

YAPONIYADA TELEVIDENIE MENEJMENTINI VA SANOATINI YARATISH HAMDA RIVOJLANTIRISH SHAROITLARI

Kamola Sobitjonova,

Mirzo Ulug'bek nomidaga O'zbekiston Milliy universiteti mustaqil izlanuvchi

G-mail: kamolasobitjonova2@gmail.com

OKRID:0009-0006-7658-1587

Annotatsiya. *Yaponiya – dunyoning eng rivojlangan davlatlaridan biri. Bu mamlakatning tarixi va hayot amaliyotini o'rganish biz uchun foydadan xoli bo'lmaydi. Mazkur maqolada Yaponiyada televidenie menejmentini va sanoatini yaratish qolaversa, rivojlantirish sharoitlari ko'rib chiqildi.*

Kalit so'zlar: *televidenie, menejment, sanoat, OAV menejmenti, Yaponiyada televidenie, retrospektiv, teleradioeshittirish, fleshbek, teleko'rsatuv, plyuralizm, «Japan Broadcasting Association», Nihon Housou Kyoukai = NHK, xususiy teleko'rsatuvlar, jamoat teleko'rsatuvlari, televizor, Jamoat telekompaniyasi, elektroskopiya apparati, reklama, mahalliy telestansiyalar, MTRK.*

Аннотация. *Япония — одна из наиболее развитых стран мира. Изучение истории и бытовых традиций этой страны представляет для нас большую ценность. В данной статье рассматриваются условия создания и развития телевизионного менеджмента и индустрии в Японии.*

Ключевые слова: *телевидение, менеджмент, индустрия, управление СМИ, телевидение в Японии, ретроспектива, вещание, воспоминания, телевизионное вещание, плюрализм, Японская вещательная ассоциация, Нихон Хосусоу Кёукай = НХК, частное телевизионное вещание, общественное телевизионное вещание, телевидение, Общественная вещательная компания, электроскопический аппарат, реклама, местные телестанции, МТРК.*

Abstract. *Japan is one of the most developed countries in the world. It is useful for us to study the history and life practices of this country. This article examines the conditions for the creation and development of television management and industry in Japan.*

Keywords: *television, management, industry, media management, television in Japan, retrospective, broadcasting, flashback, television broadcast, pluralism, Japan Broadcasting Association, Nihon Housou Kyoukai = NHK, private television broadcasts, public television broadcasts, television, Public Broadcasting Company, electroscopy apparatus, advertising, local television stations, MTRK.*

Kirish. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoev quyidagini ta'kidlaydi: "Bizning vazifamiz – to'plangan tajriba va ilg'or xalqaro amaliyotga suyangan holda, o'zimizning taraqqiyot va yangilanish modelimizni qat'iy amalga oshirishdan iborat".[1]

O'zbekiston Prezidenti Sh.M.Mirziyoev 2025 yil 18 dekabr kuni Yaponiyaga qilgan rasmiy tashrifi arafasida ushbu mamlakatning mamlakatimizdagim elchisi Kenji Hirata "Dunyo" AA muxbiriga bergan intervyusida shunday dedi: "Bugungi kunda biz mutlaqo boshqacha O'zbekistonni ko'ryapmiz. Yangi O'zbekiston dunyoga ochiq va xorijiy davlatlar bilan aloqalar orqali modernizatsiyaga erishishga intilmoqda. Bu jarayonda to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar va savdo muhim rol o'ynaydi va bu, asosan, xususiy sektor qo'lidadir. Shu sababli Yaponiya-O'zbekiston strategik hamkorlikning kelajagi, asosan xususiy sektorga qaratiladi. Albatta, hukumatlar xususiy sektorni qo'llab-quvvatlashga harakat qilmoqda. Shu boim, hamkorlik sur'atini saqlab qolish va uni yanada kuchaytirishga intilamiz" [2]

Adabiyotlar tahlili. Mazkur tadqiqotda Yaponiya televidenie menejmenti va sanoatini o'rganish bo'yicha bir qator ilmiy va publitsistik manbalardan foydalanildi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti nutqlari va rasmiy chiqishlari (2016, 2025) tadqiqotning ijtimoiy-siyosiy asosini tashkil etadi hamda media sohasida xalqaro tajriba o'rganish zarurligini asoslaydi.

