auditoriya qiziqishini qo'llab-quvvatlaydi (Zvereva, 2014). Zamonaviy televideniya tomoshabin e'tiborini jalb etishda emotsional dialog, auditoriya bilan bevosita muloqot hamda turli nuqtayi nazarlarning ifodalanishi muhim ahamiyat kasb etadi (Nagibin, 2011). Tadqiqotchilar ushbu jarayonni "auditoriya jalb etilishi effekti" bilan izohlaydilar (Ogarkova (Dubinskaya), 2012). Axborotni ko'ngilochar shaklda yetkazishga intilish natijasida boshlovchi tobora shoumen obrazida gavdalanib, o'z uslubini dastur formatiga mos ravishda moslashtiradi (Zvereva, 2014). Bu holat infotainment tendensiyasining kuchayishi bilan izohlanadi.

Boshlovchining asosiy vazifasi tomoshabinlarda qiziqish uyg'otadigan va ularni jarayonning bir qismi sifatida his qildiradigan kommunikativ muhitni yaratishdir. Shu tariqa u nafaqat voqealarni bayon qiladi va sharhlaydi, balki tomoshabinlarga ekranda namoyon bo'layotgan hodisalarni yanada chuqurroq his etishga yordam beradigan faol ishtirokchiga aylanadi (Pozdnyakov, 2009). Axborot va axborot-tahliliy dasturlarda boshlovchidan qat'iylik, xolislik va mantiqiy nutq talab etiladi. Bu yerda har qanday ortiqcha emotsionallik yoki norasmiylik axborotning ishonchliligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Teleboshlovchi bir vaqtning o'zida jurnalist, aktor va psixolog vazifalarini bajaradi. Zamonaviy sharoitda keng dunyoqarashga, tezkor fikrlash qobiliyatiga, stress holatlarda o'zini boshqara olish mahoratiga ega bo'lishi zarur. Uning tashqi ko'rinishi, ovozi va harakatlari tomoshabin diqqatini axborot mazmuniga qaratgan holda neytral va muvozanatli bo'lishi kerak.

Televideniyaning ilk davrlaridayoq auditoriyaga kim murojaat qilishga haqli ekani haqida savol tug'ilgan edi. Diktorlik tanlovi o'ziga xos prinsipda amalga oshirilgan, shuning uchun bir necha avlod tomoshabinlari Nasiba Ibrohimova, Nasiba Maqsudova, Ra'no Jo'rayeva, Mirzohid Rahimov va boshqa ko'plab diktorlarni eslab keladi. Tomoshabinlar ularga shunchalik mehr qo'yishganki,

ularni “bizning Nasibamiz”, “bizning qora qoshli diktoremiz” deb atashgan.

1972-yilgi O‘zbekiston ensiklopediyasida diktor so‘ziga ta’rif keltirilgan: diktor (lot. diktor – gapiruvchi) – radio va televideniye eshittirishlarining tayyortekstlarini mikrofon oldida o‘quvchi shaxs. U xushovoz bo‘lishi, eshittirish olib borilayotgan til normalarini puxta bilishi zarur. Diktorlikka nutqi, ovozi, qobiliyatiga qarab konkurs yo‘li bilan qabul qilinadi. O‘zbekistonda diktorlik kasb sifatida 1924-yildan so‘ng paydo bo‘ldi va Q. Maqsumov, T. Yunusxo‘jaev, O‘. Jobirov, N. Ibrohimova, G. Melnikova kabi o‘nlab malakali diktorlar bu kasbni san’at darajasiga ko‘tardilar.

Xuddi shu singari e’tirof mustaqillik yillarida “O‘zbekiston Milliy ensiklopediyasi” nomi bilan qayta chop etilgan nashrda ham o‘z ifodasini topgan va bu yerda diktorlar safi kengaygan. O‘zbekistonda 1927-yil 11-fevral kuni birinchi bor diktor ovozi yangragan. Birinchi radio diktori Nazirxon Kamolov, ikkinchi diktor Hojimurod Avazxo‘jaev, birinchi o‘zbek ayol diktori esa Fotima Yunusova bo‘lgan. O‘zbekiston televideniyesi diktorlari tarixiga nazar tashlaydigan bo‘lsak, 1956-yili Toshkent televideniye studiyasi tashkil etilganidan boshlab, “Zangori ekran”da “diktor” deb ataluvchi kasb egalari ommalasha boshladi. Televideniyeidagi birinchi diktorlar sifatida Iqbol Olimjonova hamda Yunona Stolyarovalar tarixga kirishgan. Ular bir muddat, toki diktorlar guruhi shakllanguncha ishlaganlar (Yo‘ldoshev, 2017).

