



IJTIMOYIY-GUMANITAR SOHADA ILMIY-INNOVATSION TADQIQOTLAR

ILMIY METODIK JURNALI

ISSN 3060-5059



VOL.3 № 4

2026

YAPONIYA TELEVIDENIYASINING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI

Xalilova Aziza

Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti., PhD

Annotatsiya

Ushbu maqolada Yaponiya televideniyesidagi hozirgi tendentsiyalar haqida so'z boradi. Striming platformalarining rivojlanishi, yangi dastur formatlari, shuningdek, yangi texnologiyalarning rivojlanishi bilan auditoriyadagi o'zgarishlar kabi masalalar ko'rib chiqiladi. Shuningdek, yapon tomoshabinlari uchun eng qiziqarli bo'lgan yangi televizion ishlab chiqarish formatlari haqida ham so'z boradi.

Kalit so'zlar: Yaponiya televideniyesi, trendlar, striming platformalari, realiti-shou, jonli efir seriali, estrada, binge tomoshasi

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЯПОНСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Халилова Азиза

Университет мировой экономики и дипломатии., PhD

Аннотация

В данной статье рассматриваются современные тенденции на японском телевидении. Обсуждаются такие вопросы, как развитие стриминговых платформ, новые форматы программ, а также изменения в зрительской аудитории в связи с развитием новых технологий. Также рассматриваются новые форматы телепроизводства, наиболее интересные для японских зрителей.

Ключевые слова: японское телевидение, тенденции, стриминговые платформы, реалити-шоу, сериалы с живыми актерами, развлекательные программы, просмотр сериалов запоем

CONTEMPORARY TRENDS IN JAPANESE TELEVISION

Khalilova Aziza

University of World Economy and Diplomacy ,PhD

Abstract

This article talks about current trends in Japanese television. Issues such as the development of streaming platforms, new program formats, as well as changes in the audience with the development of new technologies are considered. Also talks about new TV production formats that are most interesting to Japanese viewers.

Keywords: Japan TV, trends, streaming platforms, reality show, live-action series, variety, binge watch.

Zamonaviy dunyoda inson kapitali, intellektual salohiyat, innovatsion g'oyalar va yuqori texnologiyalar jadal hamda barqaror taraqqiyotning fundamental asosini tashkil etmoqda. Bundan yarim asr muqaddam puxta o'ylangan, taraqqiyotning ilm-fanga asoslangan "yapon modeli" tufayli mamlakat bugun barcha sohalarda yetakchi davlatlardan biriga aylandi. Yaponiya fan, sun'iy intellekt, nanotexnologiyalar, biotexnologiyalar, robototexnika, kosmik tadqiqotlar, yadroviy tibbiyot va "yashil energetika" yo'nalishlaridagi ilmiy izlanishlar borasida olamshumul yutuqlarga erishmoqda.

Yaponiya televideniyesi dunyo bo'yicha milliy reytingini yuqori darajalarda ushlab turgan, mamlakat media bozorida ham ulushi yuqori hisoblangan OAVdan biridir. Garchi matbuotning obro'si bundan kam bo'lmasa-da, bugungi kunda mamlakat bo'ylab media bozoridagi ulushi hamda iste'moli jihatidan televideniyaning o'rni yuqori. Ammo internetning mamlakatda tez sur'atlarda rivojlanishi an'anaviy OAV yaratgan paradigmaning yangi paradigma bilan almashinishiga sabab bo'lmoqda. Bugungi kunda kunchiqar mamlakatda sun'iy intellekt, raqamli media va ijtimoiy medianing rivojlanishi yangi media mahsulotlarining iste'molga chiqishiga turtki bo'lmoqda. Ijtimoiy tarmoqlarning Yaponiyada rivojlanishi, shubhasiz, an'anaviy OAV iste'moliga o'z ta'sirini ko'rsatmoqda [1, 10]. Hozirgi kunda Yaponiyada televideniye translyatsiyalarini kuzatishdagi tendensiyalar innovatsiya, madaniyatni saqlab qolish va global ta'sirlarga moslashuvni o'z ichiga olgan murakkab jarayon sifatida namoyon bo'lmoqda. Yaponiya OAVini kuzatish orqali quyidagi asosiy tendensiyalar mavjudligi aniqlandi. Bular:

