

TELEVISION SHOU JANRINING O'ZIGA XOSLIGI

G'afurova Mohichehra
O'zbekiston jurnalistika va ommaviy
kommunikatsiyalar universiteti magistranti

Annostasiya: Maqolada telehou janrining o'ziga xos xususiyatlari, AQSH televideniyesidagi eng mashhur bo'lgan tok shou va reality shoularning kelib chiqish tarixi, rivojlanishi va mashhur jurnalistlar haqida ma'lumot berilgan.

Kalit so'zlar: Reality shou, tok shou, Oprah Uinfri, Jonni Karson, Jerri Springer

Televizion shou nima ekanligini tushunish uchun televizor uchun ishlab chiqarilgan boshqa dasturlardan aniq farqlarni ko'rish uchun ushbu TV-shou formatining xususiyatlarini aniqlash kerak.

Boshqa dasturlardan (intervyu, munozaralar va hk) jalb qilingan usullarni birlashtirgan holda, e'tiborni qaratish masalasini emotsional tahlil qilishda hakamlilik sudining asosiy rolini o'ynaydigan vositachiga qaratiladi.

Muammoga yaqin sohalarda taniqli mehmonlar yoki taniqli mutaxassislar borligi, ular o'zlarining shaxsiy fikrlarini bildirgan holda muloqotda faol ishtirok etadilar.

Tomoshabinlardan iborat studiyada jamoatchilikning mavjudligi, ular gapirish imkoniyatiga ega bo'lishi mumkinligi.

So'nggi paytlarda interfaol funktsiyalar ko'pincha studiyadan tashqaridagi odamlarni turli xil aloqa vositalari (telefon, video) orqali muloqotga jalb qilishdan foydalaniladi. Mavzu bo'yicha yozilgan sujetdan foydalanish mumkin.

Suhbatning qizg'inligi yoki savolni muhokama qilish uchun qat'iylik mavjudligi. Maqsadli auditoriyani qiziqtiradigan, ommaviy tomoshabinlarga va dasturni tomosha qilish jarayonida qatnashadigan mavzularga egaligi

Ko'rsatuv chastotasining 1-2 soat davomiyligi. Internet texnologiyalari va axborot oqimi asrida ko'plab odamlar har kungi murakkab turli xil muammolarga duch kelib, muammolardan chalg'ish uchun imkoniyat qidirmoqdalar. Muhokama qanday rivojlanayotganini va tok-shouda bo'lib o'tadigan muloqotda hissiy jihatdan ishtirok etib, efir paytida inson o'z muammolaridan chalg'iydi. Boshqa odamlarning hikoyalarini ko'rganda, eshitganda, siyosiy munozaralarni ko'rib chiqayotganda, ommaviy auditoriyaga uning muammolari efrida uzatilganidek murakkab va hal etib bo'lmasligi mumkindek tuyuladi. Axborotni hissiy idrok etish tomoshabinga o'zini tok-shou ishtirokchisi sifatida ko'rish imkoniyatini beradi.

Tok-shoular tomoshabinlarga qanday ta'sir qiladi? Albatta, tok-shoular nima ekanligini aniq belgilash uchun tomoshabinlarni boshqarish usullarini tushunish kerak. Keng tarqalgan uchta usuldan biri:

Bosqinchilik. Ma'lumot tomoshabinga tushganda, u bunga tayyor yoki tayyor emasligidan qat'iy nazar.

Ketish. Taqdimotchi va tomoshabinlar bir-birlaridan ma'lum darajada uzoqlashganda.

O'zini oshkor qilish. Yetakchi o'zining monologini ochib berish bilan suhbatni olib borganda, tinglovchilar o'zlarining his-tuyg'ulariga suyanmay, o'z fikrlari orqasida yurganday, ularni chetga surib qo'yadilar.

