



UDK: 159.9(575.1)

Malika ISLAMOVA,
O'zbekiston Milliy universiteti tayanch doktoranti
E-mail: malika.daniyeva@gmail.com

O'zMU fan nomzodi, PhD R. Omonov taqrizi asosida

FORMATION AND STRUCTURE OF TELEPRODUCTION ACTIVITIES: THE IMPACT OF ADVANCED FOREIGN EXPERIENCES ON NATIONAL PRACTICE

Annotation

Modern television remains one of the most accessible media. At the same time, it performs a number of important social functions that affect crucial social processes. As the television industry develops, new professions are emerging in it, and the demand for it in practice is growing rapidly. A television producer is one of such modern professions. A television producer is actually not only an organizer, but also a creator in television production. The producer exercises artistic, organizational and financial control over the creation of a television work and is responsible for ensuring that contracts concluded with a company, studio or editorial office comply with the requirements and terms of the contract.

Key words: Television, television industry, television journalist, television producer, television project, history of production.

ФОРМИРОВАНИЕ И СТРУКТУРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ ТЕЛЕПРОДУКЦИИ: ВЛИЯНИЕ ПЕРЕДОВОГО ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ПРАКТИКУ

Аннотация

Современное телевидение остается одним из самых доступных средств массовой информации. В то же время оно выполняет ряд важных социальных функций, влияющих на важнейшие социальные процессы. По мере развития телевизионной индустрии в ней появляются новые профессии, и спрос на них на практике быстро растет. Телевизионный продюсер — одна из таких современных профессий. Телевизионный продюсер фактически является не только организатором, но и создателем в телевизионном производстве. Продюсер осуществляет художественный, организационный и финансовый контроль над созданием телевизионного произведения и отвечает за то, чтобы контракты, заключенные с компанией, студией или издательством, соответствовали требованиям и условиям контракта.

Ключевые слова: Телевидение, телевизионная индустрия, тележурналист, телепродюсер, телевизионный проект, история производства.

TELEPRODYUSERLIK FAOLIYATINING SHAKLLANISHI VA TARKIBI: ILG'OR HORIJYI TAJRIBALARNING MILLIY AMALIYOTGA TA'SIRI

Annotatsiya

Zamonaviy televideniye eng qulay ommaviy axborot vositalaridan biri bo'lib qolmoqda. Shu bilan birga u hal qiluvchi ijtimoiy jarayonlarga ta'sir qiluvchi bir qator muhim ijtimoiy funksiyalarni bajaradi. Teleindustriya rivojlanar ekan, unda yangi kasblar ham paydo bo'lmoqda va amaliyotda unga bo'lgan talab shiddat bilan o'sib bormoqda. Teleprodyuser ana shunday zamonaviy kasblardan biridir. Televizion prodyuser aslida nafaqat tashkilotchidir balki televizion ishlab chiqarishda ijodkor ham sanaladi. Prodyuser televizion asarning yaratilishi ustidan badiiy, tashkiliy va moliyaviy nazoratni amalga oshiradi va kompaniya, studiya yoki tahririyat bilan tuzilgan shartnomalar shartnoma talablari va shartlariga muvofiqligini ta'minlash uchun javobgardir.

Kalit so'zlar: Televideniye, teleindustriya, telejurnalist, teleprodyuser, teleloyiha, prodyuserlik tarixi.

Kirish. XXI asrning raqamli media makonida televideniye endi faqat axborot yetkazuvchi vosita emas, balki mamlakatning madaniy, iqtisodiy va siyosiy rivojiga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi strategik sohaga aylandi. O'zbekistonda oxirgi o'n yilliklarda davlat telekanallari bilan bir qatorda nodavlat telekanallarining jadal rivojlanishi, xalqaro OTT-platformalarining kirib kelishi, kontent ishlab chiqarishning bozordagi raqobat mexanizmlariga moslashuvi prodyuserlik faoliyatini professional asosda rivojlantirishni talab qilmoqda.