Shuningdek, R. Frumkina, "The Japan Times" materiallari hamda yapon olimlari Hiroshi Aramata va Katsufumi Amano asarlari Yaponiya televideniesining tarixiy shakllanishi va media tizimi xususiyatlarini yoritishda muhim manba bo'lib xizmat qiladi.

A. Ya. Yurovskiy tadqiqotlari esa televidenie rivojlanishining umumiy nazariy asoslarini ochib beradi va O'zbekiston hamda Yaponiya tajribasini qiyoslash imkonini beradi.

Umuman olganda, foydalanilgan adabiyotlar Yaponiya va O'zbekiston televidenie tizimlarining shakllanishi, boshqaruv modeli va rivojlanish xususiyatlarini ilmiy tahlil qilish uchun yetarli nazariy va amaliy asos yaratadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda Yaponiya televidenie menejmenti va sanoatini o'rganishda tarixiy-qiyosiy, analitik va tizimli yondashuvlar qo'llanildi. Asosiy metod sifatida televidenie tizimining shakllanish jarayonlarini retrospektiv tahlil qilish usuli tanlandi.

Tadqiqot jarayonida Yaponiya va O'zbekiston televidenie tizimlari rivojlanishi qiyosiy tahlil asosida o'rganildi. Bunda davlat va xususiy telekanallar, boshqaruv modeli, moliyalashtirish manbalari hamda media siyosati kabi asosiy mezonlar solishtirildi.

Shuningdek, sifatli (qualitative) tahlil metodi orqali ilmiy adabiyotlar, rasmiy hujjatlar va media sohasiga oid manbalar o'rganildi. Retrospektiv yondashuv esa televidenie sanoatining tarixiy rivojlanish bosqichlarini aniqlashga imkon berdi.

Tadqiqotda tizimli yondashuv asosida televidenie menejmenti alohida tarkibiy qismlarga (davlat televideniesi, xususiy sektor, reklama bozori, auditoriya siyosati) ajratilib, ularning o'zaro aloqasi tahlil qilindi.

Tahlillar va natijalar. Ohirgi 5-6 yilda jurnalistika ta'limiga "Jurnalistika marketingi", "Jurnalistika menejmenti", "Xalqaro reytinglar va media" kabi bir qator yangi fanlar kiritildi. Bularning ichida "OAV menejmenti" – o'ziga xos, eng zamonaviy va istiqbolli yo'nalishlardan biri. Yer sharida axborot oqimlari tinmasdan, keskin oshayotgan, jurnalistika texnikasi ijodiy jarayonlarga kuchli ta'sir qiladigan zamonaviy bosqichda mediaga to'g'ri rahbarlik qilish katta muammoga aylandi. Shuning uchun jurnalistikaning bugungi boshqaruvini yaxshi tushunish ko'p jihatdan uni tarixiy rivojlanishini bilishni taqozo etadi, chunki jurnalistika amaliyotining bugungi qonuniyatlari o'tmishda shakllangan. Bu masalada xorijiy tajribani o'rganish foydadan xoli bo'lmaydi. O'zbekiston uchun ayniqsa Yaponiyaning tajribasi muhim, chunki mazkur sharqona mamlakat, AQSh va G'arbiy Yevropadan farqli o'laroq, o'z xalqining urf-odatlarini va

mentaliteti bilan O‘zbekistonga ancha yaqin turadi. Ammo shu bilan bir qatorda Yaponiya G‘arb yutuqlarini, ayniqsa zamonaviy jurnalistika texnikasini, yaxshi o‘zlashtirgan davlat.

Televidenie menejmentining tarixini tushunmasdan zamonaviylikni bilib bo‘lmaydi. Chunki tarix – bu har bir jamiyatning bugungi kunini belgilaydigan hayotiy tomirlar. Tadqiqotimiz mavzusi nuqtai nazardan gapirsak, bu O‘zbekiston va Yaponiya televidenieleri shakllanishining metodlari va shakllari.

Retrospektiva muhim tadqiqot usuli bo‘lib, izlanuvchining e‘tiborini o‘tgan jarayonlarga qaratadi, bundan maqsad – o‘tmishda erishilgan natijalarni anglab olib, bugungi va bo‘lajak harakatlar hamda yutuqlarni belgilash.

Kinematografiyada odatda fleshbek (orqaga qarash, ya‘ni, o‘tib ketgan hayotiy lahzalarga e‘tibor berish) tushunchasi ishlatilsa, televidenienga nisbatan retrospektiva so‘zi ko‘proq to‘g‘ri keladi. Fleshbekka qo‘shib, yanada odatda fleshforvard so‘zi keltiriladi. Fleshbekdan fleshforvardgacha – bu, orqaga qarab, undan tarixiy-ijodiy menejment masalasida saboq olib, oldinga yurish degani.