Teleshouda jurnalistik va sahna texnikasi namoyish etiladi. Televizion dasturlarning ushbu janrini o'rganadigan ba'zi mutaxassislar hazilning mavjudligini zaruriy shart deb hisoblashadi. Muayyan rolni bajaradigan har bir ishtirokchi (mehmonlar, tomoshabinlar) o'zlariga va ularning muammolariga kulishlari kerak. Bu dasturga nafaqat rang beradi, balki atmosferani ham yengillashtiradi. Shunday qilib, umumlashtirilgan ma'noda, tok-shou har

qanday "so'zma-so'z" translyatsiya hisoblanadi. Uni ko'plab mehmonlar va tomoshabinlar bo'lgan studiyada suratga olish mumkin yoki faqat davra suhbatini bilan suhbatlashish, uy egasi (jurnalist) va suhbatdosh (musiqachi, aktyor, sportchi, oddiy fuqaro va boshqalar) bilan oddiy suhbatlashish bilan cheklanishi ham mumkin.

Odatda markaziy kanallarda namoyish etiladigan bunday televizion dasturlarda, taqdimotchi (lar) dan tashqari, bir nechta odamlar qatnashadilar. Har bir yangi nashr muharrirlar tomonidan ishlab chiqilgan alohida mavzuga bag'ishlangan. Dasturning barcha mehmonlari munozarani olib boradi, u ko'pincha munozaraga aylanadi. Studiyadagi odamlar shunchaki taklif qilinmaydi, ekspertlar muommoni hal qilishga urunishadi, befarq tomoshabinlar ba'zida ularga o'z fikrlarini bildirishlari yoki qiziqtirgan savollarini berishlari mumkin. Agar inglizcha nutqdan ("tok") so'zma-so'z belgilanishga murojaat qilsak, "gapirish" deb tarjima qilinadi. Demak, tok-shouning asosiy idroki ular "suhbatlashadigan" shou hisoblanadi.

Mutaxassislarning fikriga ko'ra, tok-shoularni uchburchak shaklida namoyish etish mumkin. Uning asosiy cho'qqisi har doim etakchi ya'ni boshlovchi hisoblanadi. Uning ishtirokisiz, dastur uyg'unlikka erishish qiyin bo'lgan mehmonlar yig'ilishiga aylanadi. Odatda, munozara ishtirokchilari nihoyatda hissiy, ayniqsa mavzu jiddiy yoki dramatik bo'lsa o'zaro kelishmovchiliklar, ziddiyatlar paydo bo'lishi mumkin. Ko'pincha ular o'zaro janjallarga aylanishi ham mumkin. Shunday vaziyatlar ro'y bermasligi uchun ham boshlovchi davrani nazorat qilishga harakat qiladi. Va bunday hollarda parda ortida soqchilar navbatchilik qilishadi. Boshlovchi studiyada tartibni saqlash, shouda ekspertlarga, tomoshabinlarga so'z berish va ba'zida kerakli, shu jumladan majburiy muhitni yaratishga mas'uldir.

Tok-shoular nafaqat televizion xarakterga ega, bu yerda asosiy shart translyatsiya orqali sodir bo'layotgan voqealarni kuzatish qobiliyatidir. Bunday dasturlar eng keng tarqalgan janrlar orasida yetakchi o'rinni egallaydi. "Ko'rish" imkoniyati bo'lmaganlar uchun radioda tok-shoular o'tkaziladi. Ular, qoida tariqasida, transport vositasini boshqarishda radioeshittirishlarni tinglaydigan avtomobil haydovchilar tomonidan iliq qarshilanadi. Ikkinchisi ma'lum bir mavzuni o'rganadi, mehmonlarni faol munozarani o'tkazishga taklif qiladi.

Bir necha yil oldin televideniyeimizda mashhur bo'lgan tok shular va hozirda faol, mashhur va taniqli tok-shoularga quyidagilar kiradi:

- "Xalq vijdoni" – "Mahalla" telekanali;
- "Odamlar orasida" – "Mening Yurtim 5" kanalida efirga uzatilgan;
- "Ochiqchasiga gaplashamiz" – "Mening Yurtim 5" telekanali orqali efirga uzatilmoqda va eng reytingi baland tok shoulardan biri;
- "Zarb" – "Milliy Tv" telekanali;
- "Mahallada duv-duv gap" – "Sevimli" telekanali;
- "Oramizdagi odamlar" – "Sevimli" telekanali;
- "Yangi hayot" – "Sevimli" telekanali.

