

## YOSHLAR MAVZUSIGA OID TELEKO‘RSATUVLARNING ZAMONAVIY JAMIYATDAGI ROLI VA AHAMIYATI

Yulduz Zohidova,  
O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar univetsiteti

Ma’ruf Hikmatillayev,  
O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar univetsiteti

**Annotatsiya:** Bugungi globallashuv jarayonida yoshlar uchun mo‘ljallangan teleko‘rsatuvlar ularning dunyoqarashiga katta ta’sir ko‘rsatmoqda. Bunday ko‘rsatuvlar nafaqat yosh avlodni intellektual, ijodiy, jismoniy rivojlantirish, balki ularning ilmiy salohiyatini oshirishda ham muhim rol o‘ynaydi. Shu bilan birga milliy qadriyatlar va maqsadlarni ilgari surish orqali yoshlarning jamiyatdagi faolligi ortib borayapti. Xususan, televideniye yoshlarga dolzarb mavzular, zamonaviy texnologiyalar, ilm-fan yangiliklari va turli madaniyatlar haqida ma’lumot berib, ularning dunyoqarashini shakllantiradigan, salohiyatini oshiradigan kontent bilan ta’minlashga harakat qilmoqda. Bunga “Yoshlar” telekanalidagi turkum ko‘rsatuvlarni misol qilib keltirish mumkin. Telekanalda efirga uzatilayotgan dasturlarning turli janr va mavzularni qamrab olishi yoshlarning aql-tafakkurini o‘stirishga yordam beradi. Shu sababli bunday ko‘rsatuvlarning mazmuni va ta’siri haqida tahliliy o‘rganishlar olib borish o‘ta dolzarbdir. Maqolada teleko‘rsatuvlarning ijtimoiy, madaniy va psixologik ta’sirlari, ularning yoshlar orasida qanchalik ommalashgani va yosh avlod hayotida qanday ijobiy o‘zgarishlar yasayotgani haqida so‘z yuritilgan.

**Kalit so‘zlar:** yoshlar, teleko‘rsatuv, telekanal, ijtimoiy faollik, kreativ, tahliliy, interaktivlik, professional yetakchi.

### 1. Kirish va gipoteza

Yoshlar – mamlakatimiz kelajagi. Ular jamiyatning ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy taraqqiyotida faol ishtirok etadigan kuchdir. Asosiy Qonunimizning XIV bobi 79-moddasida davlat yoshlarning shaxsiy, siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, ekologik huquqlari himoya qilinishini ta’minlashi, ularning jamiyat va davlat hayotida faol ishtirok etishini rag‘batlantirishi kafolatlangan (Konstitutsiya, 2023).

Yoshlar jamiyatning eng faol va ijtimoiy o‘zgarishlarga tez javob beradigan qatlami bo‘lgani bois ularning dunyoqarashi, ijtimoiy va madaniy faoliyati jamiyatni shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Bugungi kunda yosh avlod global va ijtimoiy tarmoqlar hamda televideniye kabi mass-media orqali tezkorlik bilan axborot olish, o‘z fikrlarini ifodalash va jamiyatdagi o‘zgarishlarga ta’sir ko‘rsatish imkoniyatiga ega. Yoshlar turli ijtimoiy va madaniy sharoitlarga moslashishda yordam beruvchi ko‘plab vositalarga tayanadi. Bu vositalardan biri –

DOI:  
[https://doi.org/10.62499/  
ijmcc.vi6.70](https://doi.org/10.62499/ijmcc.vi6.70)

**Citation:**  
Zohidova, Yulduz; Hikmatillayev, Ma’ruf. 2024.  
Yoshlar mavzusiga oid teleko‘rsatuvlarning zamonaviy jamiyatdagi roli va ahamiyati International Journal of Media and Communications in Central Asia. 7: 24-35.

teleko'rsatuvlar. Teleko'rsatuvlar yoshlarning dunyoqarashini kengaytirish, madaniy qadriyatlarni rivojlantirish va ijtimoiy faoliyatga rag'batlantirishda muhim ahamiyatga ega. Shuningdek, teledasturlar yoshlarni jamiyatda o'z o'rnini topishga, o'z qiziqishlarini rivojlantirishga va ijtimoiy mas'uliyatni his qilishga undaydi.

