

ИХТИСОСЛАШГАН ТЕЛЕКАНАЛ ИМКОНИАТЛАРИ ВА УНДАГИ ЖАНРЛАР РАНГ-БАРАНГЛИГИ

Маржона Шухратовна САГАТОВА

Магистрант

Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети
Тошкент, Ўзбекистон

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ВАРИАНТЫ ТЕЛЕКАНАЛА И РАЗНООБРАЗИЕ ЖАНРОВ В НЕМ

Маржона Шухратовна САГАТОВА

Магистрант

Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана
Ташкент, Узбекистан

SPECIALIZED VERSIONS OF THE TV CHANNEL AND A VARIETY OF GENRES IN IT

Marjona Shuxratovna SAGATOVA

Master's degree student

University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan
Tashkent, Uzbekistan marjonkina@gmail.com

УЎК (УДК, UDC): 654

**For citation (иктибос келтириш учун,
для цитирования):**

Сагатова.М.Ш. Ихтисослаштирилган телеканал имкониятлари ва ундаги жанрлар ранг-баранглиги //Ўзбекистонда хорижий тиллар. — 2020.— No 1(30). — Б. 245-257.

<https://doi.org/10.36078/1590065689>

Received: February 25, 2019

Accepted: April 10, 2020

Published: April 15, 2020

Copyright © 2020 by author(s) and Scientific Research Publishing Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Аннотация. “Маданият ва маърифат” телеканали орқали узатилаётган спектаклларни мавзу жиҳатидан таҳлил қилиш орқали, уларнинг эфир вариантыда режиссёр, тасвирчилар маҳорати масалаларини, театр муаммоларига бағишланган кўрсатувларни эса жанр жиҳатидан тизимлаштириш, уларни тайёрлашда муаллиф, ижодий гуруҳ аъзоларининг маҳоратини аниқлаш, шунингдек, Россиянинг “Культура” каналидаги мазкур мавзудаги кўрсатувлари билан қиёсий ўрганиш орқали ўзининг илмий хулосаларини чиқаришга ҳаракат қилмоқда. Бугунги кун талаби хусусан, ахборот глобаллашув асида аудиторияни жалб этиш муҳим аҳамиятга эга. Муаллиф ўзининг тадқиқий материалида телевиденияда ихтисослашган телеканалларнинг мавзу кўлами, жанр хусусиятини миллий ҳамда хорижий телеканаллар асосан юқорида таъкидланганидек, Россиянинг “Культура” канали мисолида қиёсий таҳлил асосида ўрганишга ҳаракат қилган. Шунингдек, АҚШ, Россия, Хитой, Буюк Британия, Франция, Германия, Япония сингари ривожланган давлатларининг ихтисослашган телеканалларида ушбу жараён ва ривожланиш босқичлари ҳақида ҳам тўхталиб ўтган. Айнан ахборотга бўлган талаб янги каналларнинг кўпайиши рақобатбардош телеканалларни ташкил этишга пайдо бўлган эҳтиёж хусусида ҳам тўхталиб ўтган. Маданий, маърифий ахборотларни узатишда журналистнинг маҳорати, ёритилаётган мавзу моҳиятини очишда нималарга эътибор бериш кераклигини тадқиқ этган. Хусусан, муаллифнинг “Бугунги ахборот бозорида телеканалда эфирларнинг ўрнини мустаҳкамлаш учун жанрлар имкониятларидан тўлақонли фойдаланилмоқда деб бўлмади. Бу

эса, журналистларнинг ўз устида тинимсиз изланиши, ахборотга янгича ёндашув ҳамда аудиториянинг эътиборини тортиш каби катор муҳим ва долзарб вазифаларни амалда ижобий ҳал этиш масаласига эътибор қаратишга ундаши лозим. Хорижий давлатлар тажрибасига таянган ҳолда, таҳлилий кўрсатувларнинг алоҳида сайтларини ташкил қилиш бу борада яна бир муҳим кадам бўлиши аниқ. Махсус веб-сайтларнинг ташкил қилиниши доимий мухлислар сонининг ортиб боришига, пировард натижада каналнинг умумий рейтингига ижобий таъсир ўтказишини ҳар бир мутахассис яхши англаши керак” каби шахсий мулоҳазаларидан унинг тадқиқот объектини пухта ўрганганини билиш мумкин.

Калит сўзлар: Телевидение; ихтисослашув; маданият; жанр; кўрсатув.

Аннотация. Автор стремится сформировать свои выводы путём анализа спектаклей, транслируемых на телеканале “Маданият ва Маърифат”, рассмотреть вопросы мастерства режиссерского и операторского подхода в трансляции постановок, систематизировать по жанровым признакам театральные передачи, посвященные проблемам в данной сфере; изучить мастерство творческой группы, а также сравнить и найти различия (сходства) телеканала “Маданият ва маърифат” с российским телеканалом “Культура”. На сегодняшний день в эпоху глобализации привлечение внимания аудитории является неотъемлемой задачей телепрограмм. Автор в своём критическом материале раскрыл возможности специализированных национальных и зарубежных телеканалов, а также их жанровые особенности на примере анализа российского телеканала “Культура”. Кроме того, автор упомянул процессы и этапы развития специализированных телеканалов в таких развитых государствах, как США, Россия, Китай, Великобритания, Франция, Германия, Япония. В связи с тем, что спрос на информацию является растущей потребностью, появление новых телеканалов приводит к созданию конкуренции между ними. Автор остановился и на мастерстве журналиста в освещении культурно-просветительских новостей, а также на аспектах подачи культурно-образовательной информации. В частности, автор в своей работе высказывает своё мнение о том, что сегодняшний информационный рынок не полностью использует жанровые возможности в усилении роли эфиров на телеканалах. Данный факт показывает, что журналист должен постоянно быть в поиске новых идей и информации, работать над методами подачи информации, а также не забывать о том, как привлечь внимание зрителя и удержать аудиторию у телеэкранов. Опираясь на опыт зарубежных стран, стоит обратить внимание на создание сайтов аналитических телепередач. Впоследствии создание специализированных веб-сайтов приведёт к увеличению аудитории, что непосредственно будет влиять в дальнейшем на общий рейтинг телеканала. Об этом должен помнить каждый специалист, работающий в системе телевидения.

