



## TELEVIZION SHOU JANRINING PAYDO BO‘LISHI VA RIVOJLANISHI

G‘afurova Mohichehra

*Annostasiya: Maqolada teleshou janrining paydo bo‘lishi, rivojlanishi va teleshoular ichida Reality shouning kelib chiqish tarixi, turlari, bugungi kunda teleshoularning televideniyaedagi o‘rni haqida batafsil ma‘lumot berilgan.*

**Kalit so‘zlar:** *Reality shou, AQSh televideniyesi, skript.*

Televideniyaedda shoular alohida o‘rin tutadi. Ayniqsa ko‘ngilochar ko‘rsatuvlar auditoriyani o‘ziga tez jalb qiladi. Axborot texnologiya va internet tezkor rivojlangan asrda televideniyaedga talab ilgari gidek katta emas. Bugungi kunda telekanallar auditoriyani o‘ziga tortish va o‘z auditoriyasini saqlab qolish uchun turli xil shou dasturlarini efir setkasiga joylashtirganlar. Bu shou dasturlari turli xildir. Qaysidir telekanal ijtimoiy-siyosiy masalalarni ko‘tarib chiqsa yana bir kanal ko‘ngilochar shoularni teletomoshabinlarga yetkazib beradi. Asosan shoular kutilmagan voqealarni va insonlarning kutilmagan vaziyatga munosabatini o‘z ichiga oladi. Shou dasturlari auditoriya bilan birga ishlaydi.

Teleshoular taraqqiyoti AQSH televideniyesi bilan bog‘lanadi. Ilk bora, kutilmagan vaziyatlarda odamlarni ko‘rsatadigan dasturlar o‘tgan asrning 40-yillarda paydo bo‘lgan. “1948-yilda AQSh televideniyesida “Yashirin kamera shousi” (1947 yilgi “Yashirin mikrofon radioshou” asosida) paydo bo‘lgan.”<sup>1</sup> Tez orada bu shou juda mashhur bo‘ladi. Bu dasturlar ilk bor televideniya va radio orqali ssenariy muallifining buyrug‘i bilan kutilmagan vaziyatga tushib qolgan odamlarning munosabati va xatti-harakatlarini yozib olib, efirga uzata boshlaydi. 1950-yilda “Vaqtdan oldin”, “Sabab yoki oqibat” o‘yin debyutini ko‘rsatib, oddiy odamlarni turli xil eksentrik musobaqalar, hiylalar va hazillarga jalb qilgan.

Shoularga to‘xtaladigan bo‘lsak, aynan Realiti shoudan boshlaymiz. Chunki bu atama ko‘pchilikka ma‘lum. Bugungi kunda “Sevimli” telekanali orqali efirga uzatilayotgan “Zirapcha” teleshousi muhlislar tamonidan juda iliq kutib olindi va o‘z auditoriyasiga ega bo‘ldi. Realiti-shou yoki realiti-televideniya (inglizcha reality – reality, reality) – televizion janr, ya‘ni ko‘ngilochar teledastur va onlayn translyatsiya turi. Syujet hayotga yaqin muhitda bir guruh (yoki guruhlar) odamlarning harakatlarini ko‘rsatishdir. Realiti shou – real hayotdan yozib olingan dramatik va kulgili vaziyatlarni ssenariysiz aks ettiruvchi va professional aktyorlar o‘rniga real odamlardan foydalanadigan teledastur turi. Bu hujjatli filmning bir turi deyish mumkin. Televizion dasturning dastlabki kunlaridanoq u turli shakllarda mavjud bo‘lsa-da, 2000-yillarda mashhur tendentsiyaga aylandi. Realiti-televideniya AQSH va Buyuk Britaniya da juda rivojlangan va bu mamlakatlarning radioeshittirish tarmog‘idagi realiti-dasturlarning ulushi Rossiyaga qaraganda ancha yuqori (60%), ammo “haqiqiy televideniya” atamasi faqat G‘arb tipologiyasida mavjud. Janrlar, Rossiyada shu ma‘noda kamroq ishlatiladi ya‘ni – “realiti-shou”.