Bugungi kunda televideniye yoshlarning o'z muammolarini hal qilishda yordam beruvchi vositaga ham aylanmoqda. Yoshlar o'rtasida turli muammolar mavjud: kasb tanlash, salomatlik, bandlik va boshqalar. Teleko'rsatuvlar aynan ular uchun ushbu muammolarni hal qilishda va ularni jamiyat bilan birga muhokama qilishda samarali vosita bo'lib xizmat qiladi. Yoshlar zamonaviy jamiyatdagi o'zgarishlar va globalizatsiya ta'siri ostida yangi qadriyatlar bilan tanishadi (Mahmudov, 2020). Teleko'rsatuvlar ularni an'anaviy qadriyatlar va zamonaviy dunyoqarashlar o'rtasidagi bog'lanishni o'rnatishda yordam beradi. Yoshlar o'rtasida keng tarqalgan muammolar – giyohvandlik, oilaviy zo'rvonlik, tarbiya, salomatlik va boshqa masalalar teleko'rsatuvlar orqali muhokama qilinadi. Bu ijtimoiy ongni oshiradi va jamiyatdagi o'zgarishlarga nisbatan javobni shakllantiradi (Jafarova, 2019). Bundan tashqari, teleko'rsatuvlar yoshlarni ijtimoiy faoliyatga jalb qilish va o'z orzulariga erishish uchun motivatsiya beradi. Dasturlar orqali yoshlar muvaffaqiyatli shaxslarning hikoyalarini tinglashadi, ularning yutuqlaridan ilhom olishadi va o'zlarini rivojlantirish uchun yangi imkoniyatlar izlashadi. Bu, o'z navbatida, ijtimoiy faollikni oshiradi va yoshlarning jamiyatdagi rolini kuchaytiradi.

## 2. Manbalar va tadqiqot usullari

Ilmiy ishda ma'lumot to'plash va tahlil qilishning quyidagi usullari qo'llaniladi: ilmiy adabiyotlar, maqolalar va ko'rsatuvlarni tahlil qilish metodi, tarkibiy va funktsional yondashuv, olingan natijalarni umumlashtirish va tasniflash.

Nazariy va qisman empirik manba sifatida Марина Кернерман (2019), Cihat Katar, Özcan Elçi (2023), Güven Büyükbaykal (2007), İsmailcan Doğan (2021), Ceyhan Kandemir (2010), Angeline Lillard, Jennifer Peterson (2011), Shivaansh Singh, Soo Park (2023), Yulduz Zohidova (2023) singari mahalliy va xorijiy olimlarning ilmiy maqolalari, Topilmalar kutubxonasi (Библиотека находки) tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlar (2013) ning umumiy tahlili natijasida olingan xulosalardan foydalanildi. Jumladan, «Yoshlarning ko'ngilochar dasturlarini yaratishda ishtirok etishi san'at qobiliyatlarini rivojlantirish omili sifatida» (Участие молодежи в создании концертно-зрелищных программ как фактор развития художественных умений и навыков) nomli maqolada televideniye rivoji va istiqbolida yoshlarga

oid ko'rsatuvlarning o'rni (Кернерман, 2019), «Yoshlar tok-shousi-yangi formatdagi uchrashuv» (Молодежное ток-шоу – встреча в новом формате) maqolasida esa yoshlar uchun innovatsion ko'rsatuv tayyorlash masalasi (Библиотеки находки, 2013) ilmiy va amaliy jihatdan tadqiq qilingan. Cihat Katar, Özcan Elçilarning «Yoshlar markazlariga nisbatan minnatdorlik hissi: O'rnak yoshlar markazi ishi» (Gençlik Merkezlerine Yönelik Memnuniyet Algısı: Şırnak Gençlik Merkezi Örneği) deb nomlangan ilmiy maqolasida Turkiya yoshlarining qiziqishlari, intilishlari va televideniya nimani kutayotgani bayon etilgan, Güven Büyükbaykalning «Televizorning bolalarga ta'siri» (Televizyonun çocuklar üzerindeki etkileri) maqolasida teledasturlarning bolalar va o'smirlar rivojlanishidagi ta'siriga oid fikrlar, yosh tomoshabinlar uchun muhim bo'lgan kontentlar haqida tahlillar keltirilgan. Ceyhan Kandemirning «Televizion ko'rsatuvlarning bolalarga ta'siri va media nazorati doirasidagi belgi-belgi dasturlari» (Televizyon yayınlarının çocuklara etkisi ve medya denetimi kapsamında simge-sembol uygulamaları) nomli tadqiqotida ko'rsatuvlarning bolalarga ta'siri xususidagi qarashlari tahlil qilingan.

Amerikalik va yevropalik olimlar Angeline Lillard, Jennifer Petersonning ilmiy ishlarida televideniya turli ko'rsatuvlar orqali bolalarning ijro etuvchi funksiyalariga ta'siri, Shivaansh Singx va Soo Parklarning maqolasida o'smirlarga oid ko'rsatuvlarning evolyutsiyasi izohlangan.

Tadqiqotda «Yoshlar» telekanalida namoyish etilayotgan turkum ko'rsatuvlarga ham e'tibor qaratiladi. Bugungi kunda teledasturlarda olib chiqilayotgan aynan qaysi mavzular yoshlarni ko'proq qiziqtirayotgani atroflicha tahlil qilinib, ko'rsatuvlar saviyasini oshirish bo'yicha takliflar beriladi.

### 3. Asosiy qism. Muhokama

Yoshlarga mo'ljallangan teleko'rsatuvlar – bu yosh avlodning qiziqishlari va ehtiyojlariga mos ravishda tayyorlangan, ularning bilim darajasini oshirish, ma'naviy va ijtimoiy rivojlanishiga yordam beradigan dasturlar majmuasi. Ushbu ko'rsatuvlarda ko'tarilgan mavzular orqali yoshlar mamlakatimizda olib borilayotgan islohotlar, jamiyatimizdagi o'zgarishlar, ilmiy-texnikaviy yangiliklardan xabardor bo'lishi, madaniy va ma'naviy qadriyatlar bilan tanishishi bilan birga o'zlarining kelajakdagi kasbiy faoliyat yo'nalishlari haqida tushuncha hosil qilish imkoniga ega bo'lishadi.

