

ZAMONAVIY TELEKANALLARDA KONTENT– STRATEGIYALARINING AHAMIYATI

Fayzullayeva Sabina Mo'ydullo qizi

Xalqaro jurnalistika fakulteti magistranti

Annotasiya. *Ushbu maqolada zamonaviy telekanallarning content – strategiyalari haqida so‘z boradi. Shuningdek, mazkur maqola mavzusi yuzasidan rasmiy va ilmiy adabiyotlar umumlashtirilib mavjud muammo yuzasidan taklif va tavsiyalar keltiriladi.*

Kalit so‘zlar: *Kontent, televideniya, zamonaviy format, kontent texnologiyalari.*

Абстрактный. *В данной статье говорится о контент-стратегиях современных телеканалов. Также обобщена официальная и научная литература по теме данной статьи и даны предложения и рекомендации по существующей проблеме.*

Ключевые слова: *Контент, телевидение, современный формат, контент-технологии.*

Abstract. *This article talks about the content strategies of modern TV channels. Also, the official and scientific literature on the topic of this article is summarized and suggestions and recommendations are given on the existing problem.*

Key words: *Content, television, modern format, content technologies.*

KIRISH

Jamiyatda so‘z erkinligini ta'minlash, oshkoralik va ochiqlik nuqtayi nazaridan raqamli muhitning ommalashuvi muhim qadam bo‘ldi. Foydalanuvchilarning bevosita ishtiroki, ularning hammuallifligini nazarda tutadigan medianing bu ko‘rinishi Interaktivlikning axborot almashinuvidagi ahamiyatini oshirdi. Yurtimizning radiojurnalistika bo‘yicha etakchi mutaxassisi K. F. Ismailova Interaktivlikning o‘ziga xos xususiyatlari borasida o‘z qarashlarini quyidagicha ifoda etadi: “muloqotning interaktiv modeli va shaxslararo model o‘rtasidagi asosiy farq bu ba'zi texnik vositalar (kompyuter, mobil, sun'iy yo‘ldosh aloqasi va boshqalar) tomonidan ta'minlangan va nazariy jihatdan global qamroviga kengaytirilishi mumkin bo‘lgan aloqa doirasidir”[1] bu jarayonda auditoriya raqamli muhitda faollashib, jamiyatda sodir bo‘layotgan voqeahodisalarga nisbatan o‘z munosabatini erkin ifodalaydi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

O‘tgan asr oxirlarida qator tadqiqotchilar qatori amerikalik olim Rassel Noyman ham shu mavzuda tahlillar olib borgan: “yangi media g‘oyasida interaktivlik muhim xususiyat kasb etadi. Bundan 30 yillar avval yangi mediani foydalanuvchi va axborot orasidagi interaktivlikni ta‘minlovchi kommunikasion texnologiya sifatida aniqlashtirishdi” [2] shu tarzda kompyuter texnologiya bilan televideniening uyg‘unligidagi interaktiv televidenie yo‘nalishi taraqqiy etdi. Interaktiv televideniya tomoshabinlar raqamli muhitning barcha imkoniyatlaridan televizion industriya kesimida foydalanishni boshladilar. Bunda TV dasturlarida televizion kontentga bevosita o‘z ta‘sirini o‘tkazish qatorida loyihaning istalgan joyidan, xohlagan vaqtda tomosha qilish kabi videoformatdagi qulayliklar bilan birga foydalanuvchiga haridlarni amalga oshirish kabi on-layn media muhitidagi xizmatlar ham ko‘rsatila boshladi. Ya‘ni, bu hodisa kompyuter texnologiyasi bilan televideniening uyg‘unligidagi interaktiv televidenie uchun xosdir. ITV yoki ITV shaklda ifodalanadigan interaktiv televideniening o‘tgan asr oxirlarida Internet televidenie, interaktiv televidenie, shaxsiy televidenie kabi turli ko‘rinishlari ham vujudga keldi.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Ba‘zi mutaxassislar “interaktiv televidenie” atamasini foydalanuvchilar uchun yaratgan imkoniyatlaridan kelib chiqib “auditoriyaga moslashadigan televidenie” shaklida ishlatishni nazarda tutishdi. Ammo bugungi kunda aksariyat televidenie bo‘yicha mutaxassislar tomonidan interaktiv televidenie atamasini — texnik xususiyatga ko‘ra emas, balki televideniya dasturidagi kommunikativ qaytariqli aloqaga asoslangan o‘zaro ta‘sir jarayonlari kuzatiladigan loyihalarga nisbatan qo‘llanilib kelinyapti. “Bugungi kunda mutaxassislar televizion kontent yaratishda turli shaklda televizion auditoriyaning ishtirok etishini nazarda tutishiga nisbatan “interaktiv televidenie” atamasini ishlatishmoqda. Telekommunikator bilan teletomoshabin o‘rtasidagi o‘zaro ta‘sirning yangi ko‘rinishi shakllanib, kommunikasiya ishtirokchilarining ikki tomonlama muloqoti televizion kontentga ta‘sir qiladi. Yangi ko‘rinishdagi muloqot dialogik va interaktivdir”[3]. Televideniyaning ishlash usuli shundan iboratki, birinchi navbatda xarajatlar va investitsiyalar bo‘ladi, keyin esa televizor mahsuloti olinadi. Telekanallarda bir-ikki yil avval moliyalashtirilgan ko‘rsatuvlar, seriallar efirga uzatiladi. Televizion ishlab chiqarish iqtisodiyotining o‘ziga xos xususiyati shundaki, inqiroz beqarorligidan oldin telekanal rahbarlari qisqa muddatli kreditlar olib, teledasturlarni ishlab chiqaruvchilarga film olishlari uchun pul berishgan. Bu reklama kampaniyalari uchun reklama beruvchilardan pul notekis (efirga chiqishdan oldin yoki keyin) olinishi bilan izohlanadi[4]. Yuqoridagi sabablarga ko‘ra, allaqachon kastinglar o‘tkazilgan va suratga olish guruhlarini yig‘ilgan