Odatda tok shoular bizda kechki dasturlarda ya'ni kechki prime time vaqtida efirga uzatiladi. Chet davlatlarda aynan AQSHda ertalabki, kunduzgi va kechki tok shoular ham mavjud. Bu shoular haqida to'xtalib o'tamiz. Ertalab yoki tushdan keyin efirga uzatilgan translyatsiya jadvali, tok-shoular asosiy e'tiborni bir yoki bir nechta mehmon bilan suhbatlashadigan vosita ya'ni obyektga qaratadi. AQSH televideniyesida Opra Uinfri shousi eng taniqli shoulardan biri bo'lgan. Tok shouning ba'zi formatlarida turli mavzularni muhokama qiladigan bo'limi mavjud.

"Bu shou ko'rsatuvi "Oprah Uinfri shou", "Bu Oprah shou" yoki oddiygina "Oprah" deb ataladi. Oprah Uinfri tok shousi Chikagoda 1986-yil 25 sentyabrdan 2011-yil 25-maygacha

erifga uzatiladi. Va bu tok shou Amerika televideniesi tarixidagi eng yuqori baholangan kunduzgi tok-shou bo'lib qolmoqda".

Shou yosh yulduzlarga katta ta'sir ko'rsatadi va uning ko'plab mavzulari Amerika pop-madaniy ongiga kirib boradi. Uinfri shousini kitob klublari, intervyular, o'z-o'zini takomillashtirish segmentlari va dunyo voqealariga hayriya ishlarini o'z ichiga olgan ta'lim platformasi sifatida ishlatgan. "Shou o'zi ma'qullagan mahsulotlardan foyda olishga urinmadi, mahsulotlarni reklama qilinganda chakana sotuvchilar bilan litsenziya shartnomasi bo'lmagan va shou o'z kitob klubi uchun kitoblarni tasdiqlashdan pul ishlamagan".

"Opra Uinfri" tarixdagi eng uzoq davom etgan kunduzgi televizion tok-shoulardan biri bo'lgan.

Peshindan keyingi tok-shoular, odatda, munozarali mavzular haqida tez-tez qizg'in bahs-munozaralarga ega bo'lgan mehmonlar bilan haqiqiy yoki sun'iy (sahnalashtirilgan) dramaning ba'zi shakllarini o'z ichiga oladi. Jerri Springer ushbu turdagi eng taniqli misollardan biri bo'lib, mehmonlar sahnada jang qilish yoki kamerani yoqish uchun pul to'lashlariga to'g'ri keladi. Jerri Springer shousi (ingl. The Jerry Springer Show) NBC telekompaniyasi tomonidan ishlab chiqarilgan tok-shou formatidagi Amerika televizion ko'rsatuvi hisoblanadi. Dastur 1991-yil 30-sentabrdan chiqishni boshladi. Boshlovchi sobiq amerikalik siyosatchi Jerri Springer bo'lgan. Ko'rsatuv Stamford shahrida (Konnektikut shtati) suratga olinadi. Shou boshqa mamlakatlarda qayta-qayta translyatsiya qilinadi. 1990-yillarning oxiridan boshlab bunday teleloyihalar dunyoning boshqa ko'plab mamlakatlarida ham paydo bo'ladi.

Kechki tok-shoular kunduzgi tok shouga qaraganda bir xil tuzilishda bo'ladi. Ularning boshlovchisi, hammuallifi bor va shouning qolgan qismini bir yoki bir nechta mehmonlar bilan suhbat jarayoni boshlanmasdan oldin jurnalist tomonidan tayyorlangan matn ya'ni bugungi tok shou mavzusi haqida ma'lumot aytilgan holda davra suhbatini ochiladi. Ba'zan mehmonlar guruhining chiqishlarini namoyish etiladi yoki komediya skitini o'z ichiga oladi.