Yoshlarga oid ko'rsatuvlar turli janrlarda bo'lishi mumkin: ta'limiy dasturlar, intellektual o'yinlar, ijtimoiy loyihalar, ilmiy-huquqiy ko'rsatuvlar, madaniy dasturlar va h. Ushbu ko'rsatuvlarning asosiy maqsadi – yoshlar orasida sog'lom

dunyoqarash, ijtimoiy faollik va shaxsiy o'sishga yordam beradigan fazilatlarni shakllantirishdan iborat. Ko'rsatuvlar ommaviy axborot vositalarida sezilarli o'rin egallab, o'smir va yoshlar orasida keng ko'lamli ta'sirga ega bo'lib kelmoqda. Shu bilan birga, ular yoshlarga qaratilgan ijtimoiy siyosatning bir qismi bo'lib, jamiyatda yosh avlodni ongli va ma'naviy jihatdan barkamol qilib tarbiyalashga xizmat qiladi.

O'zbekiston uchun aholining katta qismini yoshlar tashkil etishi nihoyatda muhim. Yoshlar – jamiyatning eng faol, energiyaga boy va innovatsiyaga moyil qatlamidir. Ularning salohiyatini to'g'ri yo'naltirish orqali iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy sohalarida katta yutuqlarga erishish mumkin. Shu sababli, mamlakatimizda yoshlarga katta e'tibor qaratilib, ular uchun qulay shart-sharoitlar yaratish davlatsiyosatining muhim yo'nalishlaridan biriga aylangan. Ularni to'g'ri tarbiyalash orqali sog'lom va bilimli jamiyatni shakllantirish mumkin. Shu boisdan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Yoshlar siyosati to'g'risida"gi farmon va qarorlari doirasida ta'lim, sport, madaniyat va tadbirkorlik sohalarida keng imkoniyatlar yaratilmoqda.

Yoshlar mavzusiga oid teleko'rsatuvlarning ahamiyati bir necha asosiy jihatlarda namoyon bo'ladi:

1. Ta'lim va tarbiya. Yoshlarga oid ko'rsatuvlar o'g'il-qizlarga zamonaviy bilimlarni yetkazadi va ularni komil inson qilib tarbiyalashga xizmat qiladi. Masalan, ilm-fan, texnologiya va ijtimoiy fanlar bo'yicha tushunchalarni kengaytirish orqali yoshlarning intellektual rivojlanishi ta'minlanadi.

2. Madaniyat va qadriyatlarni saqlash. Bu ko'rsatuvlar yoshlar orasida milliy qadriyatlarni targ'ib qilish, an'ana va urf-odatlarni saqlash uchun platforma bo'lib xizmat qiladi. Shuningdek, global madaniyatga oid bilimlarni tanishtiradi va bag'rikenglikni rivojlantiradi.

3. Ijtimoiy faollik. Teleko'rsatuvlar yoshlarda ijtimoiy masalalar, muammolar va ularning yechimlariga qiziqish uyg'otadi. Shu orqali kelajak avlod jamiyatga nisbatan ongli va mas'uliyatli munosabatda bo'lishga harakat qiladi, uning faol a'zosiga aylanadi.

4. Psixologik rivojlanish va shaxsiy o'sish. Ko'rsatuvlar yoshlar uchun ijobiy namuna bo'lib, ularning shaxsiy rivojlanishiga ko'maklashadi. Bu, xususan, o'ziga ishonch, muloqot ko'nikmalari va hissiy barqarorlik kabi sifatlarni rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

5. Zamonaviy kasb va imkoniyatlar haqida bilim. Ko'rsatuvlar bozor talablariga mos zamonaviy kasb-hunarlar, yangi texnologiyalar haqida ma'lumot berib, yoshlarga kelajakda biror-bir kasbni tanlashda yo'l-yo'riq ko'rsatadi.

Turkiyalik tadqiqotchilar tomonidan ommaviy axborot

vositalarining yoshlar tarbiyasidagi o'rnini bo'yicha qator ilmiy izlanishlar olib borilgan. Jumladan, Gulerarslan (2010) televideniye dunyoviylikning eng muhim unsurlaridan biri ekanligini ta'kidlaydi. Yoshlarning teledasturlarga munosabati ijobiy bo'lgani bois (Dog'an, 2021) ularda ilm-fanga bo'lgan qiziqish ortgan. Bu bevosita televideniye tomonidan to'g'ri olib borilgan islohot natijasi deyish mumkin. Ommaviy axborot vositalarining kuchi shundaki, jurnalist yosh auditoriyani passiv element sifatida tasavvur qilmasligi lozim (Tezi, 2010). Turkiyalik tadqiqotchi Güven Buyukbakalning maqolasida: "Bolalar kuniga 3-4 soat televizor ko'rishadi. 6 yoshdan 17 yoshgacha bo'lgan bolalar va yoshlarning maktabdan tashqaridagi birinchi mashg'uloti televizor ko'rishdir. Bolalar yiliga taxminan 900 soatni maktabda, 1500 soatini televizor qarshisida o'tkazishadi" (Büyükbaykal, 2012), - deb yozilgan. Shuni inobatga olgan holda yoshlarga oid ko'rsatuvlar ahamiyati naqadar yuksak ekanligini anglashimiz mumkin.