Boshlovchining o‘zini tutish uslubi teleko‘rsatuv janriga bog‘liq. Aksariyat teledasturlarning vazifasi tomoshabinning ko‘nglini ko‘tarish bo‘lgani sabab undan oddiy, ravon, tushunarli va samimiy gapirishi, erkin tutishi, ba’zan esa norasmiy ohangda so‘zlashi talab etiladi. U tomoshabinda ishonch uyg‘ota olishi, “bizning odamimiz” sifatida ko‘rinishi, shu bilan birga, teledastur janri va uslubiga mos bo‘lishi kerak. Masalan, siyosiy tok-shou boshlovchisi ishonchli, qat’iy va xolis bo‘lishi lozim. Hazil-mutoyiba, musiqiy, bolalar yoki sport ko‘rsatuvi boshlovchisidan esa nafaqat mavzu bo‘yicha bilimga ega bo‘lishi, balki nutqning so‘zlashuv uslubini yaxshi o‘zlashtirishi, yengil xatti-harakatlar qilishi, o‘zini erkin tutishi talab etiladi. Boshlovchi o‘ziga ishongan, lekin o‘ziga haddan ziyod ishonmaydi. Uning ovozi va nigohi mohirona boshqaradigan vositalari sanaladi. U faqat axborot uzatmaydi, balki birlashtiruvchi, auditoriyani uyg‘unlashtiruvchi rolni ham bajaradi. Boshlovchi har doim osoyishtalik va barqarorlik timsoli. Eng murakkab vazifa — tomoshabinlarni ular oladigan ma’lumot obyektiv, haqqoniy, kerakli ekaniga ishontirishdir (Muratov, 2003).

Boshlovchilarning ayrim tiplarini ko‘rib chiqamiz:

Axborot va axborot-tahliliy dasturlar boshlovchilari: Dildora Rustamova, Jamshid Umrzoqov, Jahongir Olimov, Nodir

Muhammadiy, Navbahor Karimova, Hulkar Bo‘riyeva, Shahnoza Usmonova.

Ko‘ngilochardasturlar boshlovchilari: Samandar Hamroqulov, Nilufar Sotiboldiyeva, Laziza Nozimxonova, Dilniyoz G‘afforov.

Mualliflik dasturlari boshlovchilari: Xayrulla Nuriddinov, Tursunoy Alimova, Mohiniso Kamolova, Quddus A‘zam.

Teleyangiliklar boshlovchisi aniq vazifalarga ega: jiddiy qiyofa, xabarlarining muhimligiga mos rasmiy ohang va maxsus kiyinish qoidalari. Telekanal rahbarlari yangiliklar boshlovchisidan quyidagilarni talab qiladilar: gumanitar ta‘lim, chet tilini bilishi, o‘zek tilini mukammal egallashi, fikrni mantiqan bayon qila olishi, ravon, tez va aniqlik bilan so‘zlay olishi, telekranda jozibali ko‘rinishi, shuningdek, tezkor fikrlaydigan, hissiyotlarini boshqara oladigan, improvizatsiya qila biladigan bo‘lishi lozim. Bugungi kunda shunchaki “qog‘ozdan o‘qish” yetarli emas. Boshlovchi barcha yangiliklardan xabardor bo‘lishi, dunyoda kechayotgan voqealarni tahlil qilib, xulosa chiqara olishi zarur. Tomoshabinda boshlovchi bevosita unga murojaat qilayotgandek taassurot uyg‘otishi kerak. Keng tafakkur boshlovchiga turli fors-major holatlarda (ovoz uzilishi, jonli efirdagi texnik nosozliklar va h.) o‘zini yo‘qotmasdan, dasturni davom ettirishga imkon beradi. Shunga qaramay, yangiliklar boshlovchisining asosiy parametrlari — qat‘iyatlilik va jiddiylik. Tashqi ko‘rinishga ham katta e‘tibor beriladi: erkaklar uchun klassik kostum va ko‘ylaklar, ayollar uchun esa bluzka, jaket, bezaklarda haddan tashqari yorqinlikka yo‘l qo‘yilmaydi, tabiiy bo‘yoq, silliq turmaklangan sochlar tavsiya etiladi. Hech narsa tomoshabinni matndan chalg‘itmasligi kerak. Umuman olganda, boshlovchining ishi ssenariy mualliflari, muharrirlar, tasvirchilar, ovoz rejissyorlari, rassomlar, rejissyorlar va muhandislar mehnatini mujassamlashtirish hisoblanadi. U yangiliklarning bosh qahramoni bo‘lmasa-da, dasturda markaziy o‘rinni egallaydi.

Axborot telekanali va uning auditoriyasi o‘rtasidagi o‘zaro ta‘sir masalasini aniqroq ko‘rsatish uchun G. Lassuell tomonidan ilgari surilgan ommaviy kommunikatsiya formulasi esga olinadi: “Kim – nima haqida – qaysi telekanal orqali – kimga – qanday ta‘sir bilan xabar bermoqda” (Lasswell, 1948). Teleboshlovchi boshqalarga qaraganda ko‘proq ma‘lumotga ega xabardor inson sifatida qabul qilinadi. Yangilik — bu hali tomoshabinga yetib bormagan egiluvchan material. Shu bois boshlovchining vazifasi ushbu materialni yetkazish va uni professional mahorat asosida taqdim etishdir. Telekanal obro‘sining oshishi yoki pasayishi ko‘p jihatdan boshlovchining xatti-harakatlari va uslubiga bog‘liq. A‘lo darajadagi boshlovchi telekanal reytingini sezilarli darajada oshirishi, yomon boshlovchi esa uni tusirishi mumkin. Masalan, Dildora Rustamova “O‘zbekiston 24” telekanalidan “Sevimli”

telekanaliga, Samandar Hamroqulov “Sevimli” telekanalidan “ZO‘RTV”ga o‘tganidan so‘ng, telekanallar reytingi oshgan. Ko‘plab tomoshabinlar boshlovchi almashgani sababli “Sevimli”dagi “Zamon” informatsion dasturini yanada ko‘prog ko‘rishni boshlaganlar.