An'anaviy televideniye hali ham mashhur bo'lsa-da, Yaponiyada Netflix, Amazon Prime va Hulu kabi global striming platformalari hamda AbemaTV va FOD kabi mahalliy onlayn xizmatlarning ko'payishi sezilarli. Striming xizmati — bu musiqa tinglash, shaxsiy teleko'rsatuvlar yaratish, filmlar, teleseriallar yoki o'yin translyatsiyalarini tomosha qilish mumkin bo'lgan platformadir. Internet tezligining ortishi va smart-televizorlarning ko'payishi striming xizmatlariga bo'lgan talabning ortishiga ham turtki bo'ldi.

Bu platformalar foydalanuvchilar talabiga ko'ra ham yaponcha, ham xalqaro kontentga kirishni ta'minlaydi. Yosh tomoshabinlar orasida striming o'zining moslashuvchanligi va keng tanlovi tufayli afzallikka ega, bu esa an'anaviy translyatorlarni o'zlarining raqamli platformalarini ishga tushirishga undamoqda. Tomoshabinlarning ko'rish uslublari an'anaviy dasturlar translyatsiyasidan striming xizmatlariga murojaat qilish tomon sezilarli darajada o'sib bormoqda. Ushbu o'zgarish smart-televizorlarning tarqalishi va tarqatish platformalarining kengayishi, iste'molchilar uchun kontentni tanlash imkoniyati mavjud muhitning yaratilishi bilan bog'liq.

INTAGE tadqiqotiga ko'ra, 2025-yilda televizor ko'rish vaqtining qariyb yarmi striming platformalarida tarqatilgan videolarga sarflanib, bu esa nafaqat iste'molchi xatti-harakatlariga, balki telekompaniyalar faoliyatiga ham katta ta'sir ko'rsatadi. Ko'pgina iste'molchilar o'zlarining turmush tarziga mos ravishda tomosha qilish imkoniyatini qadrlab, yoshlar o'rtasida televideniye orqali translyatsiya qilinayotgan teleko'rsatuvlarni tomosha qilishdan voz kechish tendensiyasi kuchayib bormoqda [3, 1].

Yapon televideniyesi tobora global bozorlarga chiqish va xalqaro tomoshabinlarga mos media mahsulotlarni ishlab chiqishni maqsad qilmoqda. Bu anime, haqiqatga asoslangan shoular (reality show) va jonli efirdagi seriallar (live-action series) bilan namoyon bo'ladigan, bevosita xalqaro auditoriyaga mo'ljallangan media mahsulotlardir. So'nggi yillarda namoyish etilgan "Terrace House" (besh seriyali va bitta teatrlashtirilgan filmdan iborat yapon realiti televideniye franshizasi, unda olti nafar notanish odamning hayoti namoyish etiladi) va "Squid Game" kabi teleseriallar (bu Janubiy Koreya shousi bo'lsa-da, janr jihatidan o'xshash) g'ayrioddiy televideniye formatdagi media mahsulotlarga talab mavjudligini ko'rsatdi. Bu esa Yaponiyani o'z dasturlarini yanada rivojlantirishga va qayta ko'rib chiqishga undadi [6, 3].

Shuningdek, baraiti (variety) shoulari va reality-shoularning o'sish tendensiyasi kuzatilmoqda.

Yaponiyada uzun tarixga ega bo'lgan ko'ngilochar shoular davom etsa-da, ular zamonaviy elementlar bilan yanada rivojlanmoqda. Real muhitda sodir bo'ladigan, haqiqatga asoslangan shoular, masalan, "Running Man" va "The Bachelor Japan", ayniqsa yosh tomoshabinlar orasida ommalashmoqda. Bu shoular an'anaviy o'yin-shou elementlarini shaxsiy va harakatlarga boy kontent elementlari bilan birlashtirib, qorishiq formatdagi dasturlarni o'z ichiga oladi.