Ключевые слова: телевидение; специализация; культура; жанр; передача.

Abstract. The author tries to form his scientific conclusions by analyzing the performances broadcast on the "Madaniyat va Ma'rifat" (Culture and Education) TV channel, to consider the issues of the director's and operator's skill in broadcasting productions, to systematize theatrical programs devoted to problems in this area by genre characteristics, to study the skill of the creative group and to

compare and find differences (similarities) between "Madaniyat va Ma'rifat" TV channel and the Russian TV channel "Kultura" (Culture) as well. Today, in the era of globalization, attracting the attention of the audience is an integral part. The author in his critical material revealed the possibilities of specialized national and foreign TV channels, as well as their genre features on the example and analysis of the Russian TV channel "Culture". In addition, the author mentioned the processes and stages of development of specialized TV channels in developed countries, such as the United States, Russia, China, Great Britain, France, Germany, and Japan. This fact that the demand for information is a growing need, the emergence of new TV channels leads to the creation of competition between them. The author also focused on the journalist's skill in covering cultural and educational news, as well as on the aspects of presenting cultural and educational information. In particular, the author of his work expresses his opinion that today's information market does not fully use genre opportunities to strengthen the role of airs on TV channels. This fact shows that a journalist must constantly be in search of new ideas and information, work on methods of presenting information, and not forget how to attract the attention of the viewer and keep the audience at the TV screens. Based on the experience of foreign countries, it is worth paying attention to the creation of sites for analytical TV shows. Later, the creation of specialized websites will lead to an increase in the audience, which will directly affect the overall rating of the channel in the future. Every specialist working in the television system should remember this. Summing up, we can say that the object of research was deeply researched by the author.

Keywords: TV; specialization; culture; genre; broadcast.

Кириш. Ҳозирги даврда телевидение юксак даражада ривож топди ва инсоният ҳаётидан мустақкам ўрин эгаллади. Шахсинг дунёқараши, маънавияти, қолаверса, тафаккурининг шаклланишида телевидиенининг таъсири жуда катта экани барчамизга аён ҳақиқат бўлиб қолди. Зеро қадим замонларда одамлар ойнаи жаҳон шаклида орзу қилган ва XX асрда реал воқеликка айланган телевидение бугунги кунда одамларга ахборот бериш, маънавият ва маърифат тарқатиш, шунингдек, маълум маънода вақтини мазмунли ўтказадиган воситага айланди. Шу маънода, телевидиенининг ихтиро этилишини инсоният тафаккури ва фан-техника тараққиёти эришган энг муҳим ютуқлардан бири сифатида эътироф этиш мумкин. Телевидение ихтиро этилиши билан матбуот таснифида жуда катта сифат ўзгариши, ҳақиқий инқилоб юз берди: кишилар ҳаёт воқеаларини бевосита кўра олиш имкониятига эга бўлдилар. Телевидение нафақат инсон онгига, балки унинг ҳистуйғусига ҳам фаол таъсир кўрсатадиган матбуот турига айланди. Чунончи, бугун кундалик ҳаётимизни телевидениесиз тасаввур этиб бўлмайди. Телевидение тарихига бироз тўхталиб ўтадиган бўлсак, дунёдаги илк оқ-қора тасвирли электрон телевидение тизими лойиҳаси ҳам 1925 йилда айнан Тошкент шаҳрида ишлаб чиқилган бўлиб, шу йили дунё микёсида муҳим аҳамиятга эга ушбу кашфиёт учун патент олинган. 1928 йилда телевизион тажриба қурилмасида ҳаракатланувчи оддий объектлар намойиш этилди. 1956 йилда эса Марказий Осиё минтақасида биринчилардан бўлиб Тошкентда оқ-қора тасвирли телевизион марказ ишга туширилди (2).

Биз кундалик янгиликлардан тортиб, турли мазмун ва мундарижадаги кизикарли кўрсатув, кино, театр, концерт

дастурларини телевидение орқали томоша қилар эканмиз, сайёрамизда яшаётган мутлоқ аксар аҳолининг турмуш тарзи, маданияти, дунёқараши ана шу ахборот воситаси орқали шаклланаётганига амин бўламиз.