Ushbu turkumga ko'plab dastur turlari kiradi, musobaqalardan tortib kuzatuv dasturlarigacha. Biroq, tanqidchilarning ta'kidlashicha, haqiqat-reallik atamasi noto'g'ri, chunki u odamlarni bir joyga qamab qo'yadi, ularni ekzotik orolga yuboradi, g'ayrioddiy vaziyatlarda harakat qilishga majbur qiladi va bularning barchasi yuqori darajadagi tahrirlash texnikasi bilan dasturlashtirilgan. Shuning uchun ular haqiqatni aks ettirmaydi. Unda realiti-shou, hujjatli film uslubi, mashhur odamlar (Osbourne), professional faoliyat (Jackass), raqobat uslubi (Kimdir bizni kuzatmoqda), shaxsiy o'sish uslubi, tanishuv uslubi, tok-shou va yashirin kamera dasturlari kabi toifalar mavjud. Realiti-shoularda tez sur'at, sensatsiya, personifikatsiya, kamroq abstraksiya, dramatik to'qnashuvlar kuchayishi kabi xususiyatlar ham bo'lishi mumkin. Masalan, WWE (Amerika kurashi) realiti-shousidir.

Ushbu televizion janr ko'plab televizion dasturlarni birlashtiradi, janrning asl g'oyasi dastur quyidagi xususiyatlarga mos kelishini taxmin qiladi:

- skript yo'qligi<sup>2</sup> ;
- birinchi suratga olishdan boshlab televizorda efirga uzatiladi;
- professional aktyorlar emas, balki o'yin janrida amaliyotga ega bo'lmagan oddiy odamlarning ya'ni o'z xohishiga ko'ra bu dasturda qatnashishni istagan ishtirokchilar ishtiroki.

Suratga olish sharoitlari real sharoitlarga iloji boricha yaqinroq (ba'zi hollarda ekstremal vaziyatlar va hayot uchun kurash). Uzoq vaqt davomida ko'rsatuv ma'lum bir muhitda izolyatsiya qilingan qahramonlar guruhining (taxminan) tabiiy hayoti va o'zaro ta'sirini ko'rsatadi. Ishtirokchilarning xulq-atvor erkinligi e'lon qilinadi – voqealar oldindan belgilangan ssenariysiz (“Ssenariyli haqiqat”) erkin rivojlanadi, deb ishoniladi, bu realiti-shouning “e'tiborli tomoni” hisoblanadi. Tomoshabin u sahnalashtirilgan spektakl emas, balki hayotdan har doim ham haqiqat bo'lmagan haqiqiy sahnalarning guvohi ekanligiga ishonishga majbur bo'ladi. Sahnaning atigi 40 foizi ssenariy qilingan bo'ladi. Bunda asosiy qilinadigan ishlar inobatga olinadi. Qahramonlarning hayoti, ruhiyati, odamlar bilan kirishib keta olishi, orzulari, armonlari, dard-alamlar qahramonlar tilidan tomoshabinlarga yetkazib beriladi.

Realiti shou orqali ma'lum bir maqsad ko'zda tutiladi. Va dastur yakunida yutuq va kamchiliklar o'rganilib chiqiladi. Bir qaraganda bu shou dasturi juda oson jarayonga o'xshaydi. Lekin ketma-ket suratga olish jarayonlari, ishtiroklar bilan ishlash katta mablag' va ko'proq vaqtni talab etadi.

Realiti-shou dasturini tashkil qilishning o'ziga yarasha maqsad va vazifalari mavjud. Realiti-shouni suratga olish va efirga uzatishning bir nechta umumiy variantlari va turli yondashuvlarni turli darajada birlashtirgan ko'plab loyihalar mavjud. Barcha holatlarda ishtirokchilar guruhi (ba'zan doimiy, ba'zan o'zgaruvchan tarkib) doimiy ravishda cheklangan makonda yashaydi; bu hayot voqealari doimiy ravishda televizor kameralari tomonidan suratga olinadi va televizorda efirga uzatiladi. Bugungi kunda telelanallarning YouTubedagi rasmiy sahifalari va ijtimoiy tarmoqdagi rasmiy kanallariga dastur sonlari ketma-ketlikda joylanadi. Loyiha odatda aniq belgilangan maqsadga ega bo'ladi va shouda



