URUSHDAN KEYINGI YAPONIYADA OMMAVIY MADANIYAT RENESSANSI MANGA VA ANIME INDUSTRIYASINING SHAKLLANISHI

Xurramov Nurbek Faxriddin o‘g‘li

Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti magistranti

Doi: https://doi.org/10.5281/zenodo.20034149

Annotatsiya: Ushbu maqola Ikkinchi jahon urushidagi mag‘lubiyatdan so‘ng Yaponiyada ommaviy madaniyatning, xususan, manga[1] va anime[2] industriyasining shakllanish jarayonlarini tadqiq etadi. Tadqiqot 1945-1965-yillar oralig‘idagi ijtimoiy-iqtisodiy omillar, “Akahon”[3] bozori, nashriyot infratuzilmasining tizimlashishi hamda televideniyening kirib kelishini qamrab oladi. Mualliflar Frederik Shodt, Jon Dauer va Syuzan Neypier kabi tadqiqotchilarning yondashuvlariga tayangan holda, yapon ommaviy madaniyatining tiklanishi shunchaki tijoriy jarayon emas, balki jamiyatdagi urushdan keyingi ruhiy travmani yengish va yangi “tinchlikparvar millat” o‘zligini shakllantirish mexanizmi bo‘lganligini asoslaydi. Maqolada hunarmandchilikka asoslangan “Kashihon”[4] tizimidan yirik “Media” (jurnallar va TV) sanoatiga o‘tish evolyutsiyasi tahlil qilinadi.

Kalit so‘zlar: Manga, Anime, Akahon, Kashihon, urushdan keyingi Yaponiya, ijtimoiy travma, milliy o‘zlik, Tezuka Osamu, ommaviy madaniyat.

Abstract: This article examines the formation of Japan’s mass culture—particularly the manga and anime industry—in the aftermath of Japan’s defeat in World War II. Focusing on the period 1945–1965, the study considers key socio-economic drivers, the emergence of the “Akahon” market, the institutionalization of publishing infrastructure, and the expansion of television as a new mass medium. Drawing on the approaches of scholars such as Frederik L. Schodt, John W. Dower, and Susan J. Napier, the article argues that Japan’s postwar cultural revival was not merely a commercial process but also a mechanism for coping with collective psychological trauma and for shaping a new “peace-oriented nation” identity. It further traces the

[1] Manga (漫画 – “erkin chizgilar”) – Yaponiyada paydo bo‘lgan va XIX asr oxirida zamonaviy qiyofasi shakllangan komikslar hamda grafik romanlar san’ati. Uzoq tarixiy ildizlarga (XII asrdagi o‘ramlar va Edo davridagi Ukiyo-e gravyuralariga) ega bo‘lgan manga o‘zining oq-qora formatda chop etilishi, o‘ngdan chapga qarab o‘qilishi va barcha yosh toifalari uchun mo‘ljallangan boy janrlar tarmog‘iga (shounen, shoujo, seinen va hokazo) ega ekanligi bilan G‘arb komikslaridan ajralib turadi. Manba: Wikipedia, The Free Encyclopedia, s.v. “Manga”, [Elektron manba:] https://en.wikipedia.org/wiki/Manga. [Murojaat qilingan sana: 03.01.2026].

[2] Anime (アニメ – “animatsiya” so‘zining qisqartmasi) – Yaponiyada ishlab chiqarilgan yoki o‘ziga xos yapon vizual uslubida yaratilgan animatsion asarlar majmuasi. G‘arb madaniyatida bu atama faqat Yaponiyada yaratilgan animatsiyani anglatadi, ammo Yaponiyaning o‘zida bu so‘z barcha turdagi animatsiyalarga (kelib chiqishidan qat’i nazar) nisbatan qo‘llaniladi. Uning asosiy xususiyatlari qatoriga qahramonlarning hissiy holatini bo‘rttirib ifodalash, katta va ifodali ko‘zlar, detallashtirilgan fon manzaralari hamda vizual tejamkorlik (cheklangan animatsiya) kabi texnikalar kiradi. Manba: Wikipedia, The Free Encyclopedia, s.v. “Anime”, [Elektron manba:] https://en.wikipedia.org/wiki/Anime.). [Murojaat qilingan sana: 03.01.2026].

[3] Akahon (赤本 – “Qizil kitob”) – 1940-yillarning oxirida asosan Osaka shahrida ishlab chiqarilgan arzon komikslar. Ular sifatsiz qog‘ozga bosilgan va an’anaviy kitob do‘konlarida emas, balki ko‘chadagi shirinlik va o‘yinchoq do‘konlarida sotilgan. Nomlanishi kitob muqovalarida ko‘zni qamashtiruvchi qizil bo‘yoq ko‘p ishlatilganidan kelib chiqqan. Ushbu format keyinchalik zamonaviy manganing tijoriy asosi bo‘lib xizmat qildi. Manba: Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, p. 62; Brigitte Koyama-Richard, One Thousand Years of Manga (Paris: Flammarion, 2007), pp. 122-123.

[4] Kashihon (貸本 — “Ijara kitoblari”) — Ikkinchi jahon urushidan keyingi yillarda, kitob sotib olish aholi uchun qimmatlik qilgan davrda rivojlangan tijoriy kutubxona tizimi. O‘quvchilar kichik to‘lov evaziga mangani do‘konda o‘qishi yoki qisqa muddatga uyga olib ketishi mumkin bo‘lgan. 1950-yillarning o‘rtalarida Yaponiyada 30 000 ga yaqin shunday do‘konlar faoliyat yuritgan. Manba: Paul Gravett, Manga: Sixty Years of Japanese Comics, p. 38.

evolution from the craft-based “Kashihon” system to a large-scale media industry centered on magazines and television.

Keywords: manga, anime, akahon, kashihon, postwar Japan, social trauma, national identity, Osamu Tezuka, mass culture.

Kirish

1945-yil 15-avgust kuni Yaponiya imperatori Hirohito o‘z xalqiga radio orqali murojaat qilib, mamlakatning taslim bo‘lganini e’lon qildi. Bu sana nafaqat harbiy mag‘lubiyatni, balki yapon xalqi uchun chuqur ruhiy va ijtimoiy bo‘shliq davrining boshlanishini anglatardi. Pulitzer mukofoti sovrindori, tarixchi Jon Dauer ushbu davrni “Kyodatsu”[5] – “Holdan toyish va umidsizlik” holati deb ta’riflaydi[6]. Vayron bo‘lgan shaharlar, ochlik va inflyatsiya iskanjasida qolgan jamiyatda san’at yoki ko‘ngilochar sohaning rivojlanishi mantiqan imkonsizdek tuyulardi. Biroq, aynan mana shu kultepalar ostidan XX asrning eng qudratli media fenomenlaridan biri bo‘lgan zamonaviy manga va anime industriyasi o‘sib chiqdi.

Sanoatning shakllanishida “Akahon” () fenomeni hal qiluvchi rol o‘ynadi. 1940-yillarning oxirida Osakada paydo bo‘lgan sifatsiz qog‘ozga bosilgan arzon kitobchalar o‘yinchoq do‘konlari orqali tarqalib, bolalar va o‘smirlar uchun asosiy ermakka aylandi[7]. Aynan shu muhitda Osamu Tezukaning “Shin Takarajima” (Yangi xazinalar oroli, 1947) asari nashr etilib, o‘zining kinematografik uslubi bilan 400 000 nusxada sotildi va manga sanoatini “faoliyat”dan “biznes”ga aylantirdi[8].