XX асрнинг кейинги ўн йилликларида жаҳонда глобаллашув жараёни ижтимоий тараққиётнинг ажралмас қисмига айланди, турли техник-маданий янгиликлар натижасида кишилар дунёқараши ўзгарди, жаҳон цивилизацияси тарихи ахборотлашган даврга қадам қўйди. Натижада, ҳар бир мамлакатда ўз ахборот маконини яратиши заруратга айланди, етакчи давлатлар томонидан ахборот оқимини бошқаришга бўлган интилиш кучайди. Айниқса, кабелли антенналар орқали тарқатиладиган телеканаллар дастурлари у ёки бу давлатни ахборот сиёсатининг глобал тусга эга бўлишини таъминлай бошлади. Бу ҳолат АҚШ, Россия, Хитой, Буюк Британия, Франция, Германия, Япония сингари ривожланган давлатларда телевидениени ривожлантириш бўйича ўзаро рақобатни юзага келтирди. Бу рақобат, ўз навбатида, телеканалларнинг ихтисослашувини таъминлаш масаласини ҳам кун тартибига қўя бошлади. “Би-Би-Си”, “CNN”, “Ал-Жазира”, “Эн-Эйч-Кей” телеканаллари айнан шу ихтисослашгани туфайли ҳам бутун дунёда обрў қозонди. Мисол учун, жаҳоннинг етакчи телекомпанияларидан бири ҳисобланган “Ал-жазира” телеканали ахборот етказиш борасидаги ихтисослашуви билан ўз ўрнини топиб олган канал сифатида аудиторияга танилиб улгурган. Мазкур телеканал 24 соат давомида ўз дастурларини сунъий йўлдош орқали эфирга узатади. Бу телеканалнинг ютуғи сифатида шуни айтиш мумкинки, “Ал-жазира” ташкил топгандан буён мустақил равишда фаолият юритиб келади ва у ҳеч қачон мамлакатнинг Ахборот вазирлигига бўйсунмаган.

Ихтисослашган халқаро миқёсдаги телеканаллардан бири машҳур “CNN” бўлиб, ушбу телеканал ўз дастурларини эфирга узатмасдан илгари 7 жиҳатга алоҳида эътибор қаратиб, уларни анъана сифатида ишлаб чиқди: яхши суҳандон, телехизматнинг бошқалардан ажралиб туриши учун эмблема ва қизил рангдан фойдаланиш, мухбир ва суҳандон комбинацияси, логотип ва графикага эътибор, интершум, бой графика ҳамда улардан бири мусиқа эди. Телехизмат ўз лавҳалари, “шапка” ва “отбивка”лари учун махсус мусиқа танлаган ҳамда улардан унумли фойдаланган. Шу мусиқани эшитган захоти узокдаги томошабин ҳам канални таний бошлаган ва экран қаршисига шошилган. Демак, бу телеканал аудиторияни ўзига жалб қилишнинг ноодатий усулидан фойдаланган.

Оммавий ахборот воситалари ахборий борлиқнинг глобаллашуви шароитида табақаланиш ва ихтисослашишга интилади. Чунки, фақат шу йўл билан ўз ижтимоий ўрнига эга бўлиш, аҳолининг маълум қисмига мурожаат қилиш имконига эга бўлади. Натижада уларнинг томошабинларга таъсири юқори самара беради.

Россия оммавий ахборот воситаларига ҳам жаҳон журналистикасида давом этаётган тенденциялар тезкорлик билан кириб келди. Жумладан, бугунги кунда Россия телевидениесини “НТВ” каналисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Ушбу канал Россия журналистикасига янгича руҳ бахш этишда

улкан ишларни амалга оширди. “НТВ” телекомпанияси 1993 йилда ташкил топган бўлиб, федерал мақомга эга ягона Россия хусусий телеканали ҳисобланади. 1994 йил 17 январда “НТВ” яшил доира белгиси остида федерал каналда пайдо бўлди.

Ҳозирги кунда “НТВ” дастурлари 50 дан ортиб кетди. Кўрсатувларнинг мавзу кўлами шуни кўрсатмоқдаки, “НТВ” аудиторияси аста-секин маълум ижтимоий қатлам ва гуруҳларга бўлинаётгани сезилмоқда.

XXI асрда барча ривожланган мамлакатлар, шу жумладан, Ўзбекистон ҳам ўз телевидениесига эгадир. Мустақил Ўзбекистон Республикаси телевидениесининг ривожланиш босқичларини бирма бир таҳлил қилиб чиқамиз.

Биринчи босқич — 1991–1997 йиллар. Бу йилларда телевидениедаги кўрсатувларнинг мазмун-моҳияти тубдан янгиланди. Чунки, мустақилликка эришилгач, ўша вақтда энг асосий тарғибот воситаси бўлган телевидение дастурларини мутлақо янгилаш чоралари кўрилиши керак эди. Шу мақсадда 1992 йил 7 январда Ўзбекистон Республикаси телевидение ва радиоэшиттириш давлат комитети Ўзбекистон давлат телерадиоэшиттириш компаниясига айлантирилди. Республика миқёсида ўз дастурларини эфирга узатадиган “ЎзТВ-1” ва “ЎзТВ-2” телеканаллари фаолияти яхшиланди. Телеканаллар дастурларида фуқароларда мустақиллик тафаккурини шакллантириш билан бирга, миллий-маънавий ўзликни қайта тиклаш, бозор муносабатлари ва демократик ислохотлар жараёнини кенг ёритишга эътибор қаратилди. Шу билан бирга, “ЎзТВ-3” телеканалидан Россия Федерацияси, “ЎзТВ-4” телеканалидан Туркия жумҳурияти кўрсатувлари намойиш этилди. 1997 йилга келиб, республика бўйича узатиладиган 4та телеканалнинг узлуксиз ишлаши таъминланди. Худди шу даврда Андижон, Фарғона, Бухоро, Қашқадарё, Жиззах, Сирдарё вилоятларида маҳаллий телеканаллар ташкил этилди.

Иккинчи босқич — 1997–2005 йилларни ўз ичига олади. Ушбу босқич 1997 йил 7 майда Ўзбекистон давлат телерадиоэшиттириш компаниясининг Ўзбекистон телерадиокомпанияси сифатида ўзгартирилиши билан бошланди. Иккинчи босқичдаги энг муҳим янгилик телеканалларнинг ихтисослашуви бўлди. Яъни, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил 29 мартдаги “Ижтимоий-маънавий муҳитни янада соғломлаштириш, диний ақидапарастликнинг олдинчи олиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 130-сонли Қарори ҳамда Ўзбекистон телерадиокомпанияси раисининг 1998 йил 20 июлдаги 102-сонли буйруғи билан “ЎзТВ-4” “Yoshlar”, “ЎзТВ-2” “Toshkent”, “ЎзТВ-1” “O‘zbekiston”, “ЎзТВ-3” “Xalqaro” телеканал деб ўзгартирилди.