Zamonaviy televideniye ko‘pkanalli tizimga aylangan. Unda turli muloqot usullari, janr jihatdan rang-barang dasturlar, eng noodatiy loyihalarni amalga oshirish imkoniyati, ifoda vositalarining kengligi mavjud. Televideniye boshqa ommaviy axborotvositalariga qaraganda tezroq va dinamik rivojlanmoqda. Ammo bir narsa o‘zgarmaydi: dastur imidjini aynan boshlovchi belgilab beradi. Tomoshabinlar ongli yoki ongsiz ravishda efrida uzatilayotgan axborotni uni yetkazayotgan inson bilan bog‘laydi.

Alohida e‘tiborga loyiq yana bir toifa dasturlar — bu maxsus bilim talab qiladigan sohalardagi ko‘rsatuvlar. Bunday dasturlar maqsadli auditoriyaga mo‘ljallangan:

“Salomat bo‘ling” (kardiojarroh E‘zozbek Rizayev),

“Plus 1141” (shifokor Ozod Shukrullayev),

“Brilliant” (dizayner Shahzoda Muhammedova),

“Akula” (qiziqchi Nodir Luli).

Televizion ko‘rsatuv amaliyotida dasturning mazmun jihandan samaradorligini, avvalo, uni olib boruvchi shaxs — boshlovchining kasbiy kompetensiyasi, bilim darajasi va auditoriya bilan muloqot madaniyati belgilab beradi. Quyida ayrim tematik dastur formatlari tahlil qilinadi.

“Salomat bo‘ling” ko‘rsatuvi. Mazkur ko‘rsatuv sog‘liqni saqlash va tibbiyot yo‘nalishiga oid bo‘lib, unda boshlovchi nafaqat jurnalist, balki amaliy mutaxassis — kardiojarroh sifatida ishtirok etadi. Bunday formatda boshlovchining professional bilimga egaligi auditoriyada yuqori darajadagi ishonchni uyg‘otadi. Ko‘rsatuvda tibbiy terminlar ommabop va tushunarli tilda sharhlanishi, murakkab jarayonlar hayotiy misollar orqali izohlanishi samaradorlikni oshiradi. Shuningdek, mutaxassis-boshlovchining axloqiy mas‘uliyati va nutq madaniyati sog‘lom turmush tarzini targ‘ib etishda muhim omil hisoblanadi.

“Plus 1141” ko‘rsatuvi. Ushbu dastur ham tibbiy maslahat va ijtimoiy sog‘lomlashtirish yo‘nalishidagi formatga mansub. Ko‘rsatuvda boshlovchi shifokor sifatida auditoriya bilan bevosita muloqotga kirishib, amaliy tavsiyalar beradi. Bunday ko‘rsatuvlarda boshlovchining kommunikativ kompetensiyasi, empatiya darajasi va etik me‘yorlarga amal qilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Mazkur format tomoshabinni passiv kuzatuvchidan faol ishtirokchiga aylantirishi bilan ajralib turadi.

“Brilliant” ko‘rsatuvi. Mazkur ko‘rsatuv ijtimoiy-ma‘rifiy va estetik yo‘nalishda bo‘lib, unda dizayner-boshlovchi oddiy hayot kechirayotgan ayollar uchun individual libos yaratish jarayonini

namoyish etadi. Ko'rsatuvda ishtirok etuvchi qahramonlar turli kasb egalari — farrosh, sotuvchi yoki boshqa ijtimoiy qatlam vakillari bo'lishi mumkin. Asosiy g'oya shundaki, har qanday ayol o'z ijtimoiy maqomidan qat'i nazar, go'zal, latofatli va o'ziga bo'lgan ishonchini oshirishi mumkinligi vizual va badiiy vositalar orqali ochib beriladi. Mazkur formatda boshlovchi nafaqat dizayner sifatida, balki ijtimoiy g'oya tashuvchisi sifatida ham namoyon bo'ladi. Libos yaratish jarayoni orqali ayol obrazi, uning ichki dunyosi va shaxsiy qadr-qimmati ifodalanadi. Ko'rsatuv auditoriyada estetik didni shakllantirish, o'z-o'zini qadrlash va ijtimoiy tenglik g'oyalarini mustahkamlashga xizmat qiladi.

“Akula” ko'rsatuvi. Ushbu ko'rsatuv ko'ngilochar va satirik yo'nalishda bo'lib, unda boshlovchining aktyorlik mahorati, improvizatsiya qobiliyati va hazil madaniyati muhim ahamiyat kasb etadi. Qiziqchi-boshlovchi auditoriya bilan bevosita psixologik aloqa o'rnatib, ijtimoiy voqelikni yumor orqali talqin etadi. Bunday formatlarda boshlovchining shaxsiy xarizmasi va sahnaviy erkinligi dasturning reyting va ommabopligini belgilovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi.