Bugun nafaqat O'zbekistonda, balki jahon media makonida yoshlar mavzusi o'z dolzarbligini yo'qotgani yo'q. Ayniqsa, globallashuv jarayonida turli xil tendensiyalar to'qnashuvi yosh avlod ongiga ma'lum ma'noda zarar yetkazmoqda. Xususan, britaniyalik olimlar Anjelin Lillard, Jennifer Peterson o'z ilmiy ishlarida bolalarga mo'ljallangan teleko'rsatuv va multfilmlar ta'siri haqida to'xtalib o'tishgan: "Televizion multfilmni tez sur'atda tomosha qilishda dastlabki 9 daqiqa 4 yoshli bolaning ijro etuvchi funksiyasiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Ota-onalar shuni bilishlari kerakki, tez sur'atlardagi teleko'rsatuvlar kichik yoshdagi bolalarning nutqini ham buzishi mumkin (Lillard, 2011)". Shivaansh Singh, Soo Parklar esa talabalarning muntazam ravishda ilmiy ko'rsatuvlarni tomosha qilishi natijasida ularning empirik bilimlari o'sishini aniqlaganlar (Singh, 2023).

O'zbekistonda yoshlar uchun alohida telekanal mavjud bo'lib, unda yoshlar bilan bog'liq ko'plab dasturlar namoyish etiladi. Mavzular motivatsiya, texnologiyalar, ijtimoiy masalalar va tadbirkorlikka oid bo'lib, har bir o'g'il-qizni o'z ustida ishlashga undaydi. Shu o'rinda "Yoshlar" telekanalida berib boriladigan turkum dasturlar tahlili xususida to'xtalamiz.

1. "Yosh kitobxon". Yosh avlodning kitobga bo'lgan qiziqishini oshirish jamiyatning ma'naviy rivojlanishi uchun zaruriy omil. Ma'lumotlarga ko'ra, kitobxonlik insonning mantiqiy fikrlash qobiliyatini kuchaytiradi, ma'naviy saviyasini oshiradi va ijodiy qobiliyatlarini rivojlantiradi. "Yosh kitobxon" teleloyihasi orqali bu qadriyatlar yoshlar ongiga singdiriladi. Ko'rsatuvning maqsadi yoshlarni nafaqat o'qishga rag'batlantirish, balki ularni tahliliy va ijodiy fikrlashga o'rgatishdir. Ushbu teledastur doirasida adabiy asarlar tahlili amalga oshiriladi, ishtirokchilarning bilim

darajasi va tezkorlik qobiliyatlari sinovdan o'tkaziladi, kitobxonlik bo'yicha musobaqalar tashkil etiladi (Yosh kitobxon).

2. "Kelajak ovozi". Ko'rsatuv yoshlarning ijtimoiy faolligi va jamiyatda o'z o'rnini topishlariga yordam beradi. Unda muammolar va yangi imkoniyatlar haqida suhbatlar tashkil etilib, O'zbekiston yoshlarining jamoat hayotidagi faolligini oshirish va o'z fikrlarini erkin ifoda etishlari uchun imkoniyat yaratish asosiy vaziga qilib olingan. Bu dasturda yoshlarning ijtimoiy masalalar bo'yicha fikrlarini eshitish orqali jamiyatdagi o'zgarishlarga bo'lgan reaksiyasi bayon qilinadi. "Kelajak ovozi" yoshlarning ilmiy, ijtimoiy va madaniy rivojlanishiga xizmat qiladigan, ularning kuchli jamiyat qurishda qanday o'rin tutishini ko'rsatadigan dastur sifatida o'z o'rnini mustahkamlamoqda (Kelajak ovozi).

3. "Start up club". Yosh tadbirkorlar va ularning start up loyihalari haqidagi teledastur. Mazkur ko'rsatuvda innovatsion g'oyalar, start up loyihalar yaratish bo'yicha maslahatlar beriladi. "Start up club" O'zbekistonda yosh tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash, ularning moliyaviy savodxonligini oshirish, innovatsion g'oyalarini targ'ib qilish va biznes yo'nalishidagi imkoniyatlarini rivojlantirish uchun tashkil etilgan. Ko'rsatuvning asosiy maqsadi yoshlarga biznes reja tuzish, g'oyalarni amalga oshirishda yordam berish va yangi texnologiyalardan foydalanish yo'llarini o'rgatishdan iborat. Teledastur har hafta yoshlarning yangi start up loyihalarini ko'rib chiqadi, ularning muvaffaqiyat qozonishiga yordam beradigan bilim va tajriba bilan o'rtoqlashadi. Ko'rsatuv yoshlar orasida keng ommalashgan bo'lib, ularning o'z g'oyalarini amalga oshirishga bo'lgan ishtiyoqini oshirishga xizmat qiladi (Start up club).