2003 йилда “Xalqaro” телеканал негизда спорт дастурларига ихтисослашган “Sport” телеканали ташкил этилди. Республиканинг барча ҳудудларида маҳаллий телеканалларнинг таркиб топиш жараёни тугалланди. Яъни, 2000 йилда Навоий вилоятида ҳам маҳаллий телеканал фаолияти йўлга қўйилди.

Учинчи босқич — 2005–2011 йиллар. Телеканаллар фаолиятини янги босқичга олиб чиқиш ва бу борада зарурий чора-тадбирларни кўриш мақсадида 2005 йил 8 ноябрда

Ўзбекистон телерадиокомпанияси Ўзбекистон миллий телерадиокомпаниясига айлантирилди. Бу даврда республика бўйича эфирга узатиладиган телерадиоканаллар — “O‘zbekiston teleradiokanali”, “Yoshlar teleradiokanali”, “Sport teleradiokanali”, “Toshkent teleradiokanali” давлат унитар корхоналари сифатида қайта ташкил этилди. Бу билан тузилмавий жиҳатдан телерадиоканалларнинг ҳажми катталашди, мустақил ҳолда ўзини-ўзи маблағ билан таъминлаш учун тўлиқ шароит яратилди, ҳар бир ихтисослашган телеканалнинг телемахсулотларни дубляж ва трансляция қилиш имконияти кенгайди, телестудиялар янгиланди. 2006 йилдан сўнг телеузатиш станциялари фаолиятининг яхшиланиши натижасида маҳаллий телеканалларнинг эфир ҳажми бир суткада 10 соатга етди. Ваҳоланки, 1990 йилларда бу миқдор 1-2 соатни ташкил этарди.

Тўртинчи босқич – 2011 йилдан кейинги йиллар. Мазкур босқич ихтисослашган рақамли телеканалларнинг ривожланиши ва ҳудудий телеканалларнинг рақамли форматга ўтиш даври ҳисобланади. 2011 йил 29 ноябрь куни МДХ давлатлари ичида биринчи бўлиб “UzHD” рақамли телеканал ер устки узатиш тизими орқали тарқатила бошланди. 2012 йил 30 июлда иккита янги рақамли канал – “Madaniyat va ma’rifat” ҳамда “Dunyo bo‘ylab” телеканаллари ташкил этилди. Шундан сўнг 2013–2014 йилларда “Bolajon”, “Kinoteatr”, “Mahalla”, “Navo”, “Diyor”, “Oilaviy”, 2017 йилда “O‘zbekiston 24”, 2018 йилда “O‘zbekiston tarixi” каби бир қатор ихтисослашган рақамли телеканаллар фаолияти йўлга қўйилди. Бу билан аҳолининг барча қатламлари учун ранг-баранг теледастурлар тайёрлаш имконияти янада кенгайди. Хусусан, “Oilaviy” телеканалда оилавий қадриятларга, “Dunyo bo‘ylab” телеканалда ҳайвонот ва ўсимликлар олами, туристик масканларга, “Mahalla” телеканалда маҳалла анъаналарига, “Kinoteatr” телеканалда кинофильмлар намойишига, “Bolajon” телеканалда болаларга мўлжалланган дастурларга эътибор қаратилди.

Дунё тарихи ва ҳозирги кунда бирон бир халқ ҳақида сўз борар экан, энг аввало ана ўша халқнинг ўзига хос жиҳатларини ифодаловчи маданияти борасида маълумотлар берилади. Бир сўз билан айтганда, бирон бир халқнинг маданияти ўзига хос хусусиятларини белгиловчи омил ҳисобланади ва ўз навбатида ҳар бир миллат ва элат жаҳонга ўзини танитишни ана шу ўзига хос бўлган маданиятини намойиш қилиш билан амалга оширади. Шу сабабдан ҳам мутахассислар маданият атамасига қуйидагича таъриф берганлар: Маданият – рамзлар, ишонч–эътиқодлар, қадриятлар, мезонлар, артефактлар йиғиндисидир. Маданиятда мазкур жамият, миллат, гуруҳларнинг характерли хусусиятлари ҳам ўз ифодасини топади. Жамият, миллат, гуруҳлар айнан ўз маданияти билан фарқланади. Халқ маданияти – унинг ҳаёт тарзи, кийимлари, яшаш маскани, ошхонаси, халқ оғзаки ижоди, диний тасаввурлари, ишонч–эътиқодлари ва бошқалардан иборатдир.

Айтиш лозим, бугунги кунда дунё миқёсида оммавий ахборот воситалари ахборот билан бир қаторда маданият масаласига ҳам катта эътибор қаратадилар. Бу бежиз эмас. Зеро, юқорида айтганимиздек, ҳар бир миллат ва элат жаҳонга ўзини

танитишни ана шу ўзига хос бўлган маданиятини намойиш қилиш билан амалга оширади. Шу билан бирга маданий ҳаётда кечаётган жараёнлар ҳамisha аудиторияни ўзига жалб қилиб келган. “Евроњьюс” телеканалда доимий равишда маданият янгиликларининг берилишини ҳам ана шу ҳолатлар билан изоҳлаш мумкин.