Shu bilan birga, animatsiya sohasi ham o‘zgarishlar ostonasida edi. Urushdan oldingi davrdagi harbiy targ‘ibot vositasi bo‘lgan animatsiya, 1950-yillarga kelib Toei Doga studiyasi timsolida “Sharq Disneysi” bo‘lish ambitsiyasi bilan qayta tug‘ildi[9]. Bu davrda yaratilgan asarlar, jumladan, “Tetsuwan Atom” (Astro Boy) nafaqat texnologik yutuq, balki urush travmasini boshdan kechirgan millat uchun kelajakka bo‘lgan umid ramzi edi. Anime yaponlarga o‘zlarining yangi, qurolsizlangan va texnologik jihatdan ilg‘or bo‘lgan o‘zligini (identifikatsiyasini) qayta qurish imkonini berdi[10].

Ushbu maqolaning maqsadi Yaponiyadagi urushdan keyingi ommaviy madaniyat “renessansi” qanday omillar hisobiga yuz berganini tahlil qilishdir. Bu jarayon tasodifiy bo‘lmay, chuqur tarixiy ildizlarga va o‘sha davrning o‘ziga xos iqtisodiy sharoitlariga asoslangan edi. Frederik Shodt ta’kidlaganidek, manga G‘arb komikslarining oddiy nusxasi emas, balki XII asrdagi Choju-giga (Hayvonlar o‘yini) o‘ramlari va Edo davrining Ukiyo-e[11] gravyuralaridan

---

[5] Kyodatsu (虚脱) – 1945-yilgi mag‘lubiyatdan keyin yapon jamiyatini qamrab olgan ommaviy ruhiy tushkunlik, jismoniy holsizlik va chuqur umidsizlik holatini ifodalovchi atama. Bu tushuncha nafaqat iqtisodiy qashshoqlikni, balki imperatorlik mafkurasining qulashi natijasida yuzaga kelgan ma’naviy bo‘shliqni ham anglatadi. Manba: John W. Dower, Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II, p. 87.

[6] John W. Dower, Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II (New York: W. W. Norton & Company, 1999), p. 87.

[7] Paul Gravett, Manga: Sixty Years of Japanese Comics (New York: Harper Design, 2004), pp. 38-40.

[8] Paul Gravett, Manga: Sixty Years of Japanese Comics (New York: Harper Design, 2004), p. 28; Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, 1983), p. 62.

[9] Jonathan Clements, Anime: A History (London: British Film Institute, 2013), p. 94.

[10] Susan J. Napier, Anime from Akira to Howl's Moving Castle (New York: Palgrave Macmillan, 2005), p. 16.

[11] Ukiyo-e (浮世絵 – “O‘zgaruvchan dunyo tasvirlari”) – XVII-XIX asrlarda Yaponiyada rivojlangan yog‘och taxtachalarga rasm o‘yish san’ati. Bu janr asosan kabuki aktyorlari, go‘zallar, tarixiy voqealar va landshaftlarni

boshlangan ming yillik vizual hikoya qilish an'anasining davomidir[12]. Urushdan keyingi davr bu qadimiy an'anani zamonaviy texnologiyalar va demokratik qadriyatlar bilan birlashtirish uchun katalizator vazifasini o'tadi.

Ushbu tadqiqotning obyekti – Ikkinchi jahon urushidan keyingi Yaponiyada ommaviy madaniyat makonida manga va anime industriyasining shakllanish jarayonidir. Predmet sifatida esa bu jarayonni belgilagan ijtimoiy-madaniy sharoitlar hamda nashriyot va nashrlarni tarqatish infratuzilmasi va ichki bozor mexanizmlari ko'rib chiqiladi. Tadqiqot tarixiy-tahliliy yondashuvga tayangan holda, manbalardagi faktlar, davriy dinamikalar va institutsional o'zgarishlarni taqqoslash orqali izohlaydi. Ishda kontentning ommaviylashuvini tushuntirish uchun "industriya shakllanishi" va "ommaviy iste'mol" tushunchalari doirasida tematik (mavzuli) tahlil usulidan ham foydalaniladi. Manba bazasi asosan ingliz tilidagi ilmiy monografiyalar va tadqiqotlardan iborat bo'lib, ular manga va anime tarixi, urushdan keyingi Yaponiya jamiyati hamda media industriyasi shakllanishi haqidagi akademik qarashlarni qamrab oladi. Xronologik doira, asosan, 1945-1965-yillar bilan cheklanadi.

Mazkur maqola uch qismdan iborat bo'lib, birinchi navbatda manga va animening tarixiy ildizlari hamda urushdan keyingi ijtimoiy-madaniy muhit tahlil qilinadi. Ikkinchi qismda sanoatning iqtisodiy mexanizmlari bo'lgan nashriyotlar va ijara do'konlari tizimi o'rganiladi. Yakuniy qismda esa ushbu san'at turlarining "jarohatlangan" jamiyatdagi psixologik o'rni va qadriyatlar tizimidagi o'zgarishlar yoritib beriladi.

Manga va anime tarixiy ildizlari hamda Ikkinchi jahon urushidan keyingi ijtimoiy-madaniy muhit

Yapon ommaviy madaniyatining jahon urushidan keyingi "portlashi"ni tushunish uchun avvalo uning tarixiy evolyutsiyasiga nazar tashlash zarur. Manga fenomeni bo'sh joyda paydo bo'lmagan. U yapon tasviriy san'atining ming yillik an'analari va XIX asrdagi G'arb modernizatsiyasining o'zaro to'qnashuvi natijasida shakllangan tarixiy hodisadir.

Vizual hikoya so'zlash an'anasi XII asrga, rohib Toba Sojo qalamiga mansub "Choju-giga" (Hayvonlar va odamlar o'yini) o'ramlariga borib taqaladi. Ushbu asarda qo'llanilgan chiziqlar dinamikasi va voqealar ketma-ketligi zamonaviy animatsiyaning "ajdodlari" hisoblanadi[13]. Edo davriga (1603–1867) kelib, bu an'ana "Toba-e"[14] va "Kibyoshi"[15]

---

tasvirlagan. Ukiyo-e o'zining chiziqlar aniqligi va kompozitsiya erkinligi bilan zamonaviy manganing estetik poydevori hisoblanadi. Manba: Brigitte Koyama-Richard, One Thousand Years of Manga, p. 53.

[12] Choju-jinbutsu-giga (yaponcha: 鳥獣人物戯画 – "Qushlar, hayvonlar va insonlar hajviyasi") – XII–XIII asrlarga oid, an'anaviy ravishda rohib-rassom Toba Sojo (1053–1140) qalamiga mansub deb hisoblanadigan to'rtta siyohli qog'oz o'ram (emakimono). Asar o'zining satirik mazmuni (buddist rohiblarning marosimlarini hajv qiluvchi antropomorfik quyon, qurbaqa va maymunlar) hamda o'ngdan chapga qarab rivojlanuvchi uzluksiz, kinematografik kompozitsiyasi bilan zamonaviy manganing eng qadimiy vizual ajdodi hisoblanadi. Manba: Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, pp. 28-30; Brigitte Koyama-Richard, One Thousand Years of Manga, pp. 34-39.