Yapon televideniyesi tobora xalqaro bozorga chiqishga intilmoqda. Anime, drama va reality-shoular global auditoriyaga moslashtirilmoqda. Xalqaro platformalar bilan hamkorlik

(Netflix original loyihalari) bu jarayonni tezlashtirmoqda.

Bu orqali Yaponiya:

- “soft power”ni kuchaytirmoqda;
- madaniy eksportni rivojlantirmoqda.

So‘nggi yillarda Yaponiyada VTuber (Virtual YouTuber) fenomeni televideniye va raqamli media integratsiyasining muhim qismiga aylandi. Virtual avatarlar orqali chiqish qiluvchi boshlovchilar yosh auditoriya orasida katta mashhurlikka ega.

Bu trend:

- an’anaviy teleboshlovchilar o‘rnini qisman almashtirmoqda;
- interaktivlikni oshirmoqda;
- metaverse (raqamli virtual olamlar majmuasi) va virtual media rivoji bilan bog‘liq.

Moliyalashtirishdagi o‘zgarishlar

Ommaviy axborot vositalari va radioeshittirish sanoati deganda aloqa uskunalari yordamida eshittirish operatsiyalarini amalga oshiradigan butun sanoat tushuniladi. Televideniye esa axborot uzatishning asosiy vositasi bo‘lib, u video, audio, matn va boshqalardan foydalangan holda turli xil kontentni efirga uzatadi.

Ko‘p hollarda ko‘rsatuvlar va seriallar ishlab chiqarishni aslida ularni efirga uzatuvchi telekanallar emas, balki boshqa maxsus kino sanoatiga ixtisoslashgan kompaniyalar amalga oshirib kelgan. Bugunga kelib televideniye qoshida seriallarni ishlab chiqarishga ixtisoslashgan studiyalar faoliyati kengaymoqda.

Shuningdek, ommaviy axborot vositalari va radioeshittirish sohasida televideniye reklamalari daromadlarining hozir internet reklama bozoriga ko‘chganini ko‘rishimiz mumkin. Bundan tashqari, obuna tizimini o‘z ichiga olgan SVoD kuchayishi bilan joy va vaqtdan qat’i nazar, dasturlar va seriallardan bahramand bo‘lish g‘oyasi yoshlar orasida ommalashib bormoqda va daromad modellarini mavjud tendensiyalarga muvofiq qayta qurish zaruratini tug‘dirmoqda [5, 1].

“Mahalliy ta’im” va madaniy dasturlar

Yapon teledasturlari hali ham madaniy kontentga katta e’tibor qaratmoqda. Mamlakat tarixi, taomlari va urf-odatlarini namoyish etadigan turli xil dasturlar taqdim etilmoqda. Yapon taomlari, tarixiy dramalar va mintaqa bo‘ylab sayohatga asoslangan hujjatli filmlar juda mashhur. Ushbu dasturlar striming xizmatlaridagi globalizatsiya sharoitida yaratilayotgan kontentlarga qarama-qarshi holda xorijiy tomoshabinlarga Yaponiyaning boy madaniy merosini o‘rganishga yordam beradi va uni targ‘ib qiladi.

Texnologiya va ishlab chiqishdagi innovatsiyalar

Yuqori rivojlangan Yaponiya texnologiyalari bugun barcha jabhalarda, jumladan OAV rivojida ham katta imkoniyatlar yaratmoqda. Yaponiyaning televideniyesi 4K va 8K translyatsiyalari sohasida texnologik innovatsiyalarni joriy etishda oldinda turibdi. Yaponiyaning milliy translyatori NHK 8K translyatsiyasida yetakchi bo‘lib, bu texnologiya butun mamlakat bo‘ylab keng tarqalib, ommalashib borishi kutilmoqda.