Қайд этиш лозим, ХХ асрнинг охириги ўн йилликларида дунё миқёсида айнан маданиятга ихтисослашган каналлар ҳам пайдо бўла бошлади. Масалан, 1997 йил 25 августда Россия Федерациясининг ўша пайтдаги Президенти Борис Елцин томонидан имзоланган “Култура каналини ташкил этиш тўғрисида”ги қароридан сўнг Россияда маданият йўналишидаги телеканал фаолияти йўлга қўйилди. Унинг яратилишига Мстислав Ростропович, Дмитрий Лихачев ёрдам беришган. Каналнинг биринчи бош муҳаррири Михаил Швйдкой эди. Маданиятнинг барча кўринишлари ва жиҳатлари бўйича телеканал эфирда томошабинларга маданий ва ижтимоий ҳаётнинг турли соҳаларига: мусиқа, расм, театр, адабиёт, кино, дин, фан, таълим ва бошқа кўплаб мавзуларга бағишланган кўрсатувларни намойиш этади. Ушбу канал маданият ва фаннинг турли соҳаларидаги энг яхши мутахассислар томонидан яратилган кўплаб ўз дастурлари ва цикллари ишлаб чиқаради. Канал Россия ва жаҳон тарихи, фан, адабиёт, мусиқа, тасвирий ва декоратив санъат, архитектура ва шунга ўхшаш мавзуларда кўрсатувларга ихтисослашган.

Канал дастурларини кузатар эканмиз, уларда маданий янгиликлар, таниқли ва қизиқарли одамлар билан учрашувлар, ҳужжатли сериаллар, етакчи маҳаллий ва хорижий олимларнинг маърузалари, жамиятнинг турли соҳаларига бағишланган мунозарали кўрсатувлар ўрин олганига гувоҳ бўламиз. Канал ажойиб ва истеъдодли инсонлар — рассомлар, ёзувчилар, рассомлар, олимлар, сиёсатчилар ва ҳаттоки ҳарбийлар ҳаётини намойиш этади. Канал дастурида классик ва жаз мусикалари, опералар, балетлар ва мусиқа танловларининг трансляциялари катта ўрин эгаллайди. Юқори даражадаги бадиий, турли услуб ва йўналишдаги кўплаб фильмлар ҳам намойиш қилинади.

Ушбу канал фаолиятининг ўзига хос жиҳатларидан бири шуки, унда тижорат рекламалари эфирга берилмайди, лекин маданий тадбирларни ва ўз кўрсатувларини фаол равишда трансляция қилади. Бу Россиядаги туну кун эфирга узатилмайдиган ягона мажбурий жамоат телеканали демакдир.

Телевидениенинг ихтисослашув масаласини ўрганар эканмиз, бугунги кун ракурси билан қараганда, унинг амалга ошириши лозим бўлган ишлари билан бажараётган вазифаларини муқояса қилишни тақозо этади. Буни тадқиқот объектими бўлган “Madaniyat va ma’rifat” телеканали мисолида ҳам кўришимиз мумкин. Айтиш лозим, телеканал ўз мазмун-моҳиятига кўра, маданий-маърифий мавзуларни ёритиш функциясини бажариб келмоқда. Шу ўринда тўла тасаввур ҳосил бўлиши учун телеканал фаолиятига доир қуйидаги маълумотларни келтириб ўтиш ўринлидир.

“Madaniyat va ma’rifat” телеканали Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 30 июлдаги

«Ўзбекистон миллий телерадиокомпаниясининг рақамли телеканаллари сонини ошириш, улардан тўлиқ форматда фойдаланиш, сифатли бойитиш ва хизмат кўрсатиш тўғрисида»ги қарори (4) асосида ташкил этилган. 2013 йил 1 январ кунидан ўз дастурларини эфирга узата бошлаган. Телеканалнинг мақсади ва асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

— халқаро информацион майдонда рақобатлашадиган рақамли форматдаги миллий телефильмлар, дастур ва сериаллар, юқори идеологик даражадаги миллий-бадий телемаҳсулотлар ишлаб чиқариш;

— замонавий информацион-компьютерли ва мультимедиали телемаҳсулотлар ишлаб чиқаришни жорий қилиш, юқори сифатли теледастурлар ва телесериаллар билан таъминлаш ҳамда лентасиз, конвеер технологияли телемаҳсулотлар ишлаб чиқаришда бутун жаҳон рақамли радиоэшиттириш стандарти билан мос келиш, илғор етакчи чет эл телекомпанияларнинг тажрибасидан ўз фаолияти даврида кенг миқёсда фойдаланиш;

— фильм ва сериалларни эфирга тайёрлаш, ток-шоу жанридаги цикли телекўрсатувларни, концертлар ва бошқа дастурларни ёзишда технологик, хизмат кўрсатиш ва бошқа хизматларни шартнома асосида ташкиллаштириш;

— харид қилинган комплексли замонавий мультимедиали технологик ускуналардан самарали фойдаланишни, техник хизмат кўрсатишни ўз вақтида ва сифатли таъминлаш, бундан ташқари, ускуналарни замонавийлаштириш чоратадбирларини амалга ошириш, келгусида медиамарказнинг моддий-техника базасини янгилаш ва техник мустаҳкамлигини амалга ошириш (4)».

Эфир соати: 24 соат.

Эфир қамрови: Рақамли телевизион сигналларни қабул қилиш имконияти.

Айни пайтда телеканал таркибида “Маданий-бадий дастурлар”, “Маънавий-тарбиявий дастурлар”, “Илмий-маърифий дастурлар”, “Кино-видео ва тезкор монтаж” тахририятлари фаолият юритиб келмоқда.

Тадқиқотимиз объекти бўлган телеканалнинг фаолият юритаётганига 7 йил бўлди. Шу нуқтаи назардан қараганда, телеканал дастурларининг ривожланиш жаарёнларини, жанр-услубий шаклларининг эволюциясини ва айни пайтда истеъдодли ижодкорларнинг маҳоратини ўрганиш муҳим аҳамиятга эга.