4. "Yoshlar press klubi" deb nomlangan loyiha yangi avlod vakillarining o'z fikrlarini erkin ifodalashlari uchun keng imkoniyat yaratadi. Ushbu loyiha turli sohalarda bilim va tajriba oshirishni targ'ib qiladi va yoshlarga dolzarb masalalarni muhokama qilish maydonini taqdim etadi. Bu platforma o'sib kelayotgan avlodning ijodiy va intellektual qobiliyatlarini namoyon qilishga, ijtimoiy, madaniy hamda ilmiy faoliyatlarini kengaytirishga xizmat qiladi. Shuningdek, ko'rsatuvda yangi yetakchilarni etishtirish, ularda media savodxonlikni shakllantirish va kommunikatsiya ko'nikmalarini rivojlantirish maqsad qilgan.

5. "Vatanparvar" loyihasi esa milliy qadriyatlar va an'analarga asoslangan holda yosh avlodni vatanparvarlik ruhida tarbiyalashga yo'naltirilgan. Dasturda harbiylar, tarixchilar va madaniyat namoyandalari ishtirok etib, o'z bilimlari va tajribalari bilan o'rtoqlashadilar.

6. "Menga pul kerak" loyihasi moliyaviy savodxonlikni oshirish va tadbirkorlik ko'nikmalarini rivojlantirishga qaratilgan. Unda ishtirokchilar o'z g'oyalari va bilimlarini sinovdan o'tkazish

orqali moliyaviy mukofot yutib olish imkoniga ega bo'ladilar. Ushbu loyiha yangi avlod vakillarini moliyaviy mas'uliyat, ijodiy fikrlash va biznesni boshlashga o'rgatadi. Ishtirokchilar turli vazifalarni bajarib, moliyaviy masalalar bo'yicha ekspertlar va taniqli tadbirkorlarning maslahatlaridan foydalanadilar.

7. "Yoshlar Food" deb nomlangan dastur esa oshpazlik va gastronomiya sohasiga qiziqqanlar uchun mo'ljallangan. U sog'lom ovqatlanishni targ'ib qilgan holda, milliy va xalqaro taomlar tayyorlash usullarini o'rgatadi. Har bir epizodda yangi retseptlar, foydali maslahatlar hamda oshpazlik bo'yicha mutaxassislar tajribasi taqdim etiladi. Mazkur ko'rsatuv nafaqat pazandachilikni rivojlantirish, balki milliy taomlarni yoshlar orasida ommalashtirish maqsadini ham ko'zlagan.

Bu kabi ko'rsatuvlar yangi avlodni bilim olish, o'z maqsadlariga erishish, muvaffaqiyat qozonish va faol hayot tarzini qo'llab-quvvatlashga qaratilgan. Biroq dasturlarda qator kamchiliklar ham mavjud bo'lib, bu nafaqat auditoriyaga, balki telekanal brendiga ham ta'sir qilmoqda. Ular quyidagicha:

1. Ko'rsatuvlarda olib chiqilgan mavzu ba'zan zamonaviy yoshlarning qiziqishlariga javob bermaydi. Ularda ertamiz egalari uchun motivatsion va innovatsion yangiliklar kam beriladi, kreativ yondashuvlar yetishmaydi.

2. Endi o'sib kelayotgan avlod vakillari bugungi kunda raqamli texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlardan faol foydalanishadi, ammo ko'rsatuvlar interaktivlikni qo'llashda sustlik qilmoqda. Yoshlar bilan jonli muloqot uyushtirish, ularning fikr-mulohazalarini to'g'ridan-to'g'ri ko'rsatish imkoniyatlari yetarli darajada emas.

3. Teleloyihalar ko'pincha nazariy tavsiyalar berishga moyil, amaliy ko'nikmalar yoki hayotda qo'llaniladigan amaliy maslahatlarga e'tibor kam. Bu kelajak egalarini amalda rivojlanishga undovchi tashabbuslarning samaradorligini pasaytiradi.

4. Dasturlar asosan madaniyat, sport yoki ijtimoiy mavzularga qaratilgan bo'lib, zamonaviy texnologiyalar, dasturlash va boshqa qiziqarli yo'nalishlarni qamrab olmaydi.

5. Ba'zi ko'rsatuvlarda tajribali mehmonlar, professional yetakchi va soha ekspertlari ishtirok etmaydi, bu esa ko'rsatuvni yanada samarali qilish imkoniyatini pasaytiradi.