Ko'ngilochar dasturlar boshlovchisi — bu rekreativ, madaniy-hordiq, shou va musiqiy loyihalarda tomoshabin bilan bevosita muloqot olib boruvchi, dastur konsepsiyasini jonlantiruvchi hamda emotsional muhitni shakllantiruvchi ijodiy shaxsdir. U dastur formatiga mos ravishda shoumen, suhbatdosh, moderator yoki hamkor ijrochi funksiyalarini bajarishi mumkin. Shu bois ko'ngilochar dasturlar boshlovchisi televizion kommunikatsiya jarayonida tomoshabinning kayfiyati va e'tiborini boshqaruvchi yetakchi subyekt sifatida baholanadi. 2026 yil 10 yanvar kuni soat 19:35 da efirga uzatilgan “Ilk uchrashuv” ko'rsatuvi rekreativ yo'nalishdagi teleloyihalarda boshlovchilarning roli va kommunikativ mahoratini tahlil qilish uchun yaqqol misol bo'la oladi. Mazkur ko'rsatuvda teleboshlovchilar Jamshid Normatov va Nargiz ishtirok etib, dasturni yumor, yengil muloqot va jonli improvizatsiya asosida olib borishdi (Ilk uchrashuv, 2026).

Ko'rsatuv formatiga muvofiq, studiyaga yigit va qiz taklif etildi. Ishtirokchi yigitning o'zini tanishtirish jarayonida: “Men Kattaqo'rg'ondanman, xonanda Jasur Umirovning qo'shnisiman», deya aytgan javobi boshlovchilar tomonidan tezkor va o'rinli hazil orqali rivojlantirildi. Xususan, Jamshid Normatovning “Qani, qizimizdan so'rab ko'raylikchi, qaysi xonandani qo'shnisi ekan”, degan mulohazasi muloqotni sun'iylikdan xoli etib, studiya muhitini jonlantirishga xizmat qildi. Qiz ishtirokchining uddaburonlik bilan «men boshlovchi Nargizning qo'shnisiman», deya javob qaytarishi dasturda improvizatsiya va tabiiy muloqot muhitini yanada kuchaytirdi. Ushbu holatda Jamshid Normatovning hamkasbiga murojaat qilib aytgan mutoyibasi: “Gilam sotsang,

qo‘shningga sot, burchagida o‘tirardik oldin, hozir esa qo‘shnilar tur-tur, bizga gilam kerak edi deb olib chiqib ketadi”,

degan iborasi xalqona yumor namunasi sifatida ko‘rsatuvning rekreativ xususiyatini ochib berdi.

Keyingi epizodda qiz ishtirokchining ismi ma’nosiga murojaat qilinishi dasturning ma’rifiy unsurlar bilan boyitilganini ko‘rsatadi. Qiz o‘z ismini “Sarvinoz – qaddi-qomati kelishgan” deya izohlaganidan so‘ng, boshlovchi Nargizning Alisher Navoiy va Husayn Boyqaro ijodidan iqtibos keltirishi teleboshlovchining adabiy bilimga egaligi va efrida intellektual yumordan foydalana olishini namoyon etdi. Bu esa ko‘rsatuvda faqat yengil hazil emas, balki madaniy-ma’rifiy qatlam ham mavjud ekanligini ko‘rsatadi.

Umuman olganda, “Ilk uchrashuv” dasturida boshlovchilarning bir-birini to‘ldirib turishi, o‘zaro uyg‘unlikda ish olib borishi har bir sonida seziladi. Ular ishtirokchilar xarakteriga mos leksik birliklardan foydalanib, muloqotni jonli va tabiiy saqlashga erishishadi. Masalan, “qani endi qizimizga gap otingchi” kabi iboralar yoki mikrofondan noto‘g‘ri foydalanayotgan ishtirokchiga nisbatan aytilgan: “Bu mikrofon, pashsha haydaydigan buyum emas”, degan hazillar tomoshabin uchun kulgili bo‘lishi bilan birga, efir intizomini yumshoq uslubda ta’minlaydi. Muhim jihat shundaki, boshlovchilar hazilni me’yor doirasida qo‘llab, mehmonlar va ekspertlarga nisbatan doimo hurmat ruhini saqlaydilar. Bu holat teleboshlovchi etikasi va kasbiy madaniyatining shakllanganini ko‘rsatadi. Dastur davomida ishtirokchi qiz tomonidan ijro etilgan g‘amgin qo‘shiqdan so‘ng Jamshid Normatovning “Hammani yig‘latib yubordingiz”, degan yumorli mulohazasi umumiy ruhiyatni muvozanatlashtirib, ko‘rsatuvning emosional tonalligini qayta ko‘tarish vazifasini bajardi. Shu bilan birga, “Ilk uchrashuv” ikkalamchi, ya’ni xorijiy format asosida yaratilgan ko‘rsatuv ekanligi ham nazardan chetda qolmaydi. U o‘zbek mentalitetiga moslashtirilgan bo‘lsa-da, ilk davrlarda tomoshabinlar tomonidan unchalik qiziqish bilan qabul qilinmagan. Bu holat o‘zbek jamiyatida turmush qurish maqsadida yigit-qizning teleko‘rsatuvda ishtirok etishi tarbiya masalalariga uncha mos kelmasligi bilan izohlanadi. Biroq vaqt o‘tishi bilan boshlovchilarning mahorati, efrida erkin va ishonchli harakat qilishi, ayrim o‘rinlarda hayotning pastu-balandini yoshlar ongiga yumor orqali yetkaza bilishi ko‘rsatuv saviyasini oshirgan. Yigit va qizning turmush haqidagi yengil-yelpi mushohadalariga hazil ostida izoh berilishi esa tomoshabinda tanqidiy, bir vaqtning o‘zida yumshoq munosabat shakllantirishga xizmat qiladi. “Ilk uchrashuv” ko‘rsatuvi misolida teleboshlovchining kommunikativ mahorati, yumordan maqsadli foydalanishi va mentalitetni hisobga olgan holda efir olib borishi dasturning asosiy sifat ko‘rsatkichlaridan biriga aylangan.

