

Bolalarga oid telekanallarda milliy kontent masalasi, kecha va bugun.

Yusupova Nargiza Qo‘ziboyevna

O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti
Jurnalistika bo‘limi 2- bosqich magistranti

ANNOTATSIYA: Ushbu maqolada O‘zbekistonda bolalarga oid telekanallarda milliy kontent masalalari, namoyish etilayotgan multifilm, reklama va teleko‘rsatuvlarning ular ongiga ta‘siri, milliy mentalitet tushunchasi, nazariya, g‘oyaviy tahdidlar hamda yechimlar borasida so‘z boradi.

KALIT SO‘ZLAR: Milliy kontent, milliy g‘oya, tahlil, yondashuv, bolalar, tomoshabin, g‘oyaviy tahdid.

ANNOTATION: This article discusses issues of national content on children's TV channels in Uzbekistan, the impact of animated films, advertisements, and television programs on their consciousness, the concept of national mentality, theory, ideological threats, and solutions.

KEYWORDS: National content, national idea, analysis, approach, children, audience, ideological threat.

АННОТАЦИЯ: В данной статье рассматриваются вопросы национального контента на детских телеканалах в Узбекистане, влияние транслируемых мультфильмов, рекламы и телепередач на сознание детей, понятие национального менталитета, теоретические аспекты, идеологические угрозы и пути их решения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Национальный контент, национальная идея, анализ, подход, дети, зритель, идеологическая угроза.

Bolalik – inson umrining eng beg‘ubor, kuch - quvvatga, shijoatga to‘la, ilm olishga, o‘qib - o‘rganish orqali dunyoni anglashga qaratilgan unitilmas davrdir. Ayni shu yillarda ko‘rish, tinglash, his qilish, va boshqalar natijasida egallangan bilimlar yillar davomida bolaning ong ostida muhirlanadi va kelajak uchun tamal bo‘lib xizmat qiladi. Demakki, ayni palladan e‘tiboran milliy g‘oya va qadriyatlar ruhidagi qarashlarni uning ongiga singdirib borish muhim. Bu harakat, bugungidek dunyoda turli g‘oyaviy tahdidlar avj olayotgan bir davrda yanada dolzarb ahamiyat kasb etadi. Negaki, bolalar har bir millatning davomchisi, kelajak bunyodkori. Shu bois bolalarga oid adabiyotlar, bolalar nashrlari, qolaversa, mediakontent masalasiga jiddiy e‘tibor qaratib kelinadi. Ho‘sh milliy kontent tushunchasi o‘zi nima va u nima uchun zarur? Kontent o‘z - o‘zini ifoda etish, tarqatish, marketing va yoki nashr etish uchun nutq, yozuv yoki har xil san‘at turlari kabi biror-bir vosita orqali ifodalanishi kerak bo‘lgan axborot vositasi hisoblanadi. Bu borada bir necha jihatni farqlay bilishimiz lozim. Kontent siyosiy, ma‘naviy-ma‘rifiy, ijtimoiy, ta‘limga oid yoki ko‘ngilochar mavzularda bo‘lishi mumkin. Kichik yoshdagi tomoshabinlar uchun mo‘ljallangan telemahsulotlar ma‘naviy – marifiy va ko‘ngilochar, ya‘ni turli o‘yinlar, viktorinalar, multifilm, musiqiy dasturlar va boshqalar orqali tashkillashtirilishini hisobga olsak, ularda milliy o‘zlikni ifodalash xususiyati birlamchi ahamiyat kasb etadi. Chunki, inson ongini, qalbini zabt etish ma‘naviyatidan, qadriyatlaridan, milliy odatlaridan judo qilishga xizmat qiladigan axborot hurujlari ko‘rinmaslik xususiyatiga ega. Shu bois ham yot g‘oyalarga qarshi mustahkam milliy immunitetni shakillantirishni kichik yoshdan boshlash muhim.