#### **4. Xulosa va tavsiyalar**

Yoshlar mavzusiga oid teleko'rsatuvlar jamiyatning ijtimoiy, madaniy va axloqiy rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatadi. Ular jamiyatdagi o'zgarishlarni boshqarish va yoshlarning kelajagini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi, fuqarolarning ijtimoiy faolligini oshiradi va mamlakat taraqqiyotiga hissa

qo'shadi. Yoshlar uchun ko'rsatuvlar hayotiy bo'lishi, ularning ehtiyojlarini qondirishi va ijtimoiy masalalarda yo'l ko'rsatishi muhim, deb hisoblaymiz. Yoshlar ko'rsatuvlari nafaqat ko'ngilochar, balki tarbiyaviy, kreativ, motivatsion bo'lishi lozim. Ular yosh avlodga bilim, ilhom va ko'nikmalar beradigan vositaga aylansa, bu jamiyatimizni rivojlantirishga zamin yaratadi. Shuningdek, yoshlarga oid ko'rsatuvlar o'g'il-qizlarda ijodkorlikni rivojlantiribgina qolmay, ijtimoiy masalalar bo'yicha xabardorligini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Biroq ba'zi ko'rsatuvlar cheklangan mavzularni qamrab, kengroq auditoriyaga yetib borishida va samarali ta'sir ko'rsatishida muammolarga duch kelishi mumkin. Shu bois ko'rsatuvlar yanada ta'sirchan bo'lishi uchun tinimsiz izlanish talab etiladi.

O'zbekiston mediasida yoshlarga qaratilgan ko'rsatuvlar saviyasini oshirish uchun qator choralar ko'rish maqsadga muvofiq:

Birinchidan, zamonaviy mavzularni qamrab olish. Yoshlar uchun dolzarb bo'lgan mavzular, masalan, texnologiyalar, dasturlash, moliyaviy savodxonlik va start up loyihalar haqida ko'rsatuvlarni yanada jonlantirish. Bu orqali yoshlarning qiziqishini oshirish va bilim doirasini kengaytirish mumkin.

Ikkinchidan, interaktiv formatlarni joriy etish. Ko'rsatuvlarni interaktiv usulda tayyorlash, masalan, onlayn savol-javob, ijtimoiy tarmoqlarda fikr-mulohazalar va yosh tomoshabinlar bilan bevosita aloqa o'rnatish. Bu yoshlar bilan yaqinlikni ta'minlaydi.

Uchinchidan, amaliy ko'nikmalarga e'tibor qaratish. Yoshlar uchun amaliy maslahatlar va ko'nikmalar beruvchi ko'rsatuvlarni tashkil etish, masalan, biznesni boshlash, yangi g'oyalarni amalga oshirish va hayotiy tajribalar haqida.

To'rtinchidan, tajribali ekspertlar va mehmonlarni jalb qilish. Ko'rsatuvlarda soha mutaxassislari, tajribali tadbirkorlar, zamonamiz qahramonlari yoki yutuqlarga erishayotgan yoshlarni taklif qilish. Bu yoshlarni real hayotiy tajribalar bilan tanishtirish imkonini beradi.

Beshinchidan, kreativ yondashuvlar. Ko'rsatuvlarni o'ziga xos va ijodiy tarzda tayyorlash, innovatsion formatlar va ko'rgazmali materiallardan foydalanish.

Oltinchidan, yoshlar fikrini o'rganish. Muntazam ravishda ijtimoiy so'rovnomalar o'tkazish, yoshlarning fikrlari va takliflarini tinglash ko'rsatuvlarning saviyasini oshirishga yordam beradi.

Yettinchidan, rag'bat. Yoshlarni o'z g'oyalarni amalga oshirishga rag'batlantiruvchi musobaqalar va tanlovlar tashkil etish. Bunday chora-tadbirlar O'zbekiston mediasida yoshlar uchun foydali, qiziqarli va motivatsion kontent taqdim etish imkonini beradi.