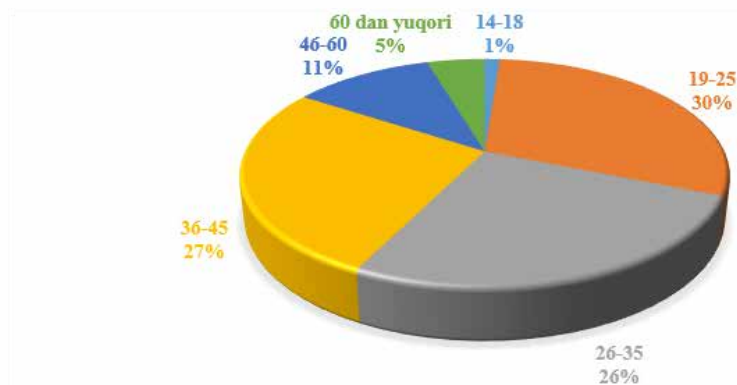
Jahon televideniyesida bo'lgani kabi, o'zbek televideniyesida ham dastur formati va boshlovchi shaxsiyati o'zaro chambarchas bog'liq. Ilmiy, madaniy yoki ko'ngilochar yo'nalishdagi har bir ko'rsatuv o'z sohasini chuqur bilgan, nutq va efir madaniyatiga ega boshlovchini talab qiladi. Shu jihatdan, dastur konsepsiyasiga mos boshlovchi tanlash televideniye mahsulotining mazmuniy va estetik qiymatini belgilaydigan asosiy omil hisoblanadi.

Bugungi kunda barcha zamonaviy televizion janrlar rivojlanishning yuqori dinamikasiga ega. Texnik va ifodaviy imkoniyatlarning kengayishi, shuningdek, tomoshabinlarning didi va qiziqishlari o'zgarib borayotgani dasturlar shakliga ham ta'sir qilmoqda. Televideniye mahsuloti iste'molchisi turfa va jonli axborot hamda dolzarb voqealar tahlilini kutadi.

Eng yuqori reytingga ega dasturlar bu tok-shou janridagi ko'rsatuvlardir. Aynan shu janrda televideniyaning ko'plab va klassik funksiyalaridan biri rekreatsion (ko'ngilochar) vazifa to'liq namoyon bo'ladi. Televideniyaedagi shou boshlovchisi ijodiy individuallikka ega bo'lishi, shaxsiy va kasbiy fazilatlarining butun majmuasini o'zida mujassam etishi kerak. Ana shu xususiyatlar uni mashhur qiladi va dastur reytingiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Tahlil shuni ko'rsatadiki, teleboshlovchining kadrdagi faoliyati faqat texnik mahorat bilan cheklanib qolmaydi. U auditoriya bilan ijtimoiy, psixologik va madaniy muloqot olib boradi (Talk show).

Teleboshlovchilarning kadrdagi kasbiy faoliyati bo'yicha Google Docs platformasi orqali ijtimoiy so'rovnoma o'tkazildi. So'rovnomaning asosiy maqsadi teleboshlovchining kommunikativ obrazi, kasbiy kompetensiyasi hamda auditoriya tomonidan qabul qilinish xususiyatlarini aniqlashdan iborat bo'ldi. Tadqiqotda O'zbekistonning turli hududlaridan 500 nafardan ortiq respondent ishtirok etdi. Respondentlarning 63,1 foizi ayollar, 36,9 foizi erkaklar bo'lib, yosh tarkibi 14 yoshdan 60 yoshdan yuqori toifalarni qamrab oldi (1-diagrammaga qarang).

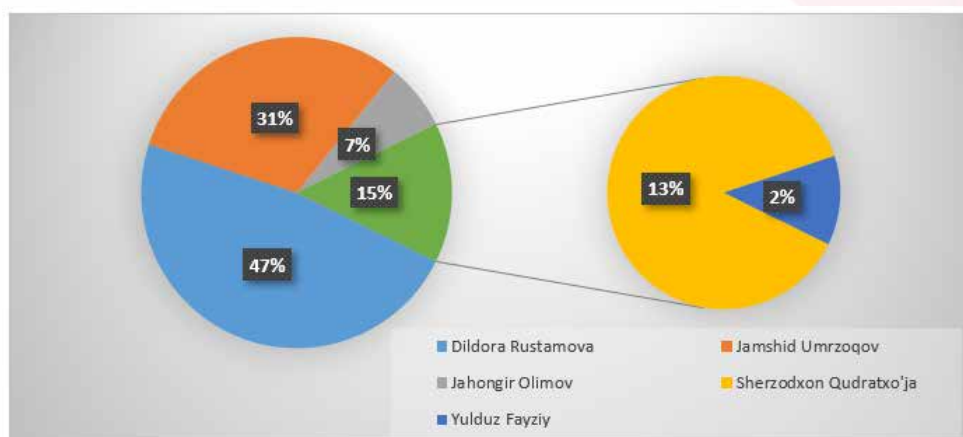
1-diagramma. Yoshingiz.