[13] Thomas LaMarre, The Anime Machine: A Media Theory of Animation (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009), p. 13.

[14] Toba-e (鳥羽絵 – "Toba rasmlari") – Edo davrida (XVII–XVIII asrlar) keng tarqalgan hajviy rasm uslubi. Bu nom XII asrdagi Choju-giga muallifi Toba Sojo sharafiga berilgan, garchi u bu davrda yashamagan bo'lsa ham. Toba-e uslubi personajlarning uzun oyoq-qo'llari, kulgili va bo'rttirilgan harakatlari hamda yengil chizgilari bilan ajralib turadi. Bu uslub zamonaviy mangadagi komik vaziyatlarni tasvirlash tiliga asos solgan. Manba: Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, p. 37; Brigitte Koyama-Richard, One Thousand Years of Manga (Paris: Flammarion, 2007), p. 125.

[15] Kibyoshi (黄表紙 – "Sariq muqovali kitoblar") – 1775-yildan boshlab Yaponiyada ommalashgan, kattalar uchun mo'ljallangan rasmli hikoyalar janri. "Kibyoshi" zamonaviy komikslarning bevosita o'tmishdoshi hisoblanadi,

ko‘rinishida ommalashdi. “Kibyoshi” matn va tasvirni birlashtirgan ilk arzon kitobchalar bo‘lib, savodxonligi oshib borayotgan shahar aholisi uchun asosiy ermak vazifasini o‘tagan[16].

“Manga” (漫 man – erkin, injiq; 画 ga – rasm) atamasining o‘zi ilk bor 1814-yilda buyuk rassom Katsushika Hokusai tomonidan ommaviy muomalaga kiritilgan. Uning mashhur “Hokusai Manga” to‘plami (jami 15 jild) syujetli hikoya emas, balki kundalik hayot, hayvonlar va g‘ayritabiiy mavjudotlarning erkin eskizlari majmuasi edi.

Manganing zamonaviy qiyofasi shakllanishida 1868-yildagi Meiji[17] islohotlari va Yaponiyaning G‘arbga ochilishi hal qiluvchi rol o‘ynadi. Frederik Shodt ta’kidlaganidek, zamonaviy manga, bu yapon estetikasi va G‘arb karikatura texnologiyalarining sintezidir[18]. Bu jarayonda britaniyalik rassom Charlz Virgman ning hissasi beqiyosdir. U 1862-yilda Yaponiyada “The Japan Punch”[19] satirik jurnaliga asos soldi. Virgman birinchi bo‘lib yapon tasviriy san’atiga “speech balloons” (so‘z pufakchalari) va siyosiy satira elementlarini olib kirdi[20].

Ushbu ta’sir ostida yapon rassomlari o‘z uslublarini o‘zgartira boshladilar. Ulardan eng ko‘zga ko‘ringani Rakuten Kitazava (1876–1955) bo‘lib, u birinchi professional “mangaka”[21] hisoblanadi. Rakuten 1905-yilda “Tokyo Puck”[22] jurnalini ta’sis etdi va unda G‘arb komikslariga xos rangli bosma va panel (kadr) tizimini qo‘lladi. Aynan shu davrda komikslar xalq orasida “Ponchi-e”[23] (Punch pictures) nomi bilan mashhur bo‘lib, jamiyatdagi siyosiy va ijtimoiy o‘zgarishlarni aks ettiruvchi ko‘zguga aylandi[24].

---

chunki unda birinchi marta matn (dialoglar) rasmdan alohida emas, balki rasm ichidagi bo‘shliqlarga yozilib, vizual kompozitsiyaning bir qismiga aylangan. Bu asarlar ko‘pincha siyosiy satira va ijtimoiy hayotni hajv qilishga qaratilgan edi. Manba: Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, p. 37; Brigitte Koyama-Richard, One Thousand Years of Manga (Paris: Flammarion, 2007), p. 42.

[16] Brigitte Koyama-Richard, One Thousand Years of Manga (Paris: Flammarion, 2007), p. 32.

[17] O‘zbek akademik an’anasida yapon tarixiy atamalari asosan rus tili vositasida kirib kelganligi sababli, mazkur so‘z uzoq vaqt “Meydzi” (Мэйдзи) shaklida qo‘llanilib kelingan. Biroq, o‘zbek tilining lotin yozuviga asoslangan fonetik imkoniyatlari yapon tilidagi asl talaffuzni uchinchi til (rus tili) vositasiz, to‘g‘ridan-to‘g‘ri va aniq ifodalash imkonini beradi. Shu sababli, mazkur dissertatsiyada xalqaro akademik doiralarda umumqabul qilingan Hepbyorn transliteratsiya tizimiga va asl yaponcha talaffuzga (明治 – “Meiji”) tayanilgan holda atamaning “Meiji” shakli tanlandi. Ushbu yondashuv yapon atamalarini milliy tilimizga to‘g‘ri va xalqaro standartlarga mos ravishda joriy etish maqsadida qo‘llanildi.

18 Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, 1983), pp. 28-38.

19 The Japan Punch – 1862-yilda britaniyalik rassom Charles Wirgman tomonidan Yaponiyada tashkil etilgan ilk satirik jurnal. U mashhur britan jurnali Punchning yapon versiyasi hisoblangan.

[20] Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, 1983), p. 38.

[21] Mangaka (漫画家 – “Manga yaratuvchisi”) – manga chizishni o‘ziga kasb qilgan professional rassom. Atama “manga” va “ka” (mutaxassis yoki kasb egasi) qo‘shimchalaridan tashkil topgan. G‘arb komikslaridan farqli o‘laroq, mangakalar odatda ham ssenariy yozish, ham rasm chizish vazifasini bir o‘zi (yoki assistentlar yordamida) bajaradi. 1950-yillarda sanoatning rivojlanishi bu kasbni yuqori daromadli, ammo o‘ta tig‘iz grafikdagi sohaga aylantirdi. Manba: Sharon Kinsella, Adult Manga, p. 20.

22 Tokyo Puck – 1905-yilda Rakuten Kitazava tomonidan asos solingan Yaponiyadagi ilk rangli satirik jurnal. Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, pp. 42-44.

23 Ponchi-e (ポンチ絵 – “Punch rasmlari”) – XIX asrning ikkinchi yarmida (Meiji davri) Yaponiyada ommalashgan, G‘arb uslubidagi siyosiy karikatura va hajviy rasmlar uchun ishlatilgan atama. Bu nom britaniyalik rassom Charlz Virgman (Charles Wirgman) tomonidan 1862-yilda Yaponiyada asos solingan “The Japan Punch” satirik jurnali nomidan kelib chiqqan. Ponchi-e an’anaviy yapon san’atidan farqli o‘laroq, dolzarb ijtimoiy muammolarni hajv qilish va personajlar nutqini “so‘z pufakchalari” (speech balloons) orqali berish usulini joriy qilgan. Manba: Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, pp. 38-41.

24 Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, pp. 42-44.