O'tmishga nazar solsak, yurtimizda bolalarga mo'ljallangan telemahsulotlar dastlab, 1960-yildan ekran yuzini ko'ra boshlagan. Jumladan: "Oqshom ertaklari", "Dono bobo davrasida", "Quvnoq startlar", "Bolaligim poshsholigim" singari ko'rsatuvlar namoyish etilgan. Shuningdek, "O'zbekiston" telekanalida taqdim etilgan, bolalarning sevimli ko'rsatuvlaridan yana biri "Ugadayka" (Topag'on) bo'lgan. Unda boshlovchi Olga Polevaya uchta teatr qo'g'irchoqlari: sho'h bolakay Bilmasvoy, mehribon qizaloq Yulduz va ayiqcha bilan birgalikda kattalarni tinglash, o'zini tutish qoidalari, yolg'on gapirmaslik, ilm olishning foydalari kabi kichik tomoshabinlarni ma'rifatli bo'lishga, odob – ahloqqa undovchi g'oyalarni targ'ib etgan. Garchi bu davrda son jihatidan va vaqt nuqtayi nazaridan ko'p telemahsulotlar efirga uzatilmagan bo'lsada, sifat va uning kichik yoshdagi tomoshabinga beradigan ma'naviy saviyasi asosiy masala sifatida ko'rilgan. Xususan: kattalarga hurmat, kichiklarga izzatda bo'lish, do'stlik, ahillik, mehribonlik kabi ijobiy hislatlarni bola ongi va ruhiyatida shakillantirishga qaratilgan g'oyalar yetakchilik qilgan. Mamlakatimizni zamon bilan hamqadam, rivojlanayotgan davlatlar qatorida sanasak, xorij tajribasi o'laroq bugun yurtimizda ham bolalarga oid alohida telekanallar faoliyati allaqachon yo'lga qo'yilgan. Xususan: O'zMTRK tizimida 2013-yil 1-iyunda "Yoshlar" teleradiokanali huzurida "Bolajon" telekanali efir yuzini ko'rdi. Nomidan ma'lumki, bu telekanal aynan bolalar uchun mo'ljallangan bo'lib, qator ma'naviy - ma'rifiy, ko'ngilochar dasturlarni taqdim etishga qaratilgan. Misol uchun, 2023, 2024 - yillarda "Multiponarama", "Sirli o'rmoncha", "Bolajon mehmonxonasi", "Bolalar nigohida", "Zukko bolajon", "Bolajon shou", "Men harbiy bo'laman" kabi qator loyihalar bolalar e'tiboriga havola etildi. Joriy yilda esa "Ertakchi bolajon", "Bolalar vaqti", "Besh tashla" singari loyihalar efir yuzini ko'rmoqda. Ularda bolajonlar ham jismonan ham aqlan sog'lom bo'lishga chorlaydigan jihatlarga alohida e'tibor qaratiladi. Bugun telekanalni auditoriyasi kengligi, ko'rishlar sonining ko'pligi jihatidan O'zMTRK tizimidagi boshqa telekanallar va ko'rsatuvlar bilan taqqoslaganda ustunligini ham alohida qayd etish joiz. Boisi bu telekanaldagi dasturlar auditoriyasi nafaqat bolalar, balki ularning ota - onalari hamdir. Keyinchalik, efir yuzini ko'rgan telekanal soni yana bittaga ko'payib, 2021- yilning 22- martidan "Aqlvoy" bolalar uchun mo'ljallangan ta'lim va ko'ngilochar telekanal sifatida faoliyatini boshladi. Mazkur kanalning asosiy shiori: "Bu sening vaqting!". Ya'ni kashfiyotlar vaqti, mo'jizalar vaqti, yangi narsalarni o'rganish vaqti. Kanal Rossiya, AQSh, Janubiy Koreya, Xitoy kabi o'nlab mamlakatlarda taniqli jahon studiyalari tomonidan yaratilgan eng yaxshi animatsion seriallar va dasturlarni namoyish etib boradi. Barcha ijodiy mahsulotlar litsenziyalangan va rasmiy ravishda sotib olinadi. Telekanalning asosiy auditoriyasi 3 yoshdan 9 yoshgacha bo'lgan bolalar bo'lib, kanal soat 07:00 dan 22:00 gacha faoliyat yuritadi. Telekanal endi ish boshlagan yillarda ko'pincha tayyor telemahsulotlarga murojaat qilingan bo'lsa, bugun bu tarkib "Qachon, qanday qilib", "Shumbolaning sarguzashtlari", "Men O'zbekistonlikman", nomli ko'rsatuvlar bilan kengaymoqda.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, yurtimizda bolalar auditoriyasi doimiy ravishda o'smoqda. Birgina 2021-yilni olib qaraydigan bo'lsak, O'zbekistonda 10 yoshgacha bo'lgan bolalar soni 7,5 million nafardan ziyodni tashkil etganini ko'rish mumkin. Shu bois o'zbek tilidagi yuqori sifatli tarbiyaviy va ko'ngilochar bolalar televizion kontenti zamon talabiga aylanib bormoqda. Shunday ekan bugun bolalarga namoyish etilayotgan telemahsulotlarning barchasini saviyali deya olamizmi? Masalan, ko'proq turli zamonaviy telestudyalar tayyorlagan xorij multifilmolari namoyish etiladigan "Aqlvoy" telekanalida bolalarning tarbiyasi hamda ruhiyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadigan epizodlar,