Мутахассисларнинг қайд этишича, кўрсатувлар муваффақиятини таъминлашда тележурналистика жанрлари имкониятларидан тўғри фойдаланиш лозим. Масалан, шундай мавзулар борки, уни давра суҳбати жанрида ташкил этиш ноўрин ва аксинча айрим мавзуларни фақат давра суҳбати жанрида олиб бориш муваффақият келтиради. Шу сабабдан тележурналистдан тележурналистика жанрлари имкониятларидан самарали фойдаланиш талаб этилади.

Бундан ташқари, тележурналист томонидан ишлаб чиқилган маҳсулотни таҳлил этишда мутахассислар Ф.Рўзиев ва Х.Жўраева қуйидаги мезонларни қўядилар:

- ғоявий-бадий савияси;

- юксак профессионал даражаси;
- мазмунан бойлиги ва салмоғи;
- техник жиҳатдан сифатлилик даражаси;
- замонавий техника ва технологиялар самарасини мужассам этганлиги;
- дунё тележурналистикасининг энг илғор усуллари ва ютуқларини муваффақиятли акс эттирганлиги;
- жозибadorлиги ва телетомошабинни жалб эта олиш хусусиятлари;
- ёшлар учун тарбиявий аҳамияти;
- замон билан ҳамнафаслиги (3).

Маълумки, телевидение пайдо бўлиши билан тележурналистика ҳам пайдо бўлди. Мутахассисларнинг фикрига кўра, тележурналистика — журналистика қонун-қоидалари билан телевидение хусусиятларининг бирлашмаси саналиб, тележурналистика жанрлари ҳам матбуот жанрлари билан телевидение хусусиятларининг қўшилишидан келиб чиқади. Матбуотнинг, яъни, публицистиканинг учта, яъни инфор­мацион, таҳлилий ва бадий-публицистик турларига хос бўлган деярли барча жанрлари телевидениеда ҳам кенг қўлланилади. Булар телевидение хусусиятлари кўшил­гач, телеинформация, телерепортаж, телелавҳа, телесуҳбат (телеинтервью,) телешарҳ, телеочерк, телефельетон ва бошқаларга айланади. Маълум мавзуга бағишланган кўрсатувлар йиғиндиси тележурнал деб номланади. Бу — тележурналистика имкониятларининг кенглигидан далолат беради.

Бадий адабиёт сингари тележурналистика ҳам турли жанрларга эгадир. Маълумки, жанр — шакл ва мазмун жиҳатидан ўзига хос белгиларга эга бўлган тур ҳисобланади. Тележурналистика жанрлари шакл ва мазмун жиҳатдан ўзига хос хусусиятларга эга бўлиб, улар ҳам худди адабиёт ва санъатдаги жанрлар сингари бир-биридан фарқланади.

Айтиш жоиз, “Madaniyat va ma’rifat” телеканалида эфирга узатилаётган кўрсатувларда мазкур жанрлардан имкон даражасида самарали фойдаланилмоқда. Жумладан, “Мезон” кўрсатуви ўз номи ва моҳиятига кўра таҳлилий жанрда тайёрланиб, унда кўтарилган мавзу телешарҳ тарзида томошабинлар эътиборига ҳавола этилмоқда. Ўзбекистон миллий университети катта ўқитувчиси Феруза Абдусагатова таъкидлаганидек, жанрларнинг орасида телешарҳнинг алоҳида ўрни бор. Бу жанр ўзининг кенг қамровлиги, мазмун ва моҳияти билан бошқа жанрлардан фарқ қилади. Айни вақтларда бу жанр телевидение орқали янада такомиллашиб, таъсирчан ва мазмунли тарзда ифода этилмоқда. Турли теледастурлар орқали берилаётган ҳар хил кўринишдаги шарҳлар муҳим аҳамият касб этмоқда. Буларни журналистлар томонидан тайёрланаётган алоҳида кўрсатувлар, шунингдек, маълум кўрсатувлар таркибидаги шарҳлар мисолида ҳам кўриш мумкин (1).

Тележурналистикада телесуҳбат анча кенг тарқалган жанрлардан бири ҳисобланади. Бу жанр имкониятларидан “Madaniyat va ma’rifat” телеканалида ҳам тобора кенг фойдаланилмоқда. Хусусан, “Қонунчиликдаги янгиликлар” кўрсатуви тўлиқ ана шу жанр имкониятларига таянилган ҳолда

эфирга узатилмоқда. Ушбу кўрсатув одатда интервью асосида, яъни студияга тегишли мутасаддилар жалб этилиб, кўрсатув савол-жавоб тарзида олиб бориляпти.

“Қонунчиликдаги янгиликлар” кўрсатувидаги аудитория билан ишлаш ҳолатлари халқаро тажрибалардан келиб чиққан ҳолда таҳлилга тортилса кўпгина мулоҳазалар пайдо бўлади. Бунинг куйидаги асосий муаммоли жиҳатлари мавжуд:

- Кўрсатувга таклиф этилаётган шахсларнинг мавзу юзасидан фикрлари кўпчиликнинг эътиборини тортиш даражасида эмас.

- Кўрсатув иштирокчилари билан ишлашда маҳорат етишмайди. Хусусан, табиий шиддат, ҳис-ҳаяжонлар намоишида табиийликнинг етишмаслиги.

- Кўрсатув аудиториясини тайёрлаш борасида қўшимча имкониятларни ишга солиш, жумладан, унда қатнашувчилар учун мавзу бўйича аниқ йўналишни белгилаб бериш, иложи борича олдиндан олиб чиқиладиган фикрни бир-икки бор апробация қилиш талаб этилади.