1920-yillarga kelib, manga kattalar siyosiy satirasidan bolalar ko‘ngilochar vositasiga aylana boshladi. Kodansha25 kabi yirik nashriyotlarning tashkil topishi va “Shounen Club”26 kabi jurnallarning paydo bo‘lishi bunga zamin yaratdi. Bu davrning eng yorqin ramzi Tagava Suiho yaratgan “Norakuro”[27] qahramoni edi. 1931-yilda boshlangan ushbu seriya, armiyaga qo‘shilgan sodda itning sarguzashtlari orqali bolalarga harbiy intizom va imperiyaga sadoqat g‘oyalarini singdirdi. Norakuro manganing birinchi milliy miqyosdagi “blokbasteri” bo‘lib, uning mashhurligi keyinchalik anime va o‘yinchoqlar sanoatining rivojlanishiga turtki berdi[28].

Manga kitoblari bilan bir qatorda, 1930-yillarda ko‘cha san’ati – Kamishibai[29] fenomeni yuzaga keldi. Sharalin Orbo o‘z tadqiqotlarida Kamishibaini zamonaviy animening “texnik otasi” deb ataydi[30]. Velosipedda yuruvchi hikoyachilar yog‘och ramka ichidagi rasmlarni almashtirib, tomoshabinlarga “jonli kino” namoyish etishgan. Kamishibai vizual tilida sashikomi[31] va panoramlash kabi kinematografik usullar keng qo‘llanilgan[32].

Ikkinchi jahon urushi davrida (1937–1945) hukumat bu vositani to‘liq o‘z nazoratiga oldi. “Kokusaku Kamishibai”[33] orqali aholiga o‘zini qurbon qilish, tejamkorlik va imperatorga

---

25 Kodansha (株式会社講談社) – Yaponiyaning eng yirik nashriyot kompaniyasi. 1909-yilda Seiji Noma tomonidan asos solingan. Kompaniya urushdan oldin mashhur “Shounen Club” jurnalini chop etgan bo‘lsa, 1959-yilda “Weekly Shounen Magazine” haftalik jurnalini yo‘lga qo‘yish orqali manga sanoatini “Kashihon” (ijara) modelidan ommaviy sotuv modeliga o‘tkazishda hal qiluvchi rol o‘ynagan. Manba: Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, p. 67.

26 Shounen Club (少年倶楽部 – “O‘g‘il bolalar klubi”) – Kodansha nashriyoti tomonidan bolalar uchun muntazam chop etilgan ommaviy jurnal.

27 Norakuro (野良黒 – “Daydi Qora It”) – 1931-yilda rassom Suihou Tagava tomonidan yaratilgan va Shounen Club jurnalida chop etilgan manga seriyasi. Bosh qahramon – “Vahshiy itlar brigadasi”ga (Yaponiya imperatorlik armiyasiga ishora) xizmatga kirgan sodda, ammo tirishqoq qora it. Hikoya davomida u oddiy askardan ofitser darajasigacha ko‘tariladi. Frederik Shodtning yozishicha, bu asar 1930-yillarda bolalarni harbiy hayotga ruhan tayyorlash va Yaponiyaning Osiyodagi bosqinchilik urushlarini (Manchjuriya hodisasi fonida) “yoqimli va qiziqarli sarguzasht” sifatida ko‘rsatishda muhim mafkuraviy vosita bo‘lgan. Manba: Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, pp. 48-52.

28 Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, p. 50.

29 Kamishibai (紙芝居 – “Qog‘oz teatri”) – 1930-yillarda Yaponiyada ommalashgan ko‘cha san’ati turi. Unda hikoyachi velosipedga o‘rnatilgan yog‘och ramka ichidagi rasmlarni ketma-ket almashtirib, voqeani dramatik tarzda so‘zlab bergan. Rasmlarning almashish tezligi va uslubi (zoom, panorama) keyinchalik anime rejissurasining asosiy prinsiplariga aylandi. Manba: Sharalyn Orbaugh, Propaganda Performed: Kamishibai in Japan's Fifteen Year War, p. 92.

30 Sharalyn Orbaugh, Propaganda Performed: Kamishibai in Japan's Fifteen Year War (Leiden: Brill, 2015), pp. 37, 71–72, 92.

31 Sashikomi (差込 – “Ichkariga kiritish” yoki “Qistirish”) – Kamishibai ijrochilari tomonidan qo‘llanilgan maxsus vizual effekt usuli. Odatda hikoya davomida eski rasm sug‘urib olinadi, ammo sashikomi usulida yangi rasm eski rasmning ustiga tezkorlik bilan kiritiladi. Bu tomoshabinda “kadrlar almashinishi” (jump cut) yoki to‘satdan paydo bo‘lish illyuziyasini yaratgan. Tadqiqotchi Sharalyn Orbaughning fikricha, bu texnika keyinchalik anime rejissyorlari, jumladan, Osamu Tezuka tomonidan “cheklangan animatsiya”da montaj va sahna almashish usullarini shakllantirishda andaza bo‘lib xizmat qilgan. Manba: Sharalyn Orbaugh, Propaganda Performed: Kamishibai in Japan's Fifteen Year War, pp. 92-94.

32 Sharalyn Orbaugh, Propaganda Performed: Kamishibai in Japan's Fifteen Year War (Leiden: Brill, 2015), pp. 83-84.

33 Kokusaku Kamishibai (国策紙芝居 – “Milliy Siyosat Qog‘oz Teatri”) – 1938-1945-yillarda Yaponiya hukumati tomonidan tashkil etilgan targ‘ibot (propaganda) tizimi. Hukumat an’anaviy ko‘cha san’atining ommaviyligidan foydalanib, uni “Yaponiyadagi kichik kamishibaychilar uyushmasi”ga birlashtirgan. Bu teatrlar orqali bolalar va kattalarga imperatorga sadoqat, tejamkorlik, front ortidagi mehnat va harbiy qurbonliklarni ulug‘lovchi hikoyalar namoyish etilgan. Sharalyn Orbaughning ta’kidlashicha, bu jarayon yapon xalqini “vizual hikoyalar orqali birlashishga” o‘rgatgan muhim bosqich edi. Manba: Sharalyn Orbaugh, Propaganda Performed: Kamishibai in Japan's Fifteen Year War, pp. 145-148.

sadoqat g‘oyalari targ‘ib qilindi. Bu davr shuni ko‘rsatdiki, yapon jamiyati vizual hikoyalarni qabul qilishga va ular orqali birlashishga tayyor edi[34].

1945-yilga kelib Yaponiyada ommaviy vizual madaniyatning barcha zaruriy elementlari mavjud edi. Xususan, Hokusai va Edo davridan qolgan “erkin chiziqlar” estetikasi, G‘arbdan o‘zlashtirilgan texnologik format (panellar va pufakchalar) hamda Kamishibai orqali shakllangan “kinematografik nigoh”. Urushdan keyingi inqiroz sharoitida aynan shu boy tarixiy zaxira Tezuka Osamu va uning izdoshlari uchun yangi milliy o‘zlikni qurishda poydevor bo‘lib xizmat qildi.

1945-yil avgustida Yaponiyaning so‘zsiz taslim bo‘lishi nafaqat siyosiy mag‘lubiyat, balki total ijtimoiy-iqtisodiy halokat edi. Jon Dauer o‘zining “Embracing Defeat” asarida bu davrni “Kyodatsu” (holdan toyish va chuqur ruhiy tushkunlik) atamasi bilan ifodalaydi. Yirik shaharlarning 40 foizi vayronaga aylangan, giperinflyatsiya sababli pul qadrsizlangan va aholi doimiy ochlik domida qolgan edi[35].