qolaversa, mediakontentlarni uchratish mumkin. Bolalar dunyoqarashi uchun nomaqbul bo'lgan ayrim multiseriallar masalan: "Shaxrizoda. Aytilmagan hikoyalar", "Art- Odissey" singari loyihalardagi bazi sahnalar jamoatchilikning keng muhokamalariga sabab bo'lgani sir emas. Animatsion film - bu san'atning bir turi bo'lib, uning asosiy elementi animatsiya texnikasi hisoblanadi. Bugun animatsiya yuqori daromadli biznesga aylanib ulgurani, ko'pincha foyda olishga qaratilgani ochig'i undagi ahloqiy masala keyingi o'ringa tushib qolayotganini ko'rsatmoqda. Yana bir jihat esa nafaqat kichik yoshdagi tomoshabinni, balki biz kattalarni ham chuqur o'ylantirib qo'yadi. Telekanlarimizda namoyish etilayotgan aksariyat multifilmardagi qahramonlarning tashqi ko'rinishiga qarab kim yoki nima ekanligini izohlashda ko'pgina so'roqlarga duch kelasiz. Masalan, "Winx", "Futura" qahramonlari haqiqiydan yiroq ko'rinishga ega, ular xunuk, nomutanosib ravishda tasvirlangan. Shu o'rinda haqli savol tug'iladi milliyligimiz aks etgan o'zbek multiplikatsion filmlari yetarlimi va ularning ko'rinishi rivojlanib borayotgan davr talablariga bugun qanchalik javob bera oladi? Gap shundaki salkam 50 yillik tarixga ega o'zbek multiplikatsiya san'ati asarlari ("Charxpalak", "Mening go'zal yashil rangim", "Sehri tanbur") hamon sanoqli darajada, qolaversa, dizayn tomonlama dunyo sahnida texnik imkoniyatlar kun sayin ildamlab borayotgan bir davrda nisbatan oddiy, sodda ishlanganligi uning tomoshaviyligiga ham ta'sir ko'rsatmaydi deyish mushkul. Bundan tashqari milliy kontent haqida gapirganda bolalar yosh hususiyatlarini ham inobatga olish joiz. Ular yoshga ko'ra quyidagi guruhlariga bo'linadi.