Retrospektiva tushunchasi O‘zbekiston televideniesi tabiatini va imkoniyatlarini tushunish uchun ikki narsani beradi: 1) Yaponiya televideniesi qanday shakllangan; 2) O‘zbekiston televideniesi, ilgari uchun, Yaponiya televideniesidan qanday ijobiy jihatlarni o‘zlashtira olishi mumkin.

Retrospektiva ilimga nima uchun kerak? Siyosiy arbob, yozuvchi va publitsist Reveka Frumkina bu haqda o‘zining “Bizni teskari ravishda o‘rganishmoqda” deb nomlangan asarida – ilm vorislikni talab etadi, nafaqat istiqbolni ko‘rish, undan tashqari o‘tmishni bilishni ham kerak – deb, yozadi”. [3] Xullas, O‘zbekiston televideniesi menejmentining bugungi kunini va istiqbolini aniq hamda to‘liqroq tasavvur qilish uchun qiyosiy tarixga nazar tashlash to‘g‘ri bo‘lar edi.

O‘zbekiston va Yaponiya televideniesining shakllanishi va faoliyat ko‘rsatishiga ikki millat mentaliteti bevosita ta‘sir ko‘rsatadi. Bu borada O‘zbekistonda Yaponiyadan nisbatan vaziyat osonroq. O‘zbekiston uzoq vaqt davomida markaziy sharqiy mamlakat sifatida rivojlangan. Bu yerda G‘arb ta‘siri taqqoslanayotgan mamlakatdagidek sezilarli bo‘lmagan. Yaponiyada ham milliy sharqona mentalitet yorqin ifodalangan. Masalan, bu yerda imperatorni tanqid qilish yoki yomon ko‘rsatish mumkin emas, garchi bu qonunlarda ochiq ko‘rsatilmagan bo‘lsa ham. Ammo mamlakatda G‘arb ta‘siri, ayniqsa, Amerika nufuzi kuchli seziladi.

Yaponiya mamlakati O‘zbekiston olimlari, iqtisodchilari va siyosatshunoslarini ko‘p yillardan beri qiziqtirib kelmoqda. Bizning mamlakatlarimiz yagona tarixiy rishtalar bilan bog‘langan joylari ham bor. Prezident Sh.M.Mirziyoev o‘z nutqida buddizm Yaponiyaga O‘zbekiston orqali kirib kelgani haqida hayratomuz fakti keltiradi: “Yaponiyalik arxeolog olim Kyudzo Katoning tadqiqotlari tufayli O‘zbekiston buddaviylik markazlaridan biri bo‘lgani, ushbu ta‘limot Yaponiyaga miloddan avvalgi II asrdan boshlab aynan bugungi O‘zbekiston hududi orqali kirib kelgani isbotlandi” [4].

Yaponiya televideniyesining o'ziga xos xususiyatlariga to'xtalib o'tish lozim, chunki bu uni ko'rsatuvlarining mazmunida aks etadi. Masalan, fikrlar xilma-xilligi (plyuralizm) va jurnalistlarning xolisligi auditoriyani ekrandan berilayotgan voqealar haqida mustaqil xulosa chiqarishga undaydi.

Yaponiya televideniyesi Ikkinchi jahon urushidan keyin 1953 yilda boshlangan. O'sha paytda Yaponiyani bosib olgan amerikaliklar televidenie Yaponiyada demokratiya o'rnatilishiga katta ta'sir ko'rsatadi, deb o'ylashgan. Yaponiyaning moliyaviy olami bunga o'z javobini berdi, xususiy korxonalar tomonidan televizion kompaniyalarni yaratishga tayyorgarlik boshlandi. Yaponiya hukumati televidenie davlat nazorati ostida bo'lishi kerak, deb hisoblardi. Ikkinchi jahon urushigacha davlat nazorati ostida bo'lgan Yaponiya teleradioeshittirish uyushmasi («Japan Broadcasting Association» = Nihon Housou Kyokai = NHK) teleradioeshittirishning jamoat organiga aylanib, teleko'rsatuvlarni qo'llab-quvvatlash va tashkil etishga hissa qo'shdi. Televideniye monopollashtirmoqchi bo'lgan Yaponiya hukumatining umidlari oqlanmadi, chunki Teleradioeshittirishlarni boshqarish qo'mitasi Amerika hukumati mezonlari bo'yicha tashkil etilgan edi. Teleradioeshittirishlarni boshqarish qo'mitasi mustaqil tashkilot bo'lganligi va Yaponiya hukumatining aralashuviga yo'l qo'ymaganligi sababli, nafaqat NHK, balki xususiy kompaniyalar ham teleko'rsatuvlar olib borish huquqini beradigan litsenziyaga egalik qilishi to'g'ri keldi.[5]