Manba: mualliflik tadqiqoti (Ijtimoiy so'rovnoma, 2026).

“Muloqot mahorati” (ovoz tembri, nutq ravonligi, intonatsiya) bo‘yicha tahlil. Ushbu ko‘rsatkich teleboshlovchining verbal kommunikatsiyadagi professional darajasini belgilaydi. Javoblar tahlili quyidagilarni ko‘rsatadiki, respondentlar tomonidan eng ko‘p tanlangan boshlovchilar ravon nutq, barqaror ovoz tembri va tabiiy intonatsiya bilan ajralib turadi. Bu yerda nutq texnik jihatdan to‘g‘ri bo‘lishi bilan birga, sun‘iylikdan xoli va auditoriyaga psixologik jihatdan yaqin bo‘lishi muhim deb baholangan. Yoshlar orasida intonatsion erkinlik va nutqda jonlilik yuqori baholangan bo‘lsa, katta yoshdagilar orasida nutqning vazminligi va me‘yoriyligi ustuvor ahamiyat kasb etgan. Ilmiy nuqtai nazardan, bu holat teleboshlovchining nutqi axborot yetkazish vositasi emas, balki ta‘sir mexanizmi ekanini tasdiqlaydi (2-diagramma).

2-diagramma. Muloqot mahorati (ovoz tembri, nutqning ravonligi, intonatsiya) bo‘yicha professional deb hisoblaydigan boshlovchiningizni tanlang..



Manba: mualliflik tadqiqoti (Ijtimoiy so‘rovnoma, 2026).

So‘rovnoma natijalari teleboshlovchining auditoriya tomonidan professional sifatida qabul qilinishi ikki asosiy omil — verbal-kommunikativ mahorat (ovoz, nutq ravonligi, intonatsiya) va psixologik qat‘iyat (ishonchlilik) uyg‘unligiga tayanishini ko‘rsatdi. Ushbu empirik ma‘lumotlar zamonaviy teleboshlovchini jamoatchilik bilan interaktiv muloqot olib boruvchi kommunikativ mediator sifatida talqin qilish imkonini beradi (Ijtimoiy so‘rovnoma, 2026).

4. Xulosa va tavsiyalar

Zamonaviy televideniya teleboshlovchi tipologiyasi janr, format va kommunikativ strategiyalarga bog‘liq holda shakllanib, uning kasbiysamaradorliginutqmadaniyati, kommunikativkompetensiya va shaxsiy imidj bilan uzviy bog‘liq ekani aniqlandi. Shuningdek, teleboshlovchining auditoriya bilan interaktiv muloqot o‘rnatish qobiliyati uning kasbiy faoliyatida hal qiluvchi omillardan biri ekani isbotlandi. Mazkur tadqiqot natijalari teleboshlovchilarni tayyorlash, ularning kasbiy kompetensiyasini rivojlantirish,

televideniye sohasida kadrlar siyosati samaradorligini oshirishda amaliy ahamiyatga ega.

Tadqiqot natijalari quyidagi xulosalarni chiqarish imkonini beradi:

Birinchiidan, zamonaviy televideniya teleboshlovchi teledastur konsepsiyasini auditoriya ongida ifodalovchi asosiy figura hisoblanadi. U nafaqat axborotni yetkazadi, balki dastur mazmuni, g'oyaviy yo'nalishi va kommunikativ ohangini auditoriyaga talqin qiladi. Teleboshlovchining nutqi, xulq-atvori, vizual qiyofasi va auditoriya bilan muloqot uslubi teledastur konsepsiyasining qabul qilinish darajasiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shu bois teleboshlovchi shaxsiyati dastur mazmunining ajralmas tarkibiy qismi sifatida namoyon bo'ladi.

Ikkinchiidan, teleboshlovchi tipi bilan telejanr va format o'rtasidagi mutanosiblik teledastur samaradorligini belgilovchi muhim omillardan biri hisoblanadi. Axborot, tahliliy, ko'ngilochar yoki ijtimoiy-siyosiy dasturlar turli kommunikativ strategiyalarni talab qiladi va bu strategiyalar boshlovchi tipologiyasida aks etishi zarur. Boshlovchi shaxsiyati, nutq uslubi, emotsional holati va auditoriya bilan muloqot shakli dastur janriga mos kelgan taqdirdagina yuqori kommunikativ samara yuzaga keladi.