1. Maktabgacha tarbiya yoshidagi bolalar (2 yoshdan 7 yoshgacha);

2. Maktab yoshidagi kichik bolalar (7 yoshdan 10-11 yoshgacha);

3. O'rta va katta yoshdagi bolalar (12-14 yoshdan 15-17 yoshgacha).

Demak, ular tomosha qilayotgan mediakontent ham shunga mos bo'lishi shart. Jumladan ko'rsatuvlar, multifim hatto reklamalar ham. Biroq, bu jihatlar bizda bazi o'rinlarda nomutanosib. Shu sabab ham bugun bolalar telekanallarida bu borada ayrim muammolar borligi sir emas. Keling, birgina reklamalar mavzusini olaylik. Ota – onalar uchun sog'lomlashtirishga qaratilgan dori-darmonlar va anjomlar, go'zallik vositalari, zargarlik buyumlari, kir yuvish vositalari, ayollar gigienik vositalari, umuman ro'yxatni uzoq davom ettirish mumkin. Reklamanning vaqt jihatidan davomiyligi esa yana bir jiddiy masala. Vaholanki "Reklama to'g'risida," gi qonunning 27-moddasiga ko'ra, telekanallar efrida, tele, video, kinoxronikali dasturlarda tarqatilayotgan reklamanning umumiy davomiyligi ko'rsatuv vaqtining bir soati davomida yigirma foizdan, sutkada o'n besh foizdan oshishi mumkin emas. Bu esa bir soatlik teledasturning 16 daqiqasida reklama berilishini anglatadi. Biroq, muayyan teledastur davomida bir necha marotaba reklamalar namoyishi takrorlanishi va 10 daqiqadan 13 daqiqagacha davom etishini ko'rish mumkin. Shu o'rinda uning bolalar ongiga salbiy huruji masalasini ham unutmasligimiz lozim. Negaki, multifilm yoki bolalar ko'rsatuvini qiziqib tomosha qilayotgan bolakay e'tiborini bo'lib, unga umuman qiziq bo'lmagan reklamalarni tiqishtirish bola ruhiyatini salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkin. Aksariyat multiseriallar va reklama roliklari mentalitetimizga ham, odob - axloqimizga ham to'g'ri kelmaydigan sahnalarga boyligi esa achinarli holat. Davlatimiz rahbari tomonidan 2025-yil 15-mayda qabul qilingan "Bolalar uchun mo'ljallangan milliy kontentlar yaratish va ularni ommalashtirishni qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qaror bolalarni zararli chet el

ta'siridan himoya qilish hamda xavfsiz va rivojlantiruvchi axborot muhitini yaratishga qaratilgan keng qamrovli strategiyani amalga oshirishning boshlanishi bo'lsa ajab emas. Negaki, globallashuv jarayonida milliy kontentga talab va ehtiyoj ortib borayotganini yashira olmaymiz. Ilmiy manbalarga ko'ra 2-3 yoshgacha, multfilmning mazmuni bola tomonidan idrok etilmaydi; 3 yilgacha vizual tizim hali ham shakllanmoqda va animatsiyalarni tomosha qilish bolaning vizual funksiyasini shakllantirish va rivojlantirish jarayonini buzadi; 3 yoshgacha bo'lgan bolalar multfilmlarni tomosha qilish markaziy asab tizimining ortiqcha yuklanishiga olib keladi, bu esa giperaktivlik yoki letargiyaga sabab bo'ladi. Qolaversa, bolalarda turmush tajribasining ortishi, tasavvur obrazlarining kengayishi natijasida vujudga keladi, mohiyati va mazmuni jihatidan oddiydan murakkabga qarab takomillashib boradi. Shunday ekan bir qarashda biz kattalar uchun mediakontentda oddiy holat sifatida ko'rilgan har qanday videomaterial (ko'rsatuv, multfilm, reklama) bolalar dunyosiga qanday va qanchalik ta'sir xususiyatiga egaligini doimo yodda tutish shart!

Bu jarayonda aynan bolalarga oid telekanallarda milliy kontent yaratish va nazoratni amalga oshirishda quyidagilarni nazarda tutish joiz.

1 – **Yoshi mosligi:** Bolalar telekanallarida turli yoshdagi bolalarga mos, ularning qiziqishlariga mo'ljallangan va ijtimoiy-mafkuraviy, ma'naviy- ma'rifiy, sport, musiqiy-ko'ngilochar mavzularga bag'ishlangan ko'rsatuvlarni ko'proq efirga berish. Shuningdek, bolalar uchun maxsus yaratilgan plotformalardan unumli foydalanish.