NHK televideniyesi yangi innovatsion texnologiyalar va rekreativ jurnalistikadan unumli foydalangan holda yangidan-yangi o‘zgarishlarni amalga oshirmoqda. Shulardan biri — “robot boshlovchilar”. Mazkur ixtiro yapon tadqiqotchilari tomonidan yaratilgan bo‘lib, ular inson teleboshlovchilardan farqli o‘laroq yangiliklarni turli tillarda, har xil ovozda va turli intonatsiya bilan o‘qish kabi qator professional imkoniyatlarga ega. Shunday olamshumul media loyihalardan biri Nichi TVning televideniye tizimida androidlardan foydalanish imkoniyatlari bo‘yicha o‘tkazilayotgan tadqiqot va tajriba borasidagi loyihasidir. “AOI Erika” loyihasining maqsadi android boshlovchi imkoniyatlarini kengaytirish va televideniye faoliyatiga joriy etishdan iborat.

Tomoshabin odatlaridagi o‘zgarishlar

Yapon tomoshabinlari an’anaviy kechki paytda televizor tomosha qilish kabi odatlaridan chetga chiqib, onlayn, striming va SVoD kabi platformalarga ko‘proq murojaat qilmoqda. Bu

o'zgarish an'anaviy translyatorlarni dastur strategiyalarini qayta ko'rib chiqishga undamoqda, ko'pincha qisqa va ko'proq "ikkimi", ya'ni binge-watch formatlarni tanlamoqda. Ikkimi (一気見) bu tomoshabin uchun sevimli kontentni uzoq vaqt davomida, bir necha qismlarini bir martada tomosha qilish amaliyotidir. Bu teleserial, reality-show, ko'ngilochar baraiti yoki jonli efirdagi serial bo'lishi mumkin. Bayram kunlari va dam olish kunlari "ikkimi" tarzida film tomosha qilish ko'plab xonadonlar uchun oilaviy an'anaga aylanmoqda.

Carnegie Mellon universitetining Heinz kolleji professori Pedro Ferreira so'zlariga ko'ra, "binge-watch", ya'ni bir o'tirishda uzoq vaqt tomosha qilish, obuna sistemasining (SVoD) asosiy biznes modellaridan biri hisoblanadi [4, 2].

Yaponiya mo'jizasi yaralgunga qadar kunchiqar mamlakatda G'arb g'oyalari dominantlikka da'vo qilgan bir paytda mutanosiblik falsafasi yaratildi, ya'ni G'arb g'oyalari va texnologiyalariga uyg'un ravishda yapon mafkurasi shakllandi. Barcha jabhada uyg'unlikka erishish yapon jamiyati falsafasining bir bo'lagiga aylangan, desak mubolag'a bo'lmaydi.

Xulosa qilib aytganda, Yaponiyaning televideniye translyatsiyasi bugun an'anaviy kontent, global ta'sirlar va texnologik yangilanishlar o'rtasida muvozanat va uyg'unlikni yaratishga harakat qilayotgan murakkab jarayondan o'tmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. 鹿島 我 (Kashima W.). テレビ番組におけるバラエティ番組の位置づけ // Kyoto Koka Women's University. – NII Electronic Library Service.
2. 林 茂樹 (Hayashi Shigeki). 地域メディア小史：新しい視座転換に向けて // 田村紀雄編『地域メディアを学ぶ人のために』。 – 東京: 世界思想社。
3. Reinforz. – URL: <https://reinforz.co.jp/bizmedia/59866/>
4. Carnegie Mellon University. Binge-watching. – URL: <https://www.heinz.cmu.edu/media/2019/March/binge-watching>
5. OneCareer. – URL: <https://www.onecareer.jp/articles/222>
6. Switch Media. Broadcast trends. – URL: <https://www.switch-m.com/blog/2023broadcast>
7. Shamukhutovna K. A. Trends in the development of satirical journalism in the Uzbek press // *Texas Journal of Philology, Culture and History*. – 2022. – Vol. 13. – P. 58–61.
8. Khalilova A. Mass media of Uzbekistan: development from the first years of independence and current condition // *International Journal of African and Asian Studies*. – 2017. – No. 36. – P. 55–58.
9. Shamukhutovna K. A. The content of recreational function in journalism // *Health*. – 2023. – Vol. 8. – P. 91.