Shunday qilib, Yaponiyada boshqaruvning turli shakllariga ega bo'lgan ikki turdagi televizion kompaniyalar paydo bo'ldi: xususiy teleko'rsatuvlar (XT) va jamoat teleko'rsatuvlari (JT). San-Fransiskoda Tinchlik shartnomasi bilan Teleradioeshittirishlarni boshqarish qo'mitasi mustaqil tashkilot sifatida tan olinganidan so'ng, qo'mita Yaponiya hukumati tomonidan darhol tugatildi. Natijada Yaponiyada xususiy va ommaviy teleradioeshittirishlar deyarli teng ravishda mavjud bo'lgan kamdan-kam holatlar bugungi kungacha kuzatilmoqda. Yaponiyada televideniye mohiyati haqida gap ketganda, albatta, teledasturlarni yaratish siyosati va teleko'rsatuvlarni boshqarish shakli kabi farqlar misol qilib keltiriladi.

Jamoat telekompaniyasiga keladigan bo'lsak, bu shaklda faqat bitta NHK kompaniyasi mavjud. Yaponiyada "jamoat televideniyesi" iborasi NHKni anglatadi.[6]

NHKning asosiy daromad manbai u bilan shartnoma tuzgan odamlardan teleko'rsatuvlarni qabul qilish to'lovidir. Yaponiya qonunchiligiga ko'ra, televizorga ega bo'lgan barcha alohida va yuridik shaxslar NHK bilan shartnoma tuzishlari shart, bunday pul yig'ish tizimi soliqlarga juda yaqin va NHK deyarli harakat qilmasdan katta daromad oladi. Binobarin, NHK yuqori reytingga ega bo'lishga qaratilgan dasturlarni yaratishi shart emas, u asosan yangiliklar va ta'lim dasturlarini namoyish etadi, shuning uchun NHKda xususiy televideniye qaraganda ko'ngilochar dasturlar ancha kam. NHK teleko'rsatuvlari diapazoni butun Yaponiyani qamrab oladi, chunki har bir prefekturada NHK filiali mavjud bo'lib, ular elektr to'lqin o'tish stansiyalari (ETO'S) hisoblanadi. NHKning shtatdagi

xodimlari soni 10 mingdan ortiq, kompaniyaning daromadi barcha xususiy telekompaniyalar umumiy daromadining taxminan 30 foiziga teng. NHK dunyodagi eng yirik telekompaniyalardan biridir.

Taniqli televidenie tadqiqotchisi professor A.Ya. Yurovskiyning yozishicha, elektron televidenie dunyoga kelgan shaharlardan biri sifatida O'zbekiston poytaxti Toshkent shahrini ko'rsatish mumkin. XX asrning 20 yillarida O'rta Osiyo davlat universitetining fizika fakulteti xodimi B. Grabovskiy I. Belyanskiy bilan hamkorlikda Sankt-Peterburg universiteti professori B. Rozingning ilmiy sxemasi asosida yaratilgan elektron televidenie mexanizmini amalda muvaffaqiyatli sinab ko'rdilar. Bu ixtiro uchun ular 5592-raqamli patent oldilar, unda 1925 yil 9 noyabrda bu ikki muallifning elektroskopiya apparati ro'yxatga olinganligi aytiladi.[7]

O'zbekiston TVsiga o'tamiz. Bu yerda, garchi u qisman xo'jalik hisobidagi tashkilotga aylangan bo'lsa-da, Milliy teleradiokompaniyaning tuzilmasi va faoliyati o'zgarmadi. MTRKning asosiy daromad manbai davlat subsidiyalaridir. Biroq, davlat subsidiyalarining o'zi yetarli emas, shuning uchun reklama qo'shimcha daromad manbai sifatida baholanadi. Reklama uchun to'lovlar qo'shimcha daromad manbai bo'lganligi sababli, reklama homiysi telekompaniyaga ta'sir ko'rsatish kuchiga ega emas. Yaponiya jamoat televideniesi singari, MTRK asosan yangiliklar va ma'rifiy dasturlarni efirga uzatadi, unda bevosita ko'ngilochar namoyishlar kamroq. Har bir mintaqada MTRKning teleko'rsatuvlar diapazoni butun O'zbekistonni qamrab oladi. Toshkentdan tashqari, bir nechta asosiy shaharlarda, filiallar bilan bir qatorda mahalliy hokimiyat organlari va xususiy korxonalar tomonidan boshqariladigan kichik mahalliy telestansiyalar mavjud.