2 – **Qonun hujjatlariga qattiq amal qilish.**

3 – **Sifat va samaradorlikni ta'minlash:** OAVlarni milliy kontent bilan to'ldirishda jurnalistlar bilan bir qatorda, rejissyor, rassom, turli kreativ sohalar mutaxassislari, adabiyot, san'at va madaniyat namoyandalaridan iborat ijodiy jamoalarni shakllantirish, hamkorlikda ishlashi uchun imkoniyat yaratish. Ko'p yillik ish tajribasiga ega, malakali jurnalistlar qatori yosh ijodkorlarni ham kashf etish va jarayonga kengroq jalb qilish.

4 – **Interaktivlikni nazorat qilish:** Bolalar bugun qanday kontentni tomosha qilmoqda? Bunda ota- ona ham birdek mas'uliyatni his etishi shart. Ekran oldida bo'lib, ular qanday mavzu va mazmundagi filmni tomosha qilyapti nazorat qilish lozim. Aynan qaysi joylarini yoki qismlarini ko'rishni takrorlayapti yoki istayapti o'rganish, tahlil etish, bu boradagi fikr-mulohazalarni bayon etib borish joiz.

5– **Subsiya va grantlar:** Bolalar uchun kontent yaratishni qo'llab- quvvatlash maqsadida davlat tomonidan beriladigan, imtiyoz va qator moliyaviy yordam dasturlarini ishlab chiqish va kengaytirish.

6 – **Milliylikka e'tibor qaratish:** Milliy an'ana va qadriyatlarga yot g'oyalarni targ'ib etadigan telemahsulotlarni tahlil etish, chuqur tahrirlash, lozim bo'lsa, taqiqlash. Yaratilgan yoki tomosha qilinadigan materiallarni qat'iy tekshirish, bolalar uchun xavfli yoki noo'rin bo'ladigan qismlarni albatta olib tashlash kabi chora- tadbirlarni aytish mumkin.

7 – **Ta'lim muassasalari bilan hamkorlik:** Pedagog va bolalardan tashabbuslarni qabul qilish, ularning fikr- mulohazalarini o'rganish, hamkorlikda ishlashni yo'lga qo'yish.

Xulosa, o'rnida takidlash kerakki kun sayin zamonaviy texnik ishlanmalar hayotimizni, qimmatli vaqtimizni zabt etayotgan bir davrda kichiklikdanoq bolalarga sifat va mazmunan milliy o'zlikni anglashga qaratilgan mediakontentni ko'proq yaratish va taqdim etish joiz. Shundagina ularda kelgusida taqdim etilayotgan har qanday axborotlarga qarshi ijobiy immunitet shakllanadi.

Zero, har bir bolajon ertaga millat ma'naviyati bardovomligini ta'minlashda kerakli shaxs ekanligini unutmash zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. BOLALAR UCHUN MO'LJALLANGAN MEDIKONTENTLARNING O'ZIGA XOSLIGI Yulduz Zohidova, O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar univetsiteti Uljamol Xonnayeva, O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar univetsiteti. Markaziy Osiyoda media va kommunikatsiyalar Xalqaro ilmiy jurnali. 4:79-93.2024

2. Farzandingiz ko'rayotgan multfilmlar qanchalik foydali yoki zararli? Uning bola tarbiyasida qanday o'rni bor? Hilolaxon Nuriddinova, Samarqand davlat universiteti doktoranti. <https://www.samdu.uz/>

3. "Yangi O'zbekiston" gazetasi 2- Fevral – 2024.

4. <https://www.gazeta.uz/oz/> 27 iyul 2022, 10:04

5. Z. Nishanova, G. Alimova "Bolalar psixologiyasi va uni o'qitish metodikasi" O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti Toshkent — 2006

6. "Yangi O'zbekiston" gazetasi 5- Noyabr 2020. Shuhrat Hayitov "O'zbekiston" telekanali bosh muharriri, filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori <https://yuz.uz/uz/news/O'zbekiston-televideniyesi-kecha-va-bugun>

7. <https://daryo.uz/> 23.03.2021, 17:59

8. <https://ishonch.uz/oz/> 12:35 | 26.09.2023

9. https://www.norma.uz/uz/qonunchilikda_yangi/bolalar_uchun_milliy_kontent_ishlab_chiqiladi <https://www.norma.uz/uz/>