g'alaba qozongan ishtirokchiga yutuq qo'yiladi ( katta mablag') yoki yutuq qo'yilmasligi ham mumkin. Bu tashkilotchi yoki homiylarga bog'liq. Shunday qilib, ishtirokchilar nafaqat dastur qahramonlari, balki ushbu sovrin uchun kurashda raqiblar hamdirlar. Qoidaga ko'ra, loyiha ishtirokchilari turli sabablarga ko'ra har xil vaqt va vaziyatlarda dasturni tark etadilar. Ishtirokchilar ovoz berish natijalariga ko'ra hakamlar hay'ati qarori bilan, tomoshabinlar tomonidan ovoz berish natijalariga ko'ra, shou tashkilotchilari (ikkinchisi kamdan-kam hollarda bevosita amalga oshiriladi, chunki u tabiiylik muhitini buzadi) qaroriga ko'ra baholanib boriladi.

Video materiallarni yig'ish turli yo'llar bilan amalga oshirilishi mumkin. Ba'zi hollarda, ishtirokchilarning yashash joylariga yashirin kameralar o'rnatiladi, shuning uchun barcha harakatlar qayerda sodir bo'lishidan qat'i nazar, qayd etiladi. Ishtirokchilar doimiy ovoz yozish uchun uskunalar taqishadi. Chunki ular bilan suhbatlar olib boriladi va mutaxassislar bilan birga ishlashadi. Suratga olish ishlari qayta ishlanishi mumkin, lekin ba'zida ular to'g'ridan-to'g'ri efirga uzatiladi (pre-moderatsiya bilan yoki hatto real vaqtda). Boshqa hollarda, suratga olish an'anaviy tarzda va faqat ma'lum bir vaqtda (turli jamoaviy tadbirlar, tanlovlar, ovoz berish, ishtirokchilar bilan suhbatlar, kundalik hayotning individual lahzalari) amalga oshiriladi va efirga uzatiladi. Tomoshabinlar ekranda sodir bo'layotgan voqealarni haqiqiy voqealar deb taxmin qilishga da'vat etilgan bo'lsa-da, bu odatda to'liq to'g'ri emas. Aniq skript bo'lmasa ham, shou prodyuserlari odatda tomoshabinlarning loyihaga qiziqishini yo'qotmasliklari uchun jarayonlarni juda qattiq boshqaradilar. Natijada, janjallar, ishtirokchilar jamoasi ichida guruhlarning shakllanishi va raqobati rag'batlantiriladi.

Vaqt o'tishi bilan realiti-shou formatlari bir necha yo'nalishda rivojlana boshladi:

1.Yer aholisining ko'p qismiga xos bo'lgan ko'zdan kechirish va eshitishga bo'lgan ishtiyoqni qondiruvchi ko'rsatuv. Qiziqish va kuchli tajribaga intilish, ayniqsa o'zgaruvchi kundalik hayot fonida namoyon bo'ladi, odamlar e'tiborini shou qahramonlari bilan sodir bo'lgan voqealarga qaratadi. Shuning uchun ishtirokchilar turli xil, ammo ayni paytda jamiyat uchun tipik belgilarga ega bo'lishlari kerak. O'ynash, taassurot qoldirish, e'tiborni jalb qilish qobiliyati qimmatlidir.

Peep shoulariga misollar: "Big Brother" (Gollandiya), "Big Diet end Broken" (Buyuk Britaniya); "Oyna ortida" (1-mavsum), "Ochlik", "Dom-2", "Arvoh ovchilari" (Rossiya).

2.Ta'mirlash (modernizatsiya) ko'rsatish, dastur qahramonining qaysi qismi yoki butun yashash maydoni, uning ish joyi yoki transport vositasi yangilangan (modernizatsiya qilingan). 1979-yilda debyut qilgan Amerikaning "Ushbu eski uy" shousi o'zining birinchi turi edi. 1996 yilda boshlangan inglizcha "Changing Rooms" shousi (keyinchalik AQSHda "Savdo maydonlari", Rossiyada "Keling, yangilaymiz" nomi bilan boshlangan) o'z qo'llaringiz bilan yashash xonasini ta'mirlash bo'yicha shou edi. Bu shou dasturlari Rossiya telekanallarida hozirgacha namoyish etiladi.

Yangilanish shoulariga misollar: "Pimp My Ride" va "Overhulin" avtomobillar qanday yangilanganligini ko'rsatadi.