Biroq, aynan mana shu “ruhiy bo‘shliq” ommaviy madaniyatga bo‘lgan misli ko‘rilmagan talabni yuzaga keltirdi. Odamlar kundalik hayotning daxshatlaridan (xarobalar, yetimlar, qora bozor) bir zumga bo‘lsa-da chalg‘ish uchun har qanday ovunchoqqa tayyor edilar. Dauer ta’kidlaganidek, “oziq-ovqat tanqisligi sharoitida ham, yaponlar ko‘ngilochar vositalarga so‘nggi pullarini sarflashgan”, chunki bu ularga insoniylik hissini qaytarar edi[36].

Urushdan keyingi dastlabki yillarda Tokiodagi an’anaviy nashriyotlar (Kodansha, Shogakukan) og‘ir ahvolda edi. Qog‘oz fondlari yonib ketgan, bosmaxonalar vayron bo‘lgan va Ittifoqchilar Oliy Qo‘mondonligi (SCAP[37]) tomonidan qattiq senzura o‘rnatilgan edi. Bu bo‘shliqni to‘ldirish uchun Osaka shahrida o‘nlab kichik, norasmiy nashriyotlar paydo bo‘ldi[38].

O‘sha davrlarda ishlab chiqargan mahsulot esa “Akahon” (Qizil kitoblar) nomi bilan tarixga kirdi. Bu nom kitoblarning muqovasida ko‘zni qamashtiruvchi yorqin qizil bo‘yoq ishlatilgani sababli berilgan. Akahonlar kitob do‘konlarida emas, balki ko‘chada, shirinlik va o‘yinchoq do‘konlarida arzimas narxga sotilgan. Ular eng sifatsiz, somon aralash qog‘ozga bosilgan bo‘lsa-da, mazmunan o‘ta erkin va rang-barang edi. Senzuradan chetda bo‘lgani bois, Akahon rassomlari G‘arb komikslari, samuray afsonalari va ilmiy fantastikani erkin aralashtirib, butunlay yangi vizual til yaratdilar[39].

Aynan shu muhitda, 1947-yilda 19 yoshli tibbiyot talabasi Osamu Tezuka o‘zining “Yangi xazinalar oroli” (Shin Takarajima) asarini Akahon formatida nashr ettirdi. 400 000 nusxada

---

[34] Sharalyn Orbaugh, Propaganda Performed: Kamishibai in Japan's Fifteen Year War (Leiden: Brill, 2015), p. 153-154.

[35] John W. Dower, Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II (New York: W. W. Norton & Company, 1999), pp 89-91.

[36] John W. Dower, Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II (New York: W. W. Norton & Company, 1999), p. 145.

[37] SCAP (ingl. Supreme Commander for the Allied Powers) –1945-1952-yillarda Yaponiyani boshqargan Ittifoqchilarning ishg‘ol ma’muriyati va uning rahbari (General Duglas MakArtur) unvoni. SCAP yapon jamiyatini demokratlashtirish, demilitarizatsiya qilish va konstitutsiyaviy islohotlarni o‘tkazishda mutlaq vakolatga ega edi. Madaniyat sohasida SCAP “feodal” va “militarist” deb topilgan har qanday asarni (jumladan, samuray filmlari va jangovar mangalarni) taqiqlash orqali ommaviy madaniyat rivojiga kuchli ta’sir ko‘rsatgan. Manba: John W. Dower, Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II, pp. 405-410

[38] Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, 1983), p. 62.

[39] Paul Gravett, Manga: Sixty Years of Japanese Comics (New York: Harper Design, 2004), p. 39.

sotilgan ushbu kitob Akahon bozorining cho‘qqisi bo‘ldi va mangani shunchaki “rasmli kitobcha”dan “Kinematografik drama”ga aylantirdi[40].

1950-yillarning boshida, hatto arzon Akahonlarni sotib olish ham ko‘pchilik oilalar uchun qimmatlik qilar edi. Shu sababli, bozor “Kashihon” tizimiga moslashdi. Bu do‘konlar xuddi kutubxona kabi ishlagan, ammo tijoriy asosda kitobxon kitob narxining 10 dan 1 qismini to‘lab, uni do‘konda o‘qishi yoki uyiga olib ketishi mumkin edi.

1950-yillarning o‘rtalarida Yaponiyada 30 000 dan ortiq Kashihon do‘konlari faoliyat yuritgan[41]. Bu tizim nafaqat iqtisodiy, balki ijodiy ahamiyatga ham ega edi. Ijara do‘konlari auditoriyasi asosan talabalar, zavod ishchilari va isyonkor yoshlar bo‘lgani uchun, bu yerda “O‘g‘il bolalar jurnallari”ga nisbatan ancha jiddiy, qorong‘u va realistik mavzular (Gekiga[42]) talab qilingan. Kashihon tizimi bo‘lmaganida, urushdan keyingi manga sanoati iqtisodiy jihatdan o‘zini oqlay olmas va 1960-yillardagi “Oltin davr”ga yetib bora olmas edi[43].

Manga va anime sanoatining shakllanish jarayoni. Nashriyot inqilobi va ichki media bozori

1955–1965-yillar yapon ommaviy madaniyatida tub burilish davri bo‘ldi. Mamlakatdagi “Iqtisodiy mo‘jiza” va aholi daromadlarining o‘sishi madaniy iste’mol modelini o‘zgartirdi. Odamlar endi kitoblarni ijaraga olish bosqichidan ularni sotib olish bosqichiga o‘tdilar. Bu iqtisodiy siljish manga va animening tizimlashishiga, ya’ni aniq qoidalarga, standartlarga va iyerarxiyaga asoslangan yirik sanoatga aylanishiga olib keldi.

1950-yillarning oxiriga kelib, “Kashihon” (Ijara kitob do‘konlari) bozori turg‘unlikka yuz tutdi. Televideniyening raqobati va o‘sib borayotgan o‘rta sinfning sifatliroq mahsulotga bo‘lgan talabi eski tizimni inqirozga olib keldi. Bozor bo‘shlig‘ini to‘ldirish uchun Tokioning ikki yirik nashriyot giganti – Kodansha va Shogakukan[44] inqilobiy qadam tashladi.

1959-yilning mart oyida bir vaqtning o‘zida “Weekly Shounen Magazine” va “Weekly Shounen Sunday” jurnallari sotuvga chiqarildi. Bu manga tarixidagi “Sanoat inqilobi” edi. Nashriyotlar “zararga ishlash” strategiyasini qo‘lladilar. Natijada, 300 sahifalik jurnallar tannarxidan arzon (atigi 30 iyena[45]) sotilar, asosiy daromad esa keyinchalik eng xaridorgir

---

[40] Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, 1983), p. 63.

[41] Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, 1983), p. 66.

[42] Gekiga (劇画 – “Dramatik rasmlar”) – 1957-yilda rassom Yoshihiro Tatsumi tomonidan kiritilgan atama. Tatsumi o‘z asarlarini o‘sha paytdagi an’anaviy, bolalar uchun mo‘ljallangan “manga”dan (ma’nosi “injiq rasmlar”) ajratishni istagan. Gekiga uslubi o‘zining qorong‘u atmosferasi, realistik chizgilari, zo‘ravonlik va ijtimoiy muammolarni (qashshoqlik, jinoyatchilik) ochiq yoritishi bilan ajralib turadi. Bu harakat dastlab Kashihon (ijara) bozorida rivojlangan bo‘lsa-da, keyinchalik zamonaviy Seinen (kattalar uchun) mangasining poydevoriga aylandi. Manba: Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, pp. 66-67; Sharon Kinsella, Adult Manga, pp. 66-67.