- Бугунги кунда аудитория иштирокидаги бевосита телекўрсатувлар етарли эмас. Муаммоли масалаларни ўртага ташлаган ҳолда, бевосита мулоқот тарзидаги кўрсатувларни тайёрлаш кенг омма эътиборини тартади.

- Ушбу кўрсатув телеканал фаолият йўналишига унчалик ҳам тўғри келмайди. Тўғри, кўрсатувни “аҳолининг ҳуқуқий маданиятини ошириш ва юксалтириш” деган нуқтаи назардан оқлаш мумкиндир, лекин барибир ҳам моҳият эътиборига кўра, содда қилиб айтганда, телеканал форматида мос эмас.

Демак, ҳар қандай жиддий ишланган кўрсатув бирон бир телетомошабинни эътиборсиз қолдирмайди. Айни бу борада телеканалда кейинги йилларда эфирга узатиладиган “Мен билган ҳақиқатлар”, “Уйга қайтиб”, “Мактуб”, “Образ шоу” кўрсатувларини мисол қилиб келтириш мумкин.

Телевидениенинг табиати, унинг спецификасидан тўғри ва моҳирона фойдаланган ҳолда, инсоннинг теран ақли, унинг ички дунёсини бойитадиган кўрсатувлар яратиш мумкинлигини айниқса, “Мен билган ҳақиқатлар”, “Мактуб” кўрсатуви ижодкорлари амалда кўрсатиб берди, десак, фикримизча, хато бўлмайди.

“Мен билган ҳақиқатлар” кўрсатуви юқорида таъкидлаб ўтилган “Madaniyat va ma'rifat” телеканалининг бош мақсадларига тўғри келувчи теледастурлардан биридир. Ушбу кўрсатув мана бир неча йилдан буён муваффақият билан тайёрланиб, телетомошабин эътиборига ҳавола қилинмоқда. Таниқли тележурналист Гулмира Мусажонова муаллифлигида тайёрланувчи бу кўрсатув асосан телесуҳбат жанрида тайёрланади. Кўрсатув ижодкорлари ҳар бир сонда аудитория эҳтиёжларини ҳисобга олган ҳолда фаолият юритадилар. Бу эса кутилган натижани беради. Кўрсатувнинг умумий таҳлилидан кўра хусусий таҳлили (кўрсатувнинг бирор сони таҳлили) муҳим аҳамият касб этади. Жумладан, таниқли ижодкор ва журналист, “Жаҳон адабиёти” журнали бош муҳаррири Аҳмаджон Мелибоев иштирок этган кўрсатув сонини олайлик. Кўрсатув борасидаги фикрларимизни икки блокка ажратамиз: биринчи блок – кўрсатувнинг тасвири; иккинчи блок – кўрсатув мазмуни.

Биринчи блок ҳақида қуйидагиларни ижобий нукта сифатида таъкидлаш жоиз:

- режиссёр ва тасвирчи (оператор)нинг кенг ракурсли маҳорати сезилади;
- тасвир ва ракурсларда ортиқча унсурлар йўқ.

Энди бевосита кўрсатув мазмунига қайтадиган бўлсак, телесуҳбатда бирданига уч асосий ғоя кўтарилганини кўришимиз мумкин: шахс камолоти; истеъдод ва меҳнат уйғунлиги; инсоннинг ўзидан яхши из қолдириши. Кўрсатув ижодкорлари бу ғояларни юқори савияда намойиш эта билганлари уларнинг ютуқли томони ҳисобланади. Шу сабабдан ҳам бу каби маърифий аҳамиятга эга бўлган кўрсатувлар юртдошларимиз, айниқса, ёшлар онгида маънавий иммунитетни ҳосил қилувчи омил сифатида хизмат қилиши табиий.

Кўрсатувнинг ютуқли томонлари билан бир қаторда айрим камчиликларни ҳам таъкидлаб ўтиш лозим. Биринчидан, кўрсатув бир маромда ишланган. Яъни унда кучли эмоционал ҳолатларни, ё бўлмаса бир зум эътибор қилган киши давомини кўришга иштиёқ туғдирувчи омиллар етишмайди. Бу эса, ижодкорларнинг кенг телетомошабин аудиториясини қамраб олиш имкониятларини чеклайди. Кўрсатувни айтиш маданият ва санъат, санъат соҳасига қизиқувчи кишилар эътибор билан кўришлари мумкин. Кўрсатувдаги тор мутахассислик даражаси кенг томошабин жамоасини қамраб олинишига монелик қилади.

“Мактуб” кўрсатуви ҳам кейинги йилларда экран юзини кўрган ва кўпчилик эътиборига тушган бўлса-да айтиш пайтда намойиш этилмаётган кўрсатув саналади. Дунёга машҳур адабиёт ва санъат намоёндалари, шунингдек, халқимизнинг унутилмас сиймолари ҳақида уларнинг ёзишма мактублари орқали томошабинларга кенг маълумот етказган ушбу кўрсатув моҳиятига кўра бадиий-тарихий жанрда эфирга узатилади. “Мактуб”да шунингдек, портрет жанри ҳам етакчилик қилишини сезиш мумкин. Чунки унда мактублар орқали қаҳрамон қилиб танланган ижодкорнинг шахс сифатидаги қиёфаси ҳам маҳорат билан очиқ берилар эди.