Ba'zi shoularda klaviatura, gitara, saksafon, baraban, trombon, bas va boshqalar bilan to'ldirilgan o'zlarining ichki guruhlari mavjud. Bu kechki ya'ni tungi shouga Jonni Karsonning "Tungi shou" ("Tonight show") tok shousi misol bo'la oladi.

Bu "Tungi shou" amerikalik mashhur jurnalist Jonni Karson tomonidan loyihalashtirilgan. "Tungi shou" ilk marotaba AQSHning NBS kanalida 1962-yil 1-oktabrda efirga uzatiladi. Tok shouning yakuniy qismi 1992-yilning 22-mayida namoyish etiladi. Ed Makmaxon Jonni Karsonning yordamchisi va shouning boshlovchisi bo'ladi.

Bu tok shou "2002-yil va 201- yillardagi so'rovnomalarda barcha davrlarning eng buyuk teleshoularidan biri sifatida qayd etilgan".

"Tungi shou" standartni uzoq yillik mezbon orqali o'rnatdi. Ya'ni Jonni Karson va hammuallifi Ed Makmaxon bu shouning boshidan oxirigacha boshlovchi vazifasini bajarishgan. Realiti-shoular tomoshabinlar orasida juda mashhur. Psixologlar buni ongsiz ravishda boshqa birovning hayotiga "qarash" istagi bilan bog'lashadi, bu esa bunday dasturlardan tomoshabinni qoniqtiradi. Albatta, bu yerda har qanday janjalli dasturlar va "sovunli operalar" ning mashhurligini belgilaydigan umumiy omillar ham mavjud: qiziqish va kuchli tajribalarga intilish, ayniqsa monoton kundalik hayot fonida namoyon bo'ladi. Tanqidchilarning ta'kidlashicha, "realiti-shoular tomoshabinlarning, ayniqsa yoshlarning ruhiyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Chunki ular hali shakllanmagan ta'm, xarakter va e'tiqodga ega: ular nosog'lom qiziqishni faollashtiradi va namuna sifatida ko'pincha ishtirokchilarning to'liq yetarli bo'lmagan xatti-harakatlarini ta'minlaydi." Shou tashkilotchilari o'yin-kulgiga intilishda ko'pincha odobsizlik yoqasida turishadi va ba'zida uni aniq kesib o'tishadi, bu ham tomoshabinlarning axloqiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin, ularning aksariyati asossiz qabul qilishga moyil bo'lishadi.

Realiti-shouni hujjatli film bilan aralashtirib yubormaslik kerak, unda subyektlardan kameralarni e'tiborsiz qoldirish va tabiiy harakat qilish so'raladi. Ko'pgina realiti-shou prodyuserlari ishtirokchilarni kameralar oldida personaj sifatida o'ynashga yoki shaxsiy lentali suhbatlardan foydalanishga undaydi. e'tirof etish, hikoya shakli sifatida.

Ko'p yillar davomida televidenie sanoati oldindan aytib bo'lmaydigan va potentsial bahsli realiti-shou shaklida ssenariy televizion dasturlarni afzal ko'rди. Amerikalik televizion prodyusser, rejissor, teleboshlovchi va yozuvchi Allen Funt tomonidan uyushtirilgan "Ochiq kamera" ("Candid camera") deb nomlangan dastlabki shou dasturi buning isboti bo'lgan. Oddiy odamlarning turli xil vaziyatlarga munosabat bildiradigan puxta tahrirlangan kliplari reytingda muvaffaqiyat qozonishi mumkinligini ko'rsatdi. Tomoshabinlar orasidan tanlab olingan ishtirokchilar ishtirokidagi dastlabki o'yin shoulari ham yozilmagan voqelik lahzalarini taqdim etdi.