Biz keyingi yillarda, ulug' ajdodlarimiz boshlab bergan ibratli an'analarni davom ettirib, demokratik jamiyatning muhim sharti va tamoyili bo'lgan ommaviy axborot vositalarini izchil rivojlantirishga ustuvor e'tibor qaratmoqdamiz. Ana shunday yondashuv tufayli media makonimizga ilg'or loyiha va texnologiyalar, yangicha mulkiy munosabatlar jadal kirib kelmoqda. Respublikamizda faoliyat ko'rsatayotgan 2 ming

400 ga yaqin ommaviy axborot vositalarining 65 foizi nodavlat sektor hissasiga to'g'ri kelayotgani, xususiy nashrlar, teleradiokanallar, internet resurslari tobora ortib, ulardan foydalanuvchilar soni 14,7 milliondan 32,7 millionga yetgani, axborot kontentlarini yaratuvchilar safi kengayib borayotgani, hech shubhasiz, mamlakatimizning media sohasidagi salohiyatini oshirishga xizmat qilmoqda. Ayniqsa, milliy mediakontentni rivojlantirish yo'lida yosh ijodkorlar, mustaqil studiya va prodyuserlik markazlari faoliyati qo'llab-quvvatlanayotgani virtual makonda yuksak sifatli, raqobatbardosh loyihalar paydo bo'lishi uchun zamin yaratmoqda. Mamlakatimizda fuqarolarning axborot sohasidagi konstitutsiyaviy huquqlarini, matbuot va so'z erkinligining qonuniy ijrosini ta'minlash bo'yicha sezilarli ishlar amalga oshirilmogda.

Prodyuserlik — televideniye va kinoda ijodiy-ma'muriy boshqaruv, loyihaning kontsepsiyasidan tortib moliyalashtirish, ijro etuvchilarni tanlash va auditoriyaga yetkazilgunga qadar bo'lgan butun jarayonni birlashtiruvchi faoliyatdir. O'zbekistonda prodyuserlik amaliyoti televideniye sohaning tashkil topishi va rivojlanishi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, uning boshlang'ich bosqichlari sovet davrining texnik-tashkiliy sharoitlari va davlat mediyasining ideologik funksiyalari doirasida shakllangan.

Yevropa va Yaponiya tajribasi bilan tanishgan holda, O'zbekiston kontekstiga bog'lash uchun quyidagi amaliy xulosalar olindi:

1. Model moslashtirish — Yaponiya tajribasidan kelib chiqib, O'zbekistonda ham ichki (in-house) prodyuserlik imkoniyatlarini kuchaytirish bilan bir qatorda, kichik prodyuserlarni qo'llab-quvvatlovchi moliyaviy mexanizmlar (grantlar, koproduksiya fondlari) joriy etish lozim.

2. Texnik-ijodiy kompetensiyalar — 8K kabi yuqori texnologik loyihalar Yaponiya misolida prodyuserlardan yangi texnik bilimlarni talab qilmoqda; shuning uchun O'zbekistonda prodyuserlar uchun texnik mashg'ulotlar va post-production kurslarini rivojlantirish maqsadga muvofiq.

3. Ijodiy mustaqillik va kichik ishlab chiqaruvchilar — JFTC hisobotidagi tavsiyalar asosida, kichik prodyuserlarning bozordagi pozitsiyasini kuchaytirish uchun adolatli shartnoma mexanizmlari va raqobatni qo'llab-quvvatlash choralari ehtiyoj bor.

Bu esa o'z navbatida prodyuserlikning yangi bosqichga ko'tarilishini davlat darajasida qo'llab-quvvatlash zarurligini tasdiqlaydi. Shu boisdan, milliy teleindustriyada prodyuserlikning shakllanishi, rivojlanishi va hozirgi muammolarini ilmiy jihatdan chuqur o'rganish masalasi dolzarb va asosli hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlartahlili. Prodyuserlik nazariyasi va amaliyoti bo'yicha xorijda John Thornton Caldwell, Mark Deuze, Jason Mittell, Christine Geraghty, Janet Wasko, Toby Miller, John Corner, Justin Wyatt, Paul McDonald va boshqalar keng qamrovli ilmiy izlanishlar mavjud. Rossiyalik olimlar • Vladimir Kolyada, Maria Shilina, Sergey Muratov, Evgeniy Primakov, Tatyana Samoilenko, Irina Bocharova, Olga Kuznetsova, Aleksey Vorontsov, Natalya Trofimova, Andrey Vartanov va boshqalarning ilmiy izlanishlari o'rganildi. O'zbekistonda esa televideniye rivojlanishi va OAV boshqaruvi bo'yicha tadqiqotlar olib brogan Yusuf Hamdamov, Shavkat Ibragimov, B.S. Sayfullayev va boshqalarning ilmiy ishlari o'rganildi. Lekin davlat va nodavlat telekanallari faoliyati misolida prodyuserlikning shakllanish bosqichlari, rivojlanish dinamikasi va muammolarini kompleks tarzda o'rganishga bag'ishlangan fundamental ishlar yetarli emas.

