

GULNOZA KARIMOVA
O‘zbekiston
O‘zJOKU 2-bosqich tayanch doktoranti

GENDER STEREOTIPLARGA MOYIL JANRLAR QAYSI?

Annotatsiya. Tezisdagi telekanallar faoliyati gender tamoyillari nuqtai nazaridan tanqidiy ko‘rib chiqiladi. Dasturlar orasida genderga oid stereotiplar qaysi janrdagi telemahsulotlarda nisbatan ko‘proq ko‘zga tashlanayotgani tadqiq etiladi.

Kalit so‘zlar: *gender, gender stereotiplar, telekanallar, janr.*

Аннотация. В тезисе критически рассматривается деятельность телеканалов с точки зрения гендерных принципов. Среди программ исследуются гендерные стереотипы, в относительно жанров телепередач, в которых они более ярко выражены.

Ключевые слова: *гендер, гендерные стереотипы, телеканалы, жанр*

Abstract. The thesis critically examines the portrayal of gender roles and stereotypes across various television genres. It focuses on how different TV programs represent these concepts, with particular attention to genres where gender stereotypes are most prominently featured.

Key words: *gender, gender stereotypes, TV channels, genre.*

Milliy telekanallar o‘z dasturlari orqali milliy kontent bazasini son jihatdan boyitishga xizmat qilmoqda. Sifat jihatidan ham boyitilyapti deb hisoblash uchun teledasturlarga bir qancha talablarni qo‘yishga to‘g‘ri keladi. Biz keng qamrovli mezonlar ro‘yxatidan faqat genderga oid talablarni ajratib olamiz va telekanallarda mavjud ko‘rsatuvlarga nisbatan ularni qo‘llab ko‘ramiz.

Gender tenglik talabiga binoan erkak va ayol ijtimoiy tenglikka ega bo‘lishi lozim. Demak ularning mediadagi obrazlari ham teng bo‘lishi nazarda tutiladi. Ayollar audiovizual san‘at tarixining turli bosqichlarida turlicha talqin etilgan va har bir bosqichida o‘ziga xos vazifa ham ifodaga ega bo‘lgan. Urushgacha va urush davrlarida patriotizm, mehnatga jalb etish, keyinchalik ilm-fan timsoliga aylantirilgan ayol qiyofasi bugungi kunga kelib ko‘p funksiyalar bajaruvchisiga aylanib bormoqda [1, Ziatdinova, Minnabayeva, Shakurova, 2022]. Televizion reklamalar, roliklar, ko‘rsatuvlar, tok-shoular, alaloqibat jamiyat ayolga juda ko‘p vazifalar yuklamoqda: uydagi orastalikdan tortib, bolalarga g‘amxo‘rlik, o‘z go‘zalligi va yoshligini saqlab qolish, oila totuvligi va birdamligini ta‘minlash, hayotning tezkor oqimida hech kimdan qolishmay barobar suzish va hokazo. Televideniyeda namoyish etiluvchi reklamalar gender monopulyatsiya vositasi deyish mumkin [2, Zhrebtsova, 2021]. Milliy sigmentda esa o‘zbek telekanallari ayolni ko‘proq oila fonida uy bekasi sifatida taqdim etadi.

Teledasturlar tarkibi xilma-xil, genderga oid stereotiplarni islatgan dasturda topish mumkin, biroq ular o'zaro qiyoslanganda foizlar nisbati bir-biridan farq qiladi. Axborot dasturlari, axboriy-tahiliy dasturlar, ma'rifiy-madaniy ko'rsatuvlar, tok-shoular suhbatlar, teleseriallar, telenovellalar, reklamalar, roliklar – bular genderga oid qarashlarni o'zida tagmatn yoki kadr orqali vizual aks ettirishi mumkin. Biroq axborot dasturlari, tahliliy-ma'rifiy dasturlar, ijtimoiy tok-shoularda genderga oid stereotiplar, qahramonlar tilidan aytiluvchi jumlar nisbatan kam uchraydi. Bunday media mahsulotlar ma'lum davlat dasturi asosida yaratiladi, telekanalning maxsus maqsad va vazifalarini o'zida aks ettiradi, uning yo'nalishidan kelib chiqib, auditorigaya neytral va umumlashgan ma'lumotni taqdim etadi. Shunga qaramay, sahifa-lavhalar yo'nalishiga ko'ra ma'lum darajada gender tengsizlik jamiyatimizda mavjudligini isbotlaydi: siyosiy, iqtisodiy, ilmiy, innovatsion yo'nalishdagi mavzularda erkaklar yetakchilik qilsa, ta'lim tarbiya, ijtimoiy, maishiy mavzularda ayollar ulushi ko'proq seziladi. Yuqorida tilga olingan janrlar orasida tok-shoularda bunday stereotiplarni aks ettirish holatlari nisbatan ko'proq, mualliflar tomonidan targ'ib etish ko'zda tutilmaydi, albatta, biroq studiyaga taklif etiluvchi qahramonlar tilidan genderga oid qarashlar tez-tez aytiladi. Boshlovchilar neytrallikni ushlab qolishga harakat qilsalarda, voqea ishtirokchilari, studiyaga muammosini hal etishga kelgan qahramon yoki ekspertlar tomonidan mavzu muhokama etilarkan, jamiyatda mavjud genderga oid qarashlar mezon kabi o'rta tashlanadi: ayolga nima mumkinu nima mumkin emas, erkak nimaga majbur kabi qarashlar hukmronlik qiladi.