Bugungi kunda zamonaviy tomoshabin biladigan hozirgi realiti-shou 1973-yildan boshlangan. Amerika PBS kanalida "Amerika oilasi" ("An American Family") dasturining premyerasi bo'lib o'tadi. Uning ishtirokchilari Loud (Loud) ismli oddiy amerikalik oila a'zolari bo'lishadi. Asosiy ko'rinishi shundan iborat ediki, oila boshliqlari ajralish holatida edilar va besh farzandning eng kattasi, yigirma yoshli yigit Lans, vaqti-vaqti bilan lablarini lab bo'yog'i bilan bo'yab, ayollar kiyimini kiyib yurgan. Yetti oy davomida tomoshabinlar bu oilaning asta-sekin parchalanishini tomosha qilishadi, natijada Lans uydan chiqib ketadi. O'sha yillarda shou televizor ekranlarida rekord miqdordagi o'n million tomoshabinni o'z auditoriyasida to'pladi va ko'plab qarama-qarshi fikrlarga sabab bo'ladi. Ushbu shou zamonaviy "sirlangan" dasturlarning prototipiga aylandi, uning mohiyati ba'zan juda g'alati va juda hissiy harakterga ega bo'lgan. Bunday dasturlar uchun kasting (ishtirokchilarni tanlash) tamoyillaridan biri shundaki, realiti-shou qahramonlari qoida tariqasida tomosha qilish qiziq bo'lgan odamlar, ya'ni o'zlarini kamera oldida bemalol va aniq ifoda etadigan shaxslar tanlab olingan. Va shuning uchun syomka jarayonlarida ishtirokchilar ko'pincha qasam ichishgan. Chunki shouning suratga olish jarayonidagi har qanday holat bo'lishi mumkin edi. Hatto bir-birlari jang qilishadi va har qanday sharmandalikni butunlay unutishadi. Bunday holda shouning temir mantig'i ishlaydi: birinchi navbatda o'yin-kulgi, axloq esa ikkinchi darajaga tushib qoladi. Bu, albatta, o'sha davrning talabi bo'lgan.

Yuqorida ko'rib chiqqanlarimiz tok shou va reality shoularning xususiyatlari, o'ziga xos jihatlari edi. Ushbu bobni yozish jarayonida mavjud materiallarni o'rganish jarayonida,

teledasturlar xilma-xil ekanligi va telejurnalist telejanrlarni yaxshi bilishi bilan birga uning kelib chiqish tarixini ya'ni ildizini ham yaxshi bilishi shart va lozim ekanligini anglab yetdik. Chunki teletomoshabinni jalb qilishda bu juda muhim omil hisoblanadi. Teleshoularning, aynan, tok shou va reality shou turi barcha davlatlarda keng tarqalgan va har doim reytingi baland dasturlar hisoblanadi. Shuning uchun ham biz aynan shu mavzu bo'yicha izlanishlar olib bordik. Teleshoularni yaxshi bilgan jurnalist ulardan to'g'ri va oqilona foydalanadi. Va bu telekanal uchun ham foydali bo'ladi, albatta.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati:

1. "Сотсиалогия журналистики" С.Г.Короносенко, Москва-2014
2. TV content Producer. CEO/Creative Lead SMATmedia Productions(Nigeria) Producers of MTVShuga seasons 4 and 6. Theatre director, team principal at Ikenga Racing
3. Егор Розенкое "Психика и реалити-телевидение // Психиатрия и психотерапия" 2006
4. Carr David (Nocember 22.2009) "The Media Equation – Oprah Winfrey's Success Owes to Decisions That Avoided Common Traps" The New York Times. Retieved may 26.2022

5. Rose, Lacey (January 29.2009) "America's Top-Earning Black Stars" Forbes Retrieved May 23.2012
6. A.S.Vartanov "Televizion ijodkorlarining television sahnada dolzarb muommolari" Moskva, 2003
7. Carman, John (July 5, 2000) " Big Brother' Watches Their Every Movement" San Francisco Chronicle. Retrieved 2008
8. "Yangi O'zbekiston" gazetasi "O'zbekiston" telekanali bosh muharriri, filologiya fanlari bo'yicga falsafa doktori Shuhrat Hayitov maqolasi
9. Ed. Kuznetsova, G.V.Zvik, V.I.Yurovskiy "Telejurnalistika" darslik, Moskva 2002
10. "TV Guide Names Top 50 Shows" Cbsnew.com. Retrieved October 26, 2011
11. "TV Guide Magazine's 60 Best Series of All Time" December 23, 2013