## References

- Do'stmuhammad, X. (2013). Axborot mo'jiza, joziba, falsafa. Monografiya. Toshkent. Yangi asr avlodi. 50-51. URL: [https://kitobxon.com/oz/kitob/ahborot\\_\\_mojiza,\\_joziba,\\_falsafa](https://kitobxon.com/oz/kitob/ahborot__mojiza,_joziba,_falsafa) Date of application: 09.12.2024.
- Jafarova, Z. (2019). Mass-media va yoshlar: ijtimoiy roli. Toshkent. Ijtimoiy fikr. B.45.
- Jurnalistika. (2019). Audiovizual jurnalistika. J.6. Toshkent. O'zbekiston NMIU. 194.
- Karimov, I. (2008). Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch. Toshkent: Ma'naviyat. B. 56–57. URL: [https://namdu.uz/media/Books/pdf/2024/06/21/NamDU-ARM-7161-Yuksak\\_manaviyat\\_-\\_yengilmas\\_kuch..pdf](https://namdu.uz/media/Books/pdf/2024/06/21/NamDU-ARM-7161-Yuksak_manaviyat_-_yengilmas_kuch..pdf) (Date of application: 04.12.2024).
- Kelajak ovozi. (2022) URL: <https://youtu.be/51Yd6Qhio-Q?si=Q8a8traj-xKasijO> Date of application: 08.12.2024.
- Maxmudov, F. (2020). Yoshlar va jamiyatdagi o'zgarishlar. Toshkent. Fan va texnologiya. B. 15.
- Menga pul kerak. (2024). URL: <https://youtu.be/K-HC8MpAuSI?si=I7wF4JRMJMAltj-A> Date of application: 08.12.2024.
- Startup-club. (2018) URL: [https://youtu.be/MaMHO4Cd7Jg?si=3uZ\\_dhxQgZAUdRG](https://youtu.be/MaMHO4Cd7Jg?si=3uZ_dhxQgZAUdRG) Date of application: 08.12.2024.
- Zohidova, Y., Xonnayeva U. (2024). Bolalar uchun mo'ljallangan mediakontentlarning o'ziga xosligi. Markaziy Osiyoda media va kommunikatsiyalar xalqaro ilmiy jurnali. 4-son. 79-93. <https://doi.org/10.62499/ijmcc.vi4.44>
- Zaxidova, Y. (2023). Yoshlarning audiovizual jurnalistikaning yangi trendlaridan foydalanishi va mazkur jarayonning ta'limga ta'siri. «Audiovizual jurnalistika: global o'zgarishlar davrida» mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari. B. 50-54. URL: <https://doi.org/10.31219/osf.io/kr6hj>
- Zohidova, Y. (2022). TV va shaxs: teleyangiliklarda boshlovchining o'rni (ijtimoiy vaziyat, jurnalist pozitsiyasi va mahorat masalalari). Monografiya. Mumtoz so'z DUK. B. 25. Date of the application: 01.08.2024.
- O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. (2023). Toshkent: «Adolat» milliy huquqiy axborot markazi. B. 40. URL: <https://lex.uz/docs/-6445145> Date of application: 10.12.2024.
- O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyevning «Yoshlar siyosatini rivojlantirish to'g'risida»gi farmoni. (2017.) Toshkent: O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, №20. B. 115–118. URL: <https://lex.uz/ru/docs/-5234746> Date of the application: 01.12.2024.
- Vatanparvar. (2024). URL: <https://youtu.be/EBr0hv4-sf4?si=tkWBpX0Nd0lRe-> Date of application: 08.12.2024.
- Yosh kitobxon. (2024). URL: <https://youtu.be/7rRROMT5Yb8?si=29wUgnG3ZrgKZWt4> Date of application: 08.12.2024.
- Yoshlar press klubi. (2024). URL: <https://youtu.be/ZcHBI3sKm2Y?si=tZkd5DQr16KaLgaq> Date of application: 08.12.2024.
- Yoshlar food. (2024). URL: [https://youtu.be/3yCss\\_7nJco?si=5Zcub6nATLU7BJQG](https://youtu.be/3yCss_7nJco?si=5Zcub6nATLU7BJQG) Date of application: 08.12.2024.

Борецкий, Р. (2012). Отечественное телевидение: история для изучения// Вестн. Моск. ун-та. сер. 10. Журналистика. 2012. № 1. С. 152. URL: [https://www.journ.msu.ru/downloads/ARCHIVE\\_Vestnik/2012-1.pdf](https://www.journ.msu.ru/downloads/ARCHIVE_Vestnik/2012-1.pdf) Date of application: 10.12.2024.

Кернерман, М. (2019). Участие молодежи в создании концертно-зрелищных программ как фактор развития художественных умений и навыков. *Humanity space International almanac VOL.8, № 3*. С. 253-259.

Молодежное ток-шоу – встреча в новом формате. (2013) Библиотеки находки. С. 3-5.

Büyükbaykal, G. (2012). Televizyonun çocuklar üzerindeki etkileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Istanbul University Faculty of Communication Journal (28)*. <https://doi.org/10.17064/iüifhd.84032> Date of application: 04.12.2024.

Doğan, İ. (2021). Genç Yetişkinlerin Televizyondaki Dini Programlara Yönelik Tutumları ve Güven Düzeylerinin Belirlenmesi: Ampirik Bir Araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi, 8(1)*, 277-293. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.800096>. Date of application: 04.12.2024.

Katar, C., & Özcan Elçi, D. (2023). Gençlik Merkezlerine Yönelik Memnuniyet Algısı: Şırnak Gençlik Merkezi Örneği. *Artuklu İnsan Ve Toplum Bilim Dergisi, 8(1)*, 74-92. <https://doi.org/10.46628/itbhsj.1240637> Date of application: 04.12.2024.

Kandemir, C. (2010). Televizyon Yayınlarının Çocuklara Etkisi ve Medya Denetimi Kapsamında Simge - Sembol Uygulamaları, İstanbul: 72-81. URL: <https://nek.istanbul.edu.tr/ekos/TEZ/47343.pdf> Date of application: 10.12.2024.

Barwase, P., Bellman, S., Beal, V. (2019). Why Do People Watch So Much Television and Video? URL: [https://www.researchgate.net/publication/334017793\\_Why\\_Do\\_People\\_Watch\\_So\\_Much\\_Television\\_and\\_Video\\_Implications\\_for\\_the\\_Future\\_Of\\_Viewing\\_and\\_Advertising](https://www.researchgate.net/publication/334017793_Why_Do_People_Watch_So_Much_Television_and_Video_Implications_for_the_Future_Of_Viewing_and_Advertising) Date of the application: 01.08.2024.

