

“АҚШДА ХУСУСИЙ ТЕЛЕКАНАЛЛАРНИНГ РИВОЖЛАНИШИ”

Д.Р.Эшбоева

Ўзбекистон Журналистика ва Оммавий Коммуникациялар
университетининг 2-босқич магистранти

АННОТАЦИЯ

Замонавий жамиятни телевидениясиз тасаввур қилиш қийин. Телевидение орқали миллионлаб одамлар ўзи учун керакли маълумотни олади. Ижтимоий ҳаёт ва маданиятни акс эттириш, ривожлантириш ҳодисаси сифатида у инсоннинг юксалиши, маънавий-ахлоқий ўсишига хизмат қилади.

Бугун телетармоқлар сони ортиб, уларнинг аксарияти кўнгилочар дастурлардан иборат. Кўнгилочар дастурларнинг хилма-хиллиги ўзаро рақобатлаша оладиган хусусий телеканалларнинг яратилишига замин яратади.

Ушбу илмий мақолада АҚШ мисолида хусусий телеканалларнинг фаолияти, уларнинг ривожланиши ҳамда аудиторияга кўрсатаётган таъсири, ютуқлари ҳақида сўз боради.

Калит сўзлар: *телевидение, хусусий, тижорат, реклама, тармоқ, аудитория, дастур, медиа-магнат*

Телевидение одамлар ҳаётига таъсир кўрсатишда давом этмоқда. Бугун телевидение аҳолига ахборот алмашиш, кўнгил очиш, маданий ва маърифий озуқа бериш билан чекланибгина қолмай, балки ОАВнинг даромадли бир тури сифатида намоён бўлмоқда. Телевидение товар ҳамда хизматларни реклама қилиш учун истеъмолчиларнинг асосий манбаига айланмоқда.

Телевидение оммавий ахборот воситалари орасида оммавий онгга таъсир кўрсатишининг фаол шаклларида бири. Дунё аҳолисининг деярли 80 фоизи ўзи учун керакли ахборотни айнан телевидениедан олади¹⁶.

ОАВ ичида телевидениенинг аудиторияси кўпчиликни ташкил этади. Ёшларни ҳисобга олмаганда, аҳолининг 40 ёшдан ошган қатлами телевизорга “мурожаат” қилади. Телевидение катта аудиторияни бирлаштиради, телеканал ва томошабинлар ўртасидаги алоқани мустаҳкамлайди. Телевидениенинг бундай монополь позицияси - самарадорлик, тасвир ва сифат уйғунлиги асосида юзага келади. Шу боис мазкур позицияни эгаллаб турган телевидение оммавий онгга таъсир қилишининг энг кучли воситасидир.

¹⁶ 1 vuzlit.com.>454039/sredstva_massovoy_kommunikatsii¹⁶

Телевидение XX асрнинг технологик мўжизаси ҳисобланади. У деярли бир вақтнинг ўзида учта минтақада АҚШ (1944), Ғарбий Европа (Франция 1944, Англия 1946), Совет Иттифоқида 1945 йилда пайдо бўлган ва ривожланган¹⁷.

АҚШ хусусий телевидениенинг ўчоғи ҳисобланади. Бу ерда телевидение хусусий мулк, давлат телевидениеси йўқ. Хусусий телевидения, энг аввало, рақобат тамойилига буйсунади. Америкада бу турдаги телевидениелар бошқа мамлакатларга қараганда анча олдин пайдо бўлган ва ўзига хос шароитларда, ўзига хос тарзда шаклланган. Яъни, аудиториянинг қизиқишларини, ёшини эътиборга олган ҳолда дастурлар тайёрланган. Бу эса аудиторияни ўз каналида ушлаб туриш учун телекомпанияларни янги телевизион шаклларни, техник хийлаларни доимий равишда излашга мажбур қилади.

АҚШда учта йирик анъанавий тижорат телевизион эшиттириш тармоқлари мавжуд: NBC (Миллий радиоэшиттириш компанияси), CBS (Columbia Broadcasting System) ва ABC (Америка телерадиокомпанияси). Бу тармоқлар узоқ тарихга эгаллиги, доим рейтингларда муносиб ўрин эгаллагани учун ҳам “Қатта учлик” деб номланади.¹⁸ Улар 1990-йилларгача Америка телевидениесида ҳукмронлик қилишган ва ҳали-ҳануз АҚШнинг энг йирик телерадиокомпанияларидан ҳисобланади.

NBC, CBS ҳамда ABCнинг дастурлари Америка Қўшма Штатларда яшовчи ҳар бир фуқаро учун бепул. Мазкур телевидениенинг иқтисодий асосини реклама ва бошқа шунга ўхшаш тижорий турдаги фаолият ташкил этади.

Телекомпанияларнинг асосий даромадлари реклама берувчиларга эфир вақтини “сотиш”дан тушади, гарчи тармоқлар телевизион бозорда бошқа тижорат операцияларини амалга оширса ҳам. Қўшимча даромад манбаалари эса ўз фильмларини ишлаб чиқариш, овоз ёзиш, видеокассеталар сотиш ҳамда нашриёт фаолиятидан иборат.

NBC (National Broadcasting Company) 1926 йилда American Radio Corporation томонидан асос солинган “Қатта учлик” анъанавий Америка телевизион тармоқларининг энг қадимгисидир. Тармоқ радио эшиттиришларини 1926 йил 15 ноябрдан, телевидение эса 1938 йил 1 июлдан бошлаган¹⁹.