Reklamalar, ayniqsa, teleserial va telenovellalarda gender stereotiplar nisbatan ko'proq ko'zga tashlanadi. Ayol asosan maishiy darajada - uy yumushlari, oilaviy-shaxsiy munosabatlar fonida talqin etiladi, qahramon sifatida ona, kelin, qaynona, buvi, qiz deb ko'rsatiladi. Ularning hayotidagi, kundalik turmush tarzidagi bosh vazifa, hatti-harakatlar ham shu doirada yuz beradi, ayolga biror ijtimoiy-siyosiy, katta yoki kengroq vazifa yuklanmaydi. Jamiyat asosi – oila. Ayol bu doirada tasvirlanishining xatarli tomoni yo'q albatta, biroq ayoning shu roli ham tilga olingan janrlardagi televizion asarlar misolida to'laqonli ochib berilmaydi. Masalan, ayol ona sifatida talqin etilarkan, bu munosabatlar bevosita farzand bilan uzviy aloqa misolida ko'rsatilmaydi. Bolasi bilan vaqt o'tkazayotgan – birga o'ynayotgan, dars qilayotgan, suhbatlashayotgan, sayr qilayotgan, uning ustozlari, do'stlari, murabbiylari bilan domiy aloqa o'rnatgan ona obrazi emas, ko'proq uy yumushlari bilan band, turmush o'rtog'i yoki qaynonasi bilan qandaydir kelishmovchilikka uchragan ayol timsoli yetakchilik qiladi ekranlarda. Ayol personajlar o'zining shu kabi shaxsiy muammolarini ham maxsus mutaxassislar emas, yaqinlari – onasi, singlisi, qo'shnisi, dugonasi orqali maslahatlashadi, muammolarga qonuniy, huquqiy tomondan emas, maishiy darajadagi yechimlar topishga harakat qiladi yoki ruhan iztirob chekish bilan chegaralanadi. Milliy seriallar va novellalarning nomlanishi va mavzusi hali hanuz jamiyatimiz ayollarini o'z qamrovida tutib turgan chegaralar va daraja haqida xulosa beradi: qaynona, ovsin, rashk, hiyonat, aldov, qarz va hokazo mavzular.

Xulosa sifatida, telekanallar dasturlari orasida gender stereotiplar nisbatan ko'proq uchrovchi janrlar sifatida – teleseriallar, telenovellalar, telereklamalarni keltirish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ. сборник статей LVII Международной научно-практической конференции. В 2 ч.. Том 1. Пенза, 2022. Издательство: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.) (Пенза). <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48691662>
2. ПОКОЛЕНИЕ БУДУЩЕГО.Сборник избранных статей Международной студенческой научной конференции. Санкт-Петербург, 2021. Издательство: Частное научно-образовательное учреждение дополнительного профессионального образования Гуманитарный национальный исследовательский институт «НАЦРАЗВИТИЕ» (Санкт-Петербург). <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45848600>
3. Qosimova N., Alimova N. Gender va media. T.: Bayoz,2022.
4. Ya.Mamatova, S.Sulaymanova, Oltin o‘rtalik sari: O‘zbekiston ommaviy axborot vositalarida gender munosabatlari. O‘quv qo‘llanma.T.:2016.