Lee, P., Böhm, K., Westcott, K. (2021). Traditional TV wanes: Television is about to dip below half of all UK video viewing. URL: <https://www2.deloitte.com/xs/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions/2022/tv-viewership-decline.html> Date of the application: 31.07.2024.

Lillard, A., Peterson, J. (2011). The Immediate Impact of Different Types of Television on Young Children's Executive Function, *National Library of Medicine, 128(4):644–649*. doi: 10.1542/peds.2010-1919 Date of application: 06.12.2024.

Zakhidova, Y. (2021). The Anchor in the television system: the evolution of his activity and communication features. Report and opinion; 13(2). P. 58-71. <https://doi:10.7537/marsroj130421.08>. Date of application: 06.12.2024.

Zahidova, Y. (2020). The role of the TV anchor in the news program and the authority he has achieved during his career. *The American Journal of Social Science and Education Innovations, Volume 02 Issue 09*. 334-345. <https://doi.org/10.37547/tajssei/Volume02Issue09-52> Date of application:

06.12.2024).

Zohidova, Y. (2016). TV anchor – the pride of the nation. Report and Opinion, 8(7). 49–52. <https://doi:10.7537/marsroj080716.08>. Date of application: 06.12.2024.

Shivaansh, S., Soo, P. (2023). The Evolution and Extent of the Effect of Children’s TV Shows Upon Adolescents, Journal Student Research. P. 9-10. doi: <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v12i3.5059> Date of application: 08.12.2024.

**Mualliflar haqida:**

ZOHIDOVA Yulduz – O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti «Xalqaro va audiovizual jurnalistika» kafedrasini mudiri, filologiya fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dotsent, [yulduz.zohidova83@mail.ru](mailto:yulduz.zohidova83@mail.ru)  
HIKMATILLAEV Ma‘ruf – O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti Jurnalistika fakulteti 3-bosqich talabasi, [marufhikmatillayev5@gmail.com](mailto:marufhikmatillayev5@gmail.com)

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МОЛОДЕЖНЫХ ШОУ В СОВРЕМЕННОМ  
ОБЩЕСТВЕ

**Аннотация:** В процессе современной глобализации телепередачи, предназначенные для молодёжи, оказывают большое влияние на ее мировоззрение. Подобные программы играют важную роль не только в интеллектуальном, творческом и физическом развитии молодого поколения, но и в повышении его научного потенциала. В то же время, продвигая национальные ценности и цели, повышается активность молодежи в обществе. В частности, телевидение пытается предоставить молодым людям контент, который будет формировать их мировоззрение и увеличивать их потенциал, информируя их об актуальных темах, современных технологиях, научных новостях и различных культурах. Пример тому – телеканал «Yoshlar». Выходящие на телеканале передачи, охватывающие различные жанры и темы, способствуют развитию мышления молодежи. Поэтому очень важно проводить аналитические исследования содержания и воздействия таких телепередач. В статье говорится о социальных, культурных и психологических эффектах телепередач, о том, насколько они популярны среди молодежи и как вносят положительные изменения в жизнь молодого поколения.

**Ключевые слова:** молодежь, телепередача, телеканал, общественная активность, креативность, аналитический, интерактивный подход, профессиональный лидер.

**Об авторах:**

ЗАХИДОВА Юлдуз – кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой «Международная и аудиовизуальная журналистика» Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, доцент, [yulduz.zohidova83@mail.ru](mailto:yulduz.zohidova83@mail.ru)

HIKMATILLAEV Маъруф – студент 3-го курса факультета Журналистики Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, [marufhikmatillayev5@gmail.com](mailto:marufhikmatillayev5@gmail.com)



---

## THE ROLE AND IMPORTANCE OF YOUTH-RELATED TV PROGRAMS IN MODERN SOCIETY

**Abstract:** In the process of modern globalization, TV shows aimed at young people have a great influence on their worldview. Such programs play an important role not only in the intellectual, creative and physical development of the younger generation, but also in increasing their scientific potential. At the same time, promoting national values and goals, the activity of young people in society increases. In particular, television tries to provide young people with content that will shape their worldview and increase their potential, informing them about current topics, modern technologies, scientific news and various cultures. An example of this is the TV channel “Yoshlar”. The programmes broadcast on the channel, covering various genres and topics, contribute to the development of young people’s thinking. Therefore, it is very important to conduct analytical studies of the content and impact of such shows. The article discusses the social, cultural and psychological effects of TV programme, how popular they are among young people and how they bring positive changes to the lives of the younger generation.

**Keywords:** youth, TV programme, TV channel, social activity, creative, analytical, interactivity, professional leader.

### **About the Authors:**

ZOHIDOVA Yulduz – Doctor of Philosophy (PhD) in Philological Sciences, associate professor, head department of «International and Audiovisual Journalism» of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan, yulduz.zohidova83@mail.ru

HIKMATILLAYEV Maruf – 3rd year student of the Faculty of Journalism of the University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan, marufhikmatillayev5@gmail.com