Tadqiqotning asosiy maqsadi – O'zbekiston teleindustriyasida prodyuserlik faoliyatining tarixiy shakllanishi, hozirgi rivojlanish bosqichlari va tizimdagi muammolarni tahlil qilish hamda ularni bartaraf etish bo'yicha ilmiy asoslarni takliflar ishlab chiqishdir.

Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilandi:

1. Prodyuserlik tushunchasining nazariy asoslari va xalqaro rivojlanish tajribasini tahlil qilish.

2. O'zbekiston davlat va nodavlat telekanallarida prodyuserlik faoliyatining paydo bo'lishi va evolyutsiyasini bosqichma-bosqich o'rganish.

3. Raqamli transformatsiya sharoitida prodyuserlikning zamonaviy modellari va samaradorlik mezonlarini aniqlash.

4. Kadrlar tayyorlash, moliyalashtirish, huquqiy baza hamda ijodiy erkinlikka doir mavjud muammolarni kompleks baholash.

5. Xorijiy tajribani O'zbekiston sharoitiga moslashtirish asosida taklif va tavsiyalar ishlab chiqish.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, kontent-tahlil, sotsiologik so'rov, yarim tuzilmaviy intervyu, shuningdek media iqtisodiyoti va madaniyatshunoslik usullari qo'llanadi. Empirik ma'lumotlar sifatida prodyuserlar, ijodiy guruh a'zolari va auditoriya vakillari bilan o'tkazilgan so'rovnoma, shuningdek rasmiy statistika va telekanal arxivlari asos qilib olinadi.

Tahlil va natijalar. Teleindustriyada prodyuserlik faoliyatining institutsional va professional rivoji nafaqat kontent sifatini oshiradi, balki milliy media bozorining iqtisodiy barqarorligi, xalqaro raqobatbardoshligi va madaniy xilma-xilligini ta'minlaydi. Davlat siyosati, nodavlat sektorining erkin tashabbuslari hamda raqamli texnologiyalar uyg'unligi bu jarayonning asosiy harakatlantiruvchi kuchi hisoblanadi.

O'zbekiston davlat va nodavlat telekanallari misolida prodyuserlikning shakllanish bosqichlari birinchi bor kompleks ilmiy yondashuv asosida tizimli tahlil qilindi. Milliy teleindustriyada raqamli transformatsiya sharoitida prodyuserlikning institutsional modeli ishlab chiqildi. Xorijiy tajribani O'zbekiston sharoitiga moslashtirishning amaliy mexanizmlari – kadrlar tayyorlash, moliyaviy barqarorlikni ta'minlash va huquqiy meyorlarni takomillashtirish bo'yicha takliflar ilgari surildi.

Izlanishlar natijalari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

O'zbekiston teleindustriyasi uchun prodyuserlikka oid o'quv dasturlari, malaka oshirish kurslari va kadr tayyorlash strategiyalarini ishlab chiqishda;

Davlat va xususiy telekanallarni boshqarish hamda kontent ishlab chiqarish strategiyalarini;

OAVni rivojlantirish bo'yicha davlat siyosati va normativ-huquqiy hujjatlarni ishlab chiqishda bevosita qo'llanishi mumkin.