Uchinchiidan, teleboshlovchining kommunikativ kompetensiyasi, nutq madaniyati va shaxsiy imiji telekanal reytingiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Auditoriya ko'pincha telekanalni aynan boshlovchi orqali qabul qiladi, uning professional darajasi va ishonchliligi esa kanal imijining shakllanishida muhim rol o'ynaydi. Shu jihatdan, teleboshlovchining kasbiy tayyorgarligi va shaxsiy brendi nafaqat individual muvaffaqiyat, balki butun telekanalning ijtimoiy nufuzini belgilovchi omil sifatida namoyon bo'ladi.

To'rtinchiidan, teleboshlovchi auditoriya bilan interaktiv muloqotni yo'lga qo'yish, ijtimoiy kayfiyatni sezish va muhokama jarayonlarini boshqarish orqali ommaviy kommunikatsiyaning samaradorligini oshiradi. Teleboshlovchining auditoriya bilan muloqotga kirisha olish qobiliyati uning kasbiy faoliyatida hal qiluvchi mezonlardan biri ekanligi tadqiqot jarayonida ilmiy jihatdan asoslandi.

O'zbekiston mediasida teleboshlovchilar kasbiy faoliyatida yuqori samaradorlikka erishish maqsadida quyidagi tavsiyalar ilgari suriladi:

Teleboshlovchilarni tayyorlash jarayonida tipologik yondashuvni o'quv dasturlariga joriy etish, ya'ni telejanr va formatlarga mos boshlovchi turlarini nazariy va amaliy jihatdan o'rgatish zarur. Bu kelajak mutaxassislarining kasbiy moslashuvchanligini oshiradi.

Teledastur formatlariga mos teleboshlovchini tanlashda

kommunikativ, psixologik va ijtimoiy mezonlarni hisobga olish, boshlovchining shaxsiy xususiyatlari bilan dastur konsepsiyasi o'rtasida mutanosiblikni ta'minlash lozim.

Teleboshlovchilarning ekran madaniyati, nutq texnikasi va auditoriya bilan interaktiv muloqot ko'nikmalarini tizimli ravishda rivojlantirish, ular uchun malaka oshirish kurslari, treninglar va amaliy mashg'ulotlarni yo'lga qo'yish maqsadga muvofiq.

Teleboshlovchining shaxsiy imijini shakllantirish va rivojlantirishga qaratilgan kompleks yondashuvni joriy etish, bu jarayonda stilistika, vizual kommunikatsiya va mediapsixologiya elementlaridan samarali foydalanish zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

- Alimjonova, Z., & To'laganov, A. (2005). Nutq san'ati. Toshkent. Fan.
- Ijtimoiy so'rovnoma. (2026). 2026-yil 7-fevralda foydalanildi. <https://docs.google.com/forms/d/1woxTYI-EQspdTci>
- Ilk uchrashuv. 2026-yil 10-yanvardagi soni.
- Jumaniyozov, R. (2005). Nutqiy mahorat (Notiq, nutq, mantiq). Toshkent. Adolat.
- Qudratov, T. (1993). Nutq madaniyati asoslari. Toshkent. O'qituvchi.
- Saidov, U. (2007). Nutq madaniyati va notiqlik san'ati. Toshkent. Akademiya.
- Yo'ldoshev, M. (2017). Suxandonlar. Toshkent. Ijod press.
- Zohidova Y. Ayol teleboshlovchi: audiovizual obraz yaratish usullari// Audiovizual jurnalistika global o'zgarishlar davrida mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. – T., 2025. – B. 18-21.
- Балалуева, И. (2014). Медиаобраз и социообраз: процессы взаимодействия в информационном обществе. Право и управление. XXI век, 4(33), 86–91.
- Боголюбова, Н. (2009). Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен. Санкт-Петербург: СПбКО.
- Вакурова, Н., Московкин, Л. (1997). Типология жанров современной экранной продукции. Учебное пособие. Москва: 62 с.
- Верхолотова, Е. и др. (2004). Мастерство эфирного выступления. Учебное пособие. Москва: Аспект Пресс.
- Гуревич, П. (1991). Создание имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. Москва: 219 с.
- Дедов, А. (2017). Технологии телевизионной журналистики. Учебное пособие. Курган: Изд-во Курганского гос. ун-та. 200 с.
- Зверева, Н. (2004). Школа регионального тележурналиста. Москва: Аспект-Пресс. 320 с.
- Зверева, Н. (2012). Прямой эфир: В кадре и за кадром. Москва: Алпина нон-фикшн. 239 с.
- Зверинцев, А. (2012). Формирование имиджа: коммуникационный менеджмент. Санкт-Петербург: Питер. 193 с.
- Кинг, Л. (2011). Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно. Москва: Алпина Паблицер. 204 с.
- Кузнецов, Г., Цвик, В., Юровский, А. (2005). Телевизионная журналистика. Учебник. 5-е изд., перераб. и доп. Москва: Изд-во Московского университета; Наука. 368 с.
- Лабутина, В. (2016). Языковая компетенция современного теле-

журналиста. Учебное пособие. Самара: Самарский университет. 68 с.
Ляшенко, Б. (2007). Хочу к микрофону. Профессиональные советы диктору. Москва: Аспект Пресс. 124 с.

Матвеева, Л., Анисеева, Т., Мочалова, Ю. (2004). Психология телевизионной коммуникации. 2-е изд., испр. Москва: РИП-холдинг.