teleloyihalar suratga olinmaydi, chunki telekanallarning tadbirkorlik sub'ektlari suratga olish jarayonini teng darajada moliyalashtirish imkoniyatlarini tushunmaydilar. Televideniye va kino ishlab chiqarishda moliyalashtirishning bir xilligi va ravshanligi juda muhim: asbob-uskunalar, pavilonlar va boshqa ob'ektlar ijarasi, shuningdek, aktyorlar uchun to'lovlar o'z vaqtida to'lanishi kerak, ularning aksariyati teatrlarda va gastrollarda ishlaydi.

Televideniye faoliyati to'g'risida fikr-mulohazalar uchun Internet platformasini o'rganish davomida olingan ma'lumotlarga asoslanib, biz bugungi kunda Internet televideniye ishi va uning barcha jihatlarini keng doirada muhokama qilish uchun juda mobil va ommabop platformani shakllantirgan degan xulosaga kelishimiz mumkin. formatlar. Har kim o'zi uchun qulay bo'lgan o'zaro aloqa shaklini topishi mumkin: televizion kontentning ishi haqida shikoyat qilish, televideniye mazmunini muhokama qilish, qo'shimcha televizion materiallarni ko'rib chiqish shaklida televizor iste'molini davom ettirish va kengaytirish, masalan, suratga olish jarayoni, suratga olish jarayoni ishtirokchilari va umuman OAV ma'muriyati bilan suhbatlar.

XULOSA

Xulosa haqida internet, shak-shubhasiz, o'z faoliyatini davom ettirish, yangi teletomoshabinlarni jalb qilish va televideniye iste'molining mutlaqo yangi jarayonlari va amaliyotlarini yaratish orqali televideniye uchun yangi ufqlarni ochadi. Hamma narsadan tashqari, Internet ham yaxshilanmoqda bu televideniye haqidagi ma'lumotlarni to'plashning mutlaqo yangi shakli, televideniya tarixining o'ziga xos arxivi va har kim foydalanishi mumkin bo'lgan qo'shimcha materiallarning qimmatli manbai bo'lib, zamonaviy axborot jamiyatida juda qimmatlidir va har bir teletomoshabinni o'ziga jalb qiladi. televideniye yaratishga ancha yaqin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Uzbekistonda khorizhii tillar, — 2021, — № 5(40),— pp. 114-123,available at:<https://journal.fledu.uz/ru/interaktivnoe-veshhanie-opytradiostancziji-uzbekistana/>
2. Yatchuk.O.M. Interaktivnyi kontent sovremennogo TV, available at: <http://jurnal.org/articles/2013/fill11.html>
3. <https://amdg.ru/blog/new-media>
4. Эрнст К. Настоящий кризис на телевидении начнется в 2016 году. Mediaprofi. URL: <http://mediaprofi.org> (дата обращения: 10.01.2016).