Hozirgi vaqtda MTRK teleindustriya sifatida duch kelayotgan jiddiy muammo moliyaviy ahvolni yaxshilash zaruratidir. Shu munosabat bilan MTRKni xususiylashtirish masalasi ko'rib chiqilmoqda. Aslida, O'zbekistondagi telekanallardan biri "Yoshlar" tarkibiy jihatdan allaqachon xususiylashtirilgan. Biroq, kanal hali ham davlatdan subsidiya oladi, chunki u barcha xarajatlarni faqat reklama hisobidan qoplay olmaydi. Shuning uchun "Yoshlar" MTRK ta'sirida bo'lib, to'liq xususiy korxonaga deb atala olmaydi.

Muallifning fikricha, teleindustriyani rivojlantirish harakatida o'z yo'lini izlayotgan O'zbekiston televideniesi uchun Yaponiya tajribasi nihoyatda foydali bo'ladi, chunki u yerda teleko'rsatuvlarning boshidanoq xususiy va davlat telekompaniyalari bir-biriga uzluksiz qarama-qarshi munosabatlarda bo'lgan.

Xulosa. Mazkur tadqiqot Yaponiya televidenie menejmenti va sanoatining shakllanishi hamda rivojlanish sharoitlarini o'rganishga bag'ishlandi. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, Yaponiya televideniesi Ikkinchi jahon urushidan keyingi davrda davlat va xususiy sektor uyg'unligi asosida shakllanib, bugungi kunda yuqori darajada rivojlangan media tizimiga aylangan.

Yaponiyada NHK kabi jamoat televideniyesi hamda xususiy telekanallar o'rtasidagi muvozanat raqobat va sifatli kontent yaratilishiga xizmat qilgan. Bu model media plyuralizmni ta'minlab, televidenie sohasining barqaror rivojlanishiga sharoit yaratgan.

O'zbekiston televidenie tizimi bilan qiyoslanganda, Yaponiya tajribasi boshqaruv modeli, moliyalashtirish mexanizmi va xususiy sektorning faol ishtiroki jihatidan muhim o'rnak bo'la oladi. Ayniqsa, reklama bozori va mustaqil telekompaniyalar rivoji sohani yanada samarali boshqarishga imkon beradi.

Umuman olganda, Yaponiya televidenie tajribasini o'rganish O'zbekiston media tizimini modernizatsiya qilish, menejmentni takomillashtirish va xalqaro standartlarga yaqinlashtirishda muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. "Erkin va obod, demokratik jamiyatni barchamiz birgalikda barpo etamiz" // O'zbekiston Respublikasi Prezidentining lavozimga kirishish tantanali marosimiga bag'ishlangan Oliy Majlis palatalarining qo'shma majlisidagi ma'ruzasi. (2016 yil 14 dekabr) // 1-jild. 138-, 154-betlar.
2. "Yaponiya-O'zbekiston munosabatlari yuqori bosqichga chiqmoqda // "Yangi O'zbekiston". (2025-yil. 19 dekabr).
3. Qaralsin: Frumkina R.M. "O nas – naiskosok". M., (1995-yil).
4. Yaponiyaning "The Japan Times" gazetasida bosilgan maqola, 2019 yil 18 dekabr // 4- jild 302-bet.
5. Hiroshi Aramata. TV hakubutushi (Televidenie muzeyi). -Tokio: Shogakukan, (1997-yil). – BB. 79, 111, 200.
6. Katsufumi Amano. Gendai mascomi ron no point (OAV zamonaviy nazariyalarining xususiyatlari). -Tokio: Gakubunsha, 1999. – B. 1.
7. Yurovskiy A. Televidenie – poiski i resheniya. -M.: Iskusstvo, (1983 – yil). – B. 26.

NOKIS MAMLEKETLIK
PEDAGOGIKALIQ INSTITUTI
N M P I
1934