[43] Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, 1983), pp. 67-68.

[44] Shogakukan (株式会社小学館) – 1922-yilda tashkil etilgan yirik yapon nashriyoti. Kompaniya dastlab boshlang‘ich sinf o‘quvchilari uchun ta’limiy jurnallarga ixtisoslashgan (nomi ham “Boshlang‘ich maktab binosi” ma’nosini bildiradi). 1959-yil mart oyida Kodansha bilan bir kunda o‘zining “Weekly Shounen Sunday” haftalik jurnalini sotuvga chiqargan. Pol Gravettning yozishicha, ushbu ikki gigant o‘rtasidagi raqobat va tiraj poygasi manga sanoatining tezkor rivojlanishiga va janrlar xilma-xilligiga asosiy turtki bo‘lgan. Manba: Paul Gravett, Manga: Sixty Years of Japanese Comics, p. 36.

[45] 1959-yildagi ¥30 miqdorining xarid quvvati 2026-yil narxlarida taxminan ¥168ga teng (CPI asosida).[Elektron manba:] (https://www.in2013dollars.com/japan/inflation/1959). [Murojaat qilingan sana: 12.01.2026].

hikoyalarni alohida jild (Tankobon[46]) qilib sotishdan olinar edi[47]. Bu model mangani “kitob” formatidan butun millat iste’mol qiladigan “haftalik media mahsuloti”ga aylantirdi.

Sanoatlashuv jarayoni auditoriyani yoshi va jinsiga qarab qat’iy segmentlash (tabaqalash) zaruratini tug‘dirdi. Bugungi kunda biz bilgan janrlar aynan shu davrda institutsional shaklga ega bo‘ldi.

Shounen[48] (O‘g‘il bolalar uchun) – haftalik jurnallar asosan boshlang‘ich va o‘rta maktab o‘quvchilariga mo‘ljallangan edi. Ularda “Do‘stlik, Harakat, G‘alaba” formulasi standartlashtirildi. Sport (beysbol) va ilmiy fantastika (robotlar) ustuvor mavzuga aylandi.

Shoujo[49] (Qizlar uchun) – 1950-yillarning o‘rtalarida Nakayoshi va Ribon kabi oylik jurnallar paydo bo‘ldi. Dastlab bu jurnallarda erkak rassomlar (jumladan, Tezuka) ijod qilgan bo‘lsa-da, 1960-yillarga kelib ayol rassomlarning kirib kelishi janrni “ko‘z yoshli melodramalar”dan qizlarning ichki kechinmalarini aks ettiruvchi murakkab estetikaga o‘tkazdi[50].

Gekiga va Seinen[51] (Kattalar uchun) ildizlari – “Kashihon” bozorining eng katta merosi, bu Gekiga (Dramatik mangalar) harakati edi. 1957-yilda rassom Yoshihiro Tatsumi bolalar uchun mo‘ljallangan “manga” atamasidan voz kechib, kattalar va talabalar uchun realistik, qorong‘u va ijtimoiy mavzudagi asarlarni “Gekiga” deb atadi[52]. Garchi ijara bozori qulagan bo‘lsa-da, Gekiga yo‘qolmadi. Aksincha, u 1964-yilda tashkil etilgan Garo jurnali orqali ziyolilar qatlamiga kirib bordi va keyinchalik Seinen (Voyaga yetgan erkaklar uchun) janrining poydevorini qurdi. Gekiga tufayli manga “bolalar ermagi” chegarasidan chiqib, jiddiy ijtimoiy-siyosiy diskurs vositasiga aylandi[53].

---

46 Tankobon (単行本 – “Mustaqil kitob”) – manga sanoatida ishlatiladigan nashr formati. Odatda, haftalik yoki oylik jurnallarda (masalan, Shounen Jump) bobma-bob chop etilgan hikoyalar keyinchalik sifatli qog‘ozga bosilib, 200 sahifa atrofidagi alohida kitob holida sotuvga chiqariladi. Frederik Shodtning ta’kidlashicha, yapon manga iqtisodiyoti aynan shu modelga asoslangan. Jurnallar arzon narxda ommaviy reklama vazifasini o‘tasa, asosiy sof foyda Tankobon sotuvidan kelib tushadi. Manba: Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, pp. 13, 43; Paul Gravett, Manga: Sixty Years of Japanese Comics, pp. 13–15.

47 Paul Gravett, Manga: Sixty Years of Japanese Comics (New York: Harper Design, 2004), p. 56.

48 Shounen (少年 – “O‘g‘il bola” yoki “O‘smir”) – asosan 8 yoshdan 18 yoshgacha bo‘lgan o‘g‘il bolalarga mo‘ljallangan manga va anime toifasi. Bu janrning asosiy xususiyatlari – yuqori dinamikali harakat (action), jamoaviy kurash, do‘stlik va qiyinchiliklarni yengish (doryoku, shouri, yujo) mavzularidir. 1959-yilda “Weekly Shounen Magazine” va “Weekly Shounen Sunday” jurnallarining chiqishi bu toifani sanoatning eng daromadli qismiga aylantirdi. Manba: Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics, pp. 86-88.

49 Shoujo (少女 – “Qiz bola” yoki “Bokira”) – 8-18 yoshli qizlar auditoriyasiga qaratilgan manga toifasi. Shounendan farqli o‘laroq, bu yerda asosiy urg‘u jismoniy harakatga emas, balki qahramonlarning ichki kechinmalari, romantik munosabatlar va hissiy yetuklikka qaratiladi. Vizual jihatdan Shoujo manga “katta, yaltiroq ko‘zlar”, murakkab sahifa kompozitsiyasi va fon sifatida gullar yoki mavhum naqshlarning ko‘p ishlatilishi bilan ajralib turadi. Manba: Paul Gravett, Manga: Sixty Years of Japanese Comics, p. 74; Frederik L. Schodt, Manga! Manga!”, pp. 88-92.

50 Paul Gravett, Manga: Sixty Years of Japanese Comics (New York: Harper Design, 2004), pp. 74-80.

51 Seinen (青年 – “Yosh yigit” yoki “Voyaga yetgan erkak”) – 18 yoshdan 30-40 yoshgacha bo‘lgan erkaklar auditoriyasiga mo‘ljallangan manga toifasi. Bu janr 1960-yillarda Gekiga harakati ta’sirida paydo bo‘lgan. Unda murakkab syujetlar, realistik chizgi, siyosiy, iqtisodiy mavzular, shuningdek, zo‘ravonlik va erotik elementlar erkinroq tasvirlanadi. Manba: Sharon Kinsella, Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society, p. 40; Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, 1983), pp. 106-108.

52 Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, 1983), pp. 66-67.

53 Sharon Kinsella, Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society (Honolulu: University of Hawai'i Press, 2000), pp. 32-37.

Haftalik formatga o‘tish mangaka mehnatini zavod konveyeriga o‘xshash tizimga solishni talab qildi. Haftada 20-30 sahifa chizish jismonan imkonsiz bo‘lib qolgach, Assistentlar tizimi (Studio system) joriy etildi.