3. Omon qolish shousi normal hayot uchun chidab bo'lmay sharoitlar bilan ajralib turadi, unda loyiha ishtirokchilari g'alaba uchun kurashadilar. Favqulodda va ekstremal sinovlarda ishtirokchilarning kutilmagan to'siqlarni idrok etishga chidamliligi va ularni yengib o'tishga tezkor reaksiyasi sinovdan o'tkaziladi. Ishtirokchining ishonchliligi va mas'uliyatiga, shou tashkilotchilarining talablarini bajarishga tayyorligiga alohida e'tibor qaratiladi. O'zbekiston televidinyesida ham bu shou turi suratga olingan. "Sevimli" kanalida "Sahro" realiti shousi 2019-yilda efirga ketma-ket uzatilib borilgan. Bunda qahramonlar sahroda 3 kun yashash uchun kurashishadi. Ishtirokchilarga ma'lum bir shartlar qo'yiladi. Shartlarni muvafaqqiyatli bajargan ishtirokchisiga ma'lum bir miqdorda mablag' beriladi. Mablag' ko'rsatuv homiylari tomonidan tashkillashtiriladi.

Omon qolish shoulariga misollar: "Survivor" (Shvetsiya), "Tirik" (AQSh) va "So'nggi qahramon" (Rossiya), "Sahro" (O'zbekiston)

4. Trening shousi o'zining ko'ngilochar funksiyasidan tashqari, tomoshabinlar uchun ham, ishtirokchilar uchun ham amaliy afzalliklarga ega. Ishtirokchilarga yangi kasbni egallash yoki kasbiy saviyasini oshirish vazifasi qo'yiladi. Tinglovchilar amaliy bilim olish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Ko'rgazma ishtirokchilari bilim olishga intilib, uni amalda qo'llashlari juda muhim. Faol va g'alaba qozongan ishtirokchilar ushbu sohada bilim va malakalarini oshirish imkoniyatini qo'lga kiritadilar.

O'quv shousiga misol: "Yulduzli fabrika", "Shisha ortida-2.", "Oxirgi biftek", "Oyna ortida-3", "Endi siz armiyadasiz!" va "Uy"

5. O'yin namoyishi yuqoridagi yo'nalishlarni o'zida mujassam etgan va tomoshabinlar uchun eng katta qiziqish uyg'otadi, chunki odatda tasodifiy bo'lgan syujet va voqealarni oldindan aytib bo'lmaydi. Ko'rgazma davom etar ekan, qiziqish va hayajon paydo bo'ladi. Chiziqli bo'lmagan syujet, shifrlangan missiyalar, nostandart echimlarni izlash va kutilmagan natija - o'yin shousining asosiy xususiyatlari. Ishtirokchilar nostandart sharoitlarda joylashtiriladi va nafaqat jismoniy, balki intellektual to'siqlarni ham engib o'tadi. Oldindan, ishtirokchilarning o'zlari keyingi vazifani qanday bajarishni va kelajakda ularni nima kutayotganini bilishmaydi.

Misol: "Chicky & Freaky", "Makiajistlar jangi".

1. O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti 2-kurs magistranti

2. Skript - bu boshqa turdagi matnlardan juda farqli maqsadda yozadigan matn. Ssenariy o'zini boshqa odamlarning barcha his-tuyg'ulari orqali bahramand bo'ladigan o'yinga, teatrlashtirilgan spektaklga aylantirishga qaratilgan. Oddiy qilib aytganda, skript audiovizual loyihani yaratish uchun ishlatiladigan vositadir.

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Abduxolliqov I, Karimov A. Telejurnalistika asoslari (Ma'ruzalar matni) Toshkent 2005



2. Zakarin, Jordan (June 29, 2012) . « Steven Soderbergh Hints at Switch to Television» The Hollywood Reporter.
3. Umirov S, Do‘stmammedov X, Abduholiqov I, Jo‘rayev X, Karimov A, Mo‘minov F, Matyoqubov A. « Masa-media tipologiyasi, texnikasi va iqtisodi» Toshkent 2010
4. Qozoqboyev T, Xudoyqulov M. «Jurnalistikaga kirish» Toshkent 2018
5. «Sevimli» telekanali
6. <http://en.m.wikipedia.org>
7. <http://ru.m.wikipedia.org>