So'nggi o'n yillikda O'zbekiston axborot-madaniy makonida televideniye nafaqat axborot vositasi, balki ijtimoiy-siyosiy jarayonlarning muhim omiliga aylandi. 2023 yil yakunlariga ko'ra, Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga binoan, aholining 78 foizi asosiy axborot manbai sifatida televideniye tanlaydi, shuningdek 65 foiz tomoshabin haftasiga kamida uch marta xususiy telekanallarni tomosha qiladi. Shu bilan birga, Raqamli rivojlanish vazirligi 2024 yilgi hisobotida O'zbekiston teleindustriyasida tijoriy reklama hajmi 2019 yilga nisbatan 42 foizga oshganini, raqamli platformalar bilan integratsiya esa 35 foizga yetganini qayd etadi. Raqobatning keskinlashuvi va raqamli media muhitining kengayishi teleindustriyada prodyuserlik faoliyatini professional asosda rivojlantirishni taqozo etmoqda. Prezidentning "Ommaviy axborot vositalarini rivojlantirish va ularning iqtisodiy mustaqilligini ta'minlash to'g'risida"gi farmonlari hamda "2030 yilgacha media sohasini rivojlantirish strategiyasi"da belgilangan vazifalar mazkur mavzuning dolzarbligini davlat darajasida tasdiqlaydi.

Xulosa va takliflar. Tahliliy adabiyotlarda qayd etilishicha, O'zbekiston prodyuserlari hozirgi kunda nafaqat texnik-tashkiliy, balki brend, marketing va multiplatforma bo'yicha ham strategik qarorlar qabul qiluvchi mutaxassislar sifatida shakllanmoqda. Bu esa prodyuserlik kasbining an'anaviy "efir tashkilotchisi" obrazidan kreativ va biznes-yo'nalishli mutaxassislikka evolyutsiyasini anglatadi.

Muammolar va rivojlanish istiqbollari analitik manbalar prodyuserlik sohasidagi asosiy muammolarni quyidagicha belgilaydi:

kadrlar tayyorlashdagi nomutanosiblik: ijodiy va biznes ko'nikmalarga ega prodyuserlar yetishmasligi.

moliyalashtirish va mustaqil loyiha ishlab chiqishdagi qiyinchiliklar, ayniqsa sifatli serial va hujjatli filmlarga sarmoya yetishmovchiligi.

kontent sifati va xalqaro standartlarga mos kelishi masalalari — texnik jihatdan ham, ssenariy hamda rejissorlik darajasida rivojlanish talab etiladi.

Istiqbolda ilmiy-ta'lim muassasalari bilan hamkorlikni kuchaytirish, xalqaro treninglar va rezidentura dasturlarini yo'lga qo'yish, shuningdek, multiplatforma uchun mos biznes-model va grantlarni kengaytirish orqali prodyuserlikning professional darajasi oshishi mumkinligi ta'kidlanadi.

O'zbekistonda prodyuserlik faoliyati televizion infratuzilmaning paydo bo'lishi bilan birga rivojlana boshladi va sovet davrida asosan davlat nazorati ostida tashkil etildi. Mustaqillikdan keyin ommaviy axborot maydonining liberallashtirilishi va xususiy telekanallarning paydo bo'lishi prodyuserlik amaliyotining tijoriy va kreativ jihatdan tezkor rivojlanishiga turtki berdi. So'nggi yillarda raqamli transformatsiya va multiplatforma talablarining kuchayishi prodyuserning ro'lini kengaytirib, uni strategik, kreativ va biznes qobiliyatlari uyg'unligiga ega mutaxassisga aylantirmoqda. Kelayotgan yillarda kadrlar tayyorlash, moliyalashtirish mexanizmlari va sifatli kontent ishlab chiqarish sohalaridagi islohotlar prodyuserlik amaliyotini yanada professional darajaga ko'tarishi kutiladi.

ADABIYOTLAR

1. <https://www.spot.uz/oz/2021/05/20/ott/> "O'zbekistonda "OTT platformasi" ishga tushdi" 20.05.2021
2. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga Prezident tabrigi. 27.06.2025
3. Yaponiya Performance Excellence Online Assotsiatsiyasi jurnali, 7-jild, 1-son
4. Report on Fact-Finding Survey on Transactions for the Production of TV Programs (Overview) July 29, 2015 Japan Fair Trade Commission
5. "O'zbekistonda televizion rivojlanish tarixi" Boysunov B.P. Vaisova N.A.
6. Gubin D. P. radio va televizorning ichki oshxonasi. M.: 2016 yil.
7. Kellison K. televizorda ishlab chiqarish: amaliy yondashuv. Minsk: 2008 yil.