Biroq eng katta o‘zgarish boshqaruvda yuz berdi. Kinsella o‘z tadqiqotida “Muharrir hokimiyati” ni tahlil qiladi. Ijodiy jarayon markazida endi rassom emas, balki nashriyotning muharriri turardi. Muharrirlar syujetni rejalashtirish, bozor talabini o‘rganish va rassomni qat’iy muddatda ishlashga majbur qilish orqali sanoatning “menejerlari”ga aylandilar. Bu tizim ijodkorlikni bozor qoliplariga solgan bo‘lsa-da, mahsulot sifatining barqarorligini ta’minladi[54].

1960-yillarning boshida televideniyening ommalashuvi manga sanoatiga “yakka industriya” – animatsiyani taqdim etdi. Jonatan Klements bu davrda ikkita qarama-qarshi ishlab chiqarish modeli to‘qnashganini ko‘rsatadi:

“Toei Doga” modeli (Sharq Disneyi) – 1958-yilda “Oq ilon afsonasi” (Hakujaden)ni chiqargan Toei studiyasi to‘liq animatsiya (to‘liq metrajli) – yuqori byudjetli, silliq harakatli filmlar yaratishga ixtisoslashgan edi[55].

“Mushi Production” modeli (Tezuka standarti) – 1963-yilda Osamu Tezuka “Astro Boy” (Tetsuwan Atom) seriali bilan televideniye bozoriga kirdi. Byudjet tanqisligi sharoitida u “cheklangan animatsiya”[56] usulini joriy qildi. Harakat silliqligi qisqartirilib, asosiy urg‘u hikoya va personaj dizayniga qaratildi. “Astro Boy” animesi 30 daqiqalik qismlardan iborat seriyalar ko‘rinishida efirga uzatilgan[57].

1955-1965-yillar oralig‘ida yapon ommaviy madaniyati hunarmandchilik ustaxonasidan industrial “zavod”ga aylandi. Nashriyotlar va ijara do‘konlarining o‘rnini vertikal integratsiyalashgan (Avval Jurnal, so‘ng Tankobon, so‘ng Anime) yirik korporatsiyalar egalladi. Auditoriyani Shounen, Shoujo va Seinen (Gekiga) kabi guruhlarga ajratish esa mangaga “beshikdan to qabrgacha” yapon aholisining hamrohi bo‘lish imkonini berdi. Garchi bu jarayon tijoriy qoliplarni kuchaytirgan bo‘lsa-da, aynan shu institutsional infratuzilma keyingi o‘n yilliklarda yapon madaniyatining global kengayishiga zamin yaratdi.

Urushdan keyingi jamiyatda manga va animening o‘rni. Travma, qadriyatlar va yangicha ijtimoiy hayot

1945-1965-yillar oralig‘ida yapon jamiyati o‘z tarixidagi eng og‘ir psixologik transformatsiyani boshdan kechirdi. Bu davrdagi manga va anime shunchaki bolalar ermagi emas, balki militaristik o‘tmish, atom bombasi dahshati va Amerikaning madaniy bosimi ostida qolgan millat uchun “kollektiv terapiya” va o‘zlikni qayta anglash maydoniga aylandi.

Tarixchi Jon Dauer o‘zining “Mag‘lubiyatni quchoqlab”[58] fundamental tadqiqotida urushdan keyingi yapon jamiyatini “Kyodatsu” holatida tasvirlaganligi haqida ko‘p ta’kidlandi.

---

[54] Sharon Kinsella, Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society (Honolulu: University of Hawai'i Press, 2000), pp. 55-56.

[55] Jonathan Clements, Anime: A History (London: British Film Institute, 2013), p. 94-95.

[56] Limited animation (inglizcha: “cheklangan animatsiya”) – kadrlar sonini qisqartirish va takroriy vizual elementlardan foydalanish orqali vaqt hamda byudjetni tejashga asoslangan animatsiya usuli.

[57] Jonathan Clements, Anime: A History (London: British Film Institute, 2013), pp. 116-123; Paul Gravett, Manga: Sixty Years of Japanese Comics (New York: Harper Design, 2004), p. 152; Thomas Lamarre, The Anime Machine (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009), p. 201.

[58] John W. Dower, Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II (New York: W. W. Norton & Company, 1999)

Bu so‘z nafaqat jismoniy holdan toyishni, balki chuqur ruhiy bo‘shliq va ideallarning qulashini anglatar edi. Imperatorning ilohiyligi bekor qilinib, kechagi qahramonlar (harbiylar) jinoyatchiga aylangan bir paytda, oddiy xalq o‘zini aldangan his qildi[59].

Biroq, Dauerning ta’kidlashicha, yaponlar bu bo‘shliqni uzoq saqlab turmadilar. Ular mag‘lubiyat energiyasini “Bunka” (Madaniyat) va “Kagaku” (Fan) tushunchalari orqali yangi milliy g‘oyaga aylantirdilar. Manga bu jarayonda “demokratik vosita” rolini o‘ynadi. Agar urush paytidagi san’at qat’iy iyerarxiya va itoatni targ‘ib qilgan bo‘lsa, urushdan keyingi Osamu Tezuka asarlari gumanizm, shaxs erkinligi va hayotning muqaddasligi g‘oyalarini olib kirdi. Manga “Kyodatsu” holatidagi xalqqa kelajakni militarizm prizmasisiz tasavvur qilish imkonini berdi[60].

Yaponiya – yadroviy hujumni boshdan kechirgan yagona davlat sifatida, o‘z san’atida atom energiyasiga nisbatan ikkilamchi (ambivalent) munosabatni shakllantirdi. Syuzan Napier buni “Texnologiyaning maftunkor va dahshatli kuchi” deb ataydi[61].

Tezuka Osamu bu narrativni o‘zgartirishga jur’at etdi. U yaratgan “Astro Boy”[62] qahramoni atom energiyasi bilan harakatlansa-da, u vayronkor emas, balki tinchlikparvar edi. Frederik Shodtning yozishicha, Tezuka “Atom” so‘zini o‘lim ramzidan umid ramziga aylantirdi. Robot bola Astro Boy yaponlarga o‘zlarining eng katta qo‘rquvi (fan-texnika) bilan kelishishga va o‘zlarini “Tinchlikparvar ilmiy millat” sifatida qayta kashf etishga yordam berdi[63].

Nega yapon animesi va mangasi doimiy ravishda dunyoning tugashi (apokalipsis) haqida hikoya qiladi? Syuzan Napierning tahliliga ko‘ra, bu G‘arbiy “Armageddon” tushunchasidan farq qiladi. Yapon animesida vayronagarchilik ko‘pincha “Matsuri”[64] estetikasi bilan tasvirlanadi. Bu dahshatli, lekin vizual jihatdan go‘zal jarayondir[65].

1945-yilgi bombardimonlar xotirasi rassomlarning onggosti qatlamiga o‘rnashib qolgan edi. Katsuhiro Otomoning “Akira”sidan tortib, Hayao Miyazakining “Nausika”[66] sigacha bo‘lgan asarlarning ildizi aynan 1950-yillarga borib taqaladi. Vayron qilingan Tokio tasvirlari o‘quvchi va tomoshabinlarga ruhiy yengillik berar edi. Manga sahifalarida shaharlarning qayta-qayta vayron bo‘lishi va qayta tiklanishi – yapon xalqining “kuygan kuldan qayta tug‘ilish” qobiliyatini madh etuvchi ritualga aylandi[67].