“Партер” — телеканалдаги театр ҳаётини ёритувчи ягона кўрсатув. Агар ушбу кўрсатувни диққат билан қузатсак, унда жанр нуктаи назаридан аниқ бир жиҳатни кўрмаймиз. Чунки кўрсатувда юртимиз театрларида кечаётган жараёнлар билан боғлиқ ҳолда информацион руҳ етакчилик қилади, лекин тезкорлик ва даврийлик эътиборидан олиб кўрадиган бўлсак, берилаётган маълумотлар аллақачон эскирган бўлади. Дейлик, кўрсатувнинг 2019 йил 16 декабрь куни эфирга узатилган дастурида Ўзбекистон давлат драма театрида сахналаштирилган “Тўмарис” спектакли ҳақида маълумот берилди. Аслини олганда ушбу спектакл премьераси бундан салкам ўн кунлар олдин бўлиб ўтган ва “Маданият янгиликлари” дастурида ёритилган эди. Орадан ўтган маълум вақт бу янгиликнинг эскиришига олиб келиб, томошабинни зериктириши ва ҳаттоки ҳафсаласини пир қилишиши мумкин.

Қолаверса, кўрсатувда муаллиф спектакллар ҳақида ўзининг мустақил фикрларини ҳам хулоса сифатида беришга ҳаракат қилар экан, аниқ бир тўхташга келмасдан

мулоҳазаларини айтиб кетади. Фикримизча, ушбу кўрсатувни ё тўлиқ ҳолда информацион тарзда, ёки бўлмаса таҳлилий ҳолда эфирга узатиш мақсадга мувофиқ бўлар эди. Жанр имкониятларидан фойдаланиш масаласига тўхталар эканмиз, кейинги йилларда миллий телеканалларда очерк, фелъетон, памфлет жанрлари камайиб кетди. Тўғри, бу жанрлар журналистдан юксак дид ва тажриба ҳамда маҳоратни талаб этади. Танқидий мавзулардан одатда кўпчилик ўзини тортади. Лекин, танқидий жанрлар ҳаётдаги камчиликларни камайтириш учун омил вазифасини бажаришини унутмаслик лозим.

Энди бевосита таҳлилий кўрсатувларни ёритишда юқоридаги жанрлар имкониятларидан фойдаланиш қандай эканлигининг амалий жиҳатларини тадқиқ этар эканмиз, ахборот қиймати ортиб бораётгани билан аудиториянинг ахборотга бўлган талабини ортида қолдириб кетолмаётганлигини таъкидлаш жоиз. Бугунги ахборот бозорида телеканалда эфирларнинг ўрнини мустаҳкамлаш учун жанрлар имкониятларидан тўлақонли фойдаланилмоқда деб бўлмайди. Бу эса, журналистларнинг ўз устида тинимсиз изланиши, ахборотга янгича ёндашув ҳамда аудиториянинг эътиборини тортиш каби қатор муҳим ва долзарб вазифаларни амалда ижобий ҳал этиш масаласига эътибор қаратишга ундаши лозим. Хорижий давлатлар тажрибасига таянган ҳолда, таҳлилий кўрсатувларнинг алоҳида сайтларини ташкил қилиш бу борада яна бир муҳим қадам бўлиши аниқ. Махсус веб-сайтларнинг ташкил қилиниши доимий мухлислар сонининг ортиб боришига, пировард натижада каналнинг умумий рейтингига ижобий таъсир ўтказишини ҳар бир мутахассис яхши англаши керак.

Юртимиз оммавий ахборот воситаларининг жаҳон медиа маконидаги ўзига хос ўрни аллақачон шаклланган ва у бугунги кунда замонавий ахборот коммуникация технологиялари ёрдамида тобора кенгайиб бормоқда. Аммо бу борада ҳал қилиниши керак бўлган ишлар талайгина. Айниқса, кўрсатувларда интерактив усул ва бошқа ёндошувларни жонлантirmай туриб телевидениенинг ўзига хос таъсир доирасини ривожлантириш мумкин эмас.

Хулоса сифатида шуни айтишимиз мумкинки, миллий тележурналистикамиз, жумладан, “Madaniyat va ma’rifat” телеканалини жаҳот тажрибаси асосида такомиллаштириш ҳамда жанрлар ранг-баранглигини таъминлаш лозим. Аудитория эҳтиёжларининг қондирилиши 80–90 фоизни ташкил этмас экан, бу борадаги ишлар талаб даражасида эмаслиги аён бўлиб бораверади. Шу сабабдан ҳам телеканал ижодкорларидан янада мукамалроқ меҳнат асосидаги маҳсулотлар, интерактив услубдаги кўрсатувлар, янгича ижодий ёндошувлар кутиб қолинади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ҳамдамов Ю., Аудиовизуал журналистиканинг долзарб муаммолари (Илмий мақолалар тўплами). — Тошкент: ЎЗМУ, 2008. – Б 29–34.
2. Рўзиев Ф., Жўраева Х. Тележурналистга тавсиялар. — Тошкент: Шарқ, 2013. —176 б.

3. <https://lex.uz/docs/2153919?ONDATE=15.04.2013%2000>
4. <http://uza.uz/uz/tech/ozbekiston-televideniyesi-kecha-bugun-va-ertangi-kun-20.08.2013-28364>

References

1. Hamdamov Y. *Audiovizual zhurnalistikaning dolzarb muammolari* (Actual problems of audiovisual journalism), Uzbekistan milliy universiteti, Tashkent, 2008, pp. 29-34.
2. Ruziev F., Juraeva H. *Telejurnalistga tavsiyalar* (Recommendations to the TV presenter), Tashkent: Sharq, 2013, 176 p.
3. <https://lex.uz/docs/2153919?ONDATE=15.04.2013%2000>
<http://uza.uz/uz/tech/ozbekiston-televideniyesi-kecha-bugun-va-ertangi-kun-20.08.2013-28364>