NBC ўз эшиттиришларини 24 соат инглиз тилида АҚШ, Канада, Мексика каби давлатларда олиб боради. У доимий эрталаб ва кечкурун янгиликларни оммага тақдим эта олди. Телетармоқ “Овоз” ҳамда “Америкада истеъдодлар бор”

¹⁷ Саруханов В.А. Албука телевидения: учеб. пособ. для вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2003. – Стр. 84.

¹⁸ Дуглас Бланкс Хиндман; Кеннет Виганд (2008). "Сокращение прайм-тайма большой тройки: технологический и социальный контекст" (PDF). Журнал радиовещания и электронных СМИ.

¹⁹ Смирнова. Е.А. Зарубежные аудиовизуальные СМИ. 2017.- 26 стр.,

шоулари билан машхурликка эришди. Шунингдек, "Super Bowl" (Америка футбол чемпионатининг сўнгги ўйини) ҳамда 2014 йилги қишки Олимпия ўйинлари каби спорт тадбирларини трансляция қилиш орқали яхши рейтингларга эга бўлди. Ўзининг фаолияти давомида компания бир неча бор Нилсен (томошабинлар сонини ўлчашнинг энг нуфузли тизими) рейтингининг етакчисига айланди.

NBC нафақат дастурлар тайёрлашда, балки телевизион технологиялар ва дастурий таъминот соҳасида ҳам етакчилардан ҳисобланади. 1953 йилда рангли телевизор билан тажриба ўтказишга муваффақ бўлди. Айтиш керакки, мазкур каналнинг томошабинлари биринчилардан бўлиб, ўзларининг сеvimли дастурларини рангли томоша қилиш имконияга эга бўлдилар.

CBS (Columbia Broadcasting System) - Америка телетармоғи. Тармоқ 1928 йилда медиа-магнат Уилям Палей 16 та радиостанцияни сотиб олгандан сўнг вужудга келди.

Ўтган йиллар давомида телевизион тармоқ ўзининг намоёишлари туфайли доимий равишда рейтингнинг биринчи қаторларини эгаллаб келган.

2001 йилда Россиянинг ОРТ телеканалида “Последный герой” (Сўнгги қаҳрамон) реалити-шоуси намоёиш этилди. Ҳафтанинг ҳар якшанба куни россияликлар барча ишларини ташлаб, 16 нафар одам яшамайдиган оролда омон қолиш учун курашаётган иштирокчиларни томоша қилиш учун зангори экран қаршисига йиғилишарди. Шоу бошланишини интизорлик билан кутишарди. Дастур ҳамда ўйин қатнашувчилари омманинг эътиборига, эътирофига сазовор бўлди. Биз буни бежиз келтирмадик. Аслида бу дастур ўша машхур CBS телетармоғида 2000 йилда намоёиш этилган “The last hero” дастурининг нусхаси эди. Реалити-шоу АҚШда ҳам Россияда ҳам катта шов-шувларга сабаб бўлди. Шунингдек, телеканал бир қатор сериаллар (“Бошланғич”, “Таваи 5-0”) намоёиши билан ҳам Американинг энг машхур телевизион тармоғига айланди. Палей компаниянинг доимий ўсишини таъминлади. Даромадларининг 80%ни рекламадан оладиган CBS, CBS records овоз ёзиш студияси, бир қатор киностудиялар, бир нечта машхур журналларга эгалик қилади.

ABC (**American Broadcasting Company**). — 1943 йилда ташкил этилган Америка тижорат телевидениеси тармоғи.²⁰ Walt Disney фильмлари ва Голливуд киностудиялари маҳсулотларининг намоёиши компанияга 1955-1961 йилларда катта муваффақиятлар олиб келди. Корпорация асосан мультфилмлар, оилавий сериаллар трансляцияларига алоҳида эътибор қаратади. Жумладан, спорт

²⁰ Смирнова. Е.А. Зарубежные аудиовизуальные СМИ. 2017.- 33 стр.,

дастурларини мунтазам намойиш этиш компанияга қўшимча муваффақият келтирди.

Каналнинг энг юқори рейтингига эга шоулари қаторига "Луни Тюнз" сериаллари, "Адамс оиласи", "Сабрина — кичкина жодугар" сингари комедиялари киради.

Юқорида биз АҚШдаги катта учлик таркибига кирувчи хусусий телеканаллар фаолиятига назар ташладик. Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, хусусий телеканаллар мавжуд экан, телевизион тармоқлар ривожланишда давом этади, улар орасида рақобатбардошлари кўпаяверади.

Америка телевизион тармоғи дунёдаги бошқа тармоқлардан фарқ қилади. Бугун у кичик тижорий кўнгилочар тармоқдан глобал телевизион тармоқга айланди. Бу билан у ўзининг дунёдаги мавқеини мустаҳкамлади. Бу ерда Американи бошқа мамлакат билан эмас, балки дунёнинг қолган қисми билан таққослаш керак. АҚШ телевидениесининг ишлаб чиқариш базаси шундай бўлдики, унда телевизион дастурлар эфирга узатилгандан кўра, кўпроқ ишлаб чиқарилди. Аста-секин ўз маҳсулотлари билан аавалига дунёнинг кичик экранларини, кейинчалик катта экранларини тўлдирди. Томошабин ниҳоят телевидениенинг молиявий келажагига ишонди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. *Дуглас Бланкс Хиндман; Кеннет Виганд (2008). "Сокращение прайм-тайма большой тройки: технологический и социальный контекст" (PDF). Журнал радиовещания и электронных СМИ.*
 2. *Саруханов В.А. Азбука телевидения: учеб. пособ. для вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2003. – Стр. 84.*
 3. *Смирнова. Е.А. Зарубежные аудиовизуальные СМИ. 2017.- 161 стр.*
- Интернет сайтлари:**
4. *vuzlit.com.>454039/sredstva_massovoy_kommunikatsii*