---

[59] John W. Dower, Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II (New York: W. W. Norton & Company, 1999), pp. 88-89.

[60] Brigitte Koyama-Richard, One Thousand Years of Manga (Paris: Flammarion, 2007), pp. 121-127.

[61] Susan J. Napier, Anime from Akira to Howl's Moving Castle (New York: Palgrave Macmillan, 2005), pp. 11, 253.

[62] Tetsuwan Atomu (鉄腕アトム). Tezuka Osamu tomonidan yaratilgan va 1963-yildan efirga uzatila boshlangan ilk mashhur yapon teleanimesi. Asar xalqaro G‘arb doiralarida Astro Boy nomi bilan tanilgan. Ushbu anime Yaponiyada yarim soatlik haftalik seriallar formatining standartini belgilab bergan.

[63] Frederik L. Schodt, Manga! Manga! The World of Japanese Comics (Tokyo: Kodansha International, 1983), p. 63.

[64] Matsuri (祭り) – an’anaviy yapon festivallari yoki bayramlari. Yapon madaniyatida festival ko‘pincha ibtidoiy xaos, vayronagarchilik va undan keyingi ruhiy hamda jismoniy qayta tiklanishni o‘zida mujassam etuvchi marosim sifatida qabul qilinadi.

[65] Susan J. Napier, Anime from Akira to Howl's Moving Castle (New York: Palgrave Macmillan, 2005), pp. 253,268.

[66] Nausicaä of the Valley of the Wind (yaponcha to‘liq nomi: 風の谷のナウシカ – Kaze no Tani no Naushika).

[67] Susan J. Napier, Anime from Akira to Howl's Moving Castle (New York: Palgrave Macmillan, 2005), pp. 249-250.

1960-yillarda Shoujo manganing yuksalishi ijtimoiy jihatdan yana bir inqilob edi. Urushdan oldingi konfutsiylik jamiyati ayolga faqat “yaxshi rafiqa, dono ona” (Ryosai Kenbo[68]) rolini yuklagan edi.

Biroq, Takahashi Makoto va keyinchalik “24-yil guruhi”[69] ayol mangakalari yaratgan Shoujo estetikasi bu qolipni sindirdi:

Shoujo mangasidagi g‘ayritabiiy katta ko‘zlar personajning tashqi go‘zalligini emas, balki uning ichki dunyosini aks ettirish uchun xizmat qildi. Bu qizlarga jamiyatdagi cheklovlardan qochib, o‘z his-tuyg‘ulari muhim bo‘lgan makonga kirish imkonini berdi.

Bishounen[70] yoki erkak kiyimini kiygan qizlar obrazlari orqali qizlar an’anaviy gender rollaridan tashqaridagi munosabatlarni xavfsiz tarzda o‘rganish imkoniga ega bo‘ldilar. Napier buni patriarxal jamiyatga nisbatan “yumshoq isyon” deb baholaydi[71].

1964-yilgi Tokio Olimpiadasi arafasida Yaponiya o‘zini dunyoga zamonaviy, yuqori texnologiyali davlat sifatida taqdim etishga urindi. Tomas Lamar o‘zining “Anime mashinasi”[72] asarida “Anime-ko‘z”[73] nazariyasini ilgari suradi. Uning fikricha, animening o‘ziga xos vizual tili (ko‘p qatlamli harakat, uchuvchi mashinalar, tezlik chiziqlari) dunyoga Yaponiyani “vaznsiz”, post-industrial jamiyat sifatida ko‘rsatdi[74].

Urushdan keyingi avlod endi o‘zini “Samuraylar avlodi” deb emas, balki robotlar yaratuvchi, koinotni zabt etuvchi millat sifatida his qila boshladi. Anime va manga Yaponiyaning “Osiyolik” sifatidagi o‘zligini saqlab qolgan holda, G‘arb modernizatsiyasini og‘riqsiz qabul qilishiga ko‘maklashdi. Bu “Texno-orientalizm”[75] fenomeni Yaponiyaning

---

[68] Ryousai kenbo (良妻賢母 – “Yaxshi rafiqa, dono ona”) – 19-asr oxirida (Meiji davrida) shakllantirilgan va ayollarning jamiyatdagi maqomini asosan oila hamda farzand tarbiyasi bilan cheklovchi an’anaviy patriarxal konsepsiya.

[69] 24-yil guruhi (yap. Nijuyo-nen Gumi; ingl. Year 24 Group) – 1970-yillarda yapon “Shoujo” (qizlar) mangasini tubdan inqilob qilgan ayol mangakalar avlodi. Bu nom ularning aksariyati 1949-yilda (Yapon taqvimi bo‘yicha Shova davrining 24-yili) tug‘ilganligi sababli berilgan. Ungacha qizlar mangasini asosan erkaklar chizar va mavzular oddiy melodrama bilan cheklanar edi. Moto Hagio, Keiko Takemiya va Riyoko Ikeda kabi ushbu guruh vakillari janrga ilmiy-fantastika, falsafa, tarixiy drama va jinsiy identifikatsiya (shounen-ai – o‘g‘il bolalar sevgisi) mavzularini olib kirdilar. Debora Shamoonning ta’kidlashicha, ular an’anaviy to‘rtburchak panellarni buzib tashlab, hissiyotlarni “sahifadan toshib chiqadigan” erkin kompozitsiya orqali tasvirlash estetikasini yaratdilar. Manba: Deborah Shamoon, Passionate Friendship: The Aesthetics of Girl's Culture in Japan, pp. 101-105.

[70] Bishounen (美少年 – “Go‘zal o‘g‘il bola”) – yapon ommaviy madaniyatida, xususan, Shoujo mangada keng tarqalgan estetik arxetip. Bu personajlar o‘zining nozik, kipriklari uzun, gavda tuzilishi nafis va ko‘pincha androgine (erkak va ayol go‘zalligini o‘zida jamlagan) ko‘rinishi bilan ajralib turadi. Bishounen obrazi yapon qizlari uchun an’anaviy jamiyatdagi qo‘pol va hukmron erkaklikdan xoli bo‘lgan, “xavfsiz” va ideallashgan romantik obyekt vazifasini o‘taydi. Ular jinsiy chegaralarni mavhumlashtirish orqali o‘quvchiga gender rollaridan tashqaridagi erkinlikni his qilish imkonini beradi. Manba: Susan J. Napier, Anime from Akira to Howl's Moving Castle, pp. 150-152

[71] Susan J. Napier, Anime from Akira to Howl's Moving Castle (New York: Palgrave Macmillan, 2005), pp. 27, 59-60.

[72] Thomas Lamarre, The Anime Machine: A Media Theory of Animation (inglizcha: “Anime mashinasi: Animatsiyaning media nazariyasi”).

[73] Anime-eye (inglizcha: “anime ko‘z”) – tadqiqotchi Tomas Lamarr tomonidan kiritilgan tushuncha bo‘lib, yapon animatsiyasidagi o‘ziga xos vizual texnikani, ya’ni qatlamli, harakatlanuvchi fonda obyektlarning “vaznsiz” va tezkor harakatlanish illyuziyasini anglatadi.

[74] Thomas LaMarre, The Anime Machine: A Media Theory of Animation (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009), p. xxiii.

[75] Texno-