Мелникова, Л. (2018). Творчество телевизионного журналиста: теория, методология, практика. Минск: БГУ. 159 с.

Муратов, С. (2003). Телевизионное общение в кадре и за кадром. Москва: Аспект Пресс.

Муратов, С. (2007). Телевизионное общение в кадре и за кадром. Учебное пособие. Москва: Аспект Пресс. 202 с.

Нагибина, Н., Огаркова (Дубинская), Ю. (2014). Качественный и количественный анализ структуры профессиональных качеств телеведущих информационного, аналитического и художественного жанров. Психологические и психоаналитические исследования: ежегодник 2014. Москва: Московский институт психоанализа.

Субботко, А. (2022). Actual Problems of Linguistics and Literary Studies. Proceedings of the IX (XXIII) International Scientific and Practical Conference of Young Scientists (April 14–16, 2022).

Хочунский, Л. (2013). Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика, 2, 91–95.

Цвик, В. (2015). Телевизионная журналистика. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Юнити-Дана. 495 с.

Десятник, Г., Полешко, С. (2016). Професія: телевізійний ведучий. Київ: Вид-во Інституту журналістики КНУ. 173 с.

Jeff, A., James, M. (2003). Anchoring America: The Changing Face of Network News. Chicago: Bonus Books.

Yulduz Zohidova Qobilovna. (2025). The Types and Components of Image of The Tv Anchor In the Screen System. The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research, 7(04), 8–16. <https://doi.org/10.37547/tajir/Volume07Issue04-02>

Lasswell, H.D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society // The Communication of Ideas. New York: Harper & Brothers.

Talk Show In Media Research Paper. Retrieved February 12, 2026 from https://www.iresearchnet.com/research-paper-examples/media-research-paper/talk-show-in-media-research-paper/?utm_source=chatgpt.com

Mualliflar haqida:

Zohidova Yulduz — filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori(PhD), O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti "Xalqaro va audiovizual jurnalistika" kafedrasi dotsenti, yulduz.zohidova83@mail.ru

ТИПОЛОГИЯ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ВЕДУЩЕГО И ЕГО ПРО-
ФЕССИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В КАДРЕ

Аннотация: В статье с теоретической и практической точек зрения анализируются типология телевизионного ведущего и его профессиональная деятельность в кадре в условиях современного телевидения. Деятельность ведущего в рамках информационных, информационно-аналитических, развлекательных, авторских и программ, требующих специальных знаний, рассматривается на основе различных критериев, раскрывающих профессиональные, речевые, психологические и коммуникативные особенности, характерные для каждого типа. В статье телевизионный ведущий трактуется не только как носитель информации, но и как важный коммуникативный субъект, выстраивающий взаимодействие с аудиторией и определяющий содержательное и семантическое направление телепрограммы. На примере практики телевидения Узбекистана анализируется деятельность в кадре ведущих различных типов, а также научно обосновывается взаимосвязь между типом ведущего, его экранным образом и рейтингом телепрограммы. Коммуникативная компетентность ведущего, экранная культура и интерактивное взаимодействие с аудиторией рассматриваются как ключевые факторы, определяющие его профессиональную эффективность. Кроме того, в рамках теории массовой коммуникации анализируются механизмы воздействия различных типов телевизионных ведущих на формирование общественного мнения. Выводы статьи имеют практическое значение для определения типологии телевизионных ведущих, подбора ведущего в соответствии с форматом телепрограммы и повышения эффективности телевизионного контента.

Ключевые слова: телеведущий, телевизионный жанр, эфирная и речевая культура, коммуникативная компетентность, аудитория, имидж, массовая коммуникация.

Об авторах:

Захидова Юлдуз — кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой “Международная и аудиовизуальная журналистика” Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, yulduz.zohidova83@mail.ru

TYPOLOGY OF TELEVISION ANCHOR AND THEIR
PROFESSIONAL ON-SCREEN ACTIVITY

Abstract: This scientific article provides a theoretical and practical analysis of the typology of television presenters and their professional on-screen activity in contemporary television. The activities of presenters within informational, analytical, entertainment, author-driven, and specialized knowledge-based television programs are examined according to various criteria, revealing the professional, speech-related, psychological, and communicative characteristics specific to each type. The article interprets the television presenter not merely as an information transmitter, but as an important communicative subject who establishes interaction with the audience and defines the content and semantic orientation of the program. Based on the practice of Uzbek television, the on-screen performance

of different types of presenters is analyzed, and the correlation between the presenter's type, screen image, and program ratings is scientifically substantiated. The presenter's communicative competence, screen culture, and interactive relationship with the audience are considered key factors determining professional effectiveness. In addition, within the framework of mass communication theory, the mechanisms through which different presenter types influence public opinion are examined. The conclusions of the article are of practical significance for identifying television presenter typology, selecting presenters appropriate to specific program formats, and enhancing the overall effectiveness of television content.

Keywords: TV Anchor, television genres, on-screen communication, communicative competence, media image, audience interaction, mass communication

About the authors:

Zohidova Yulduz — PhD in Philological Sciences, head department of International and Audiovisual Journalism of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan, yulduz.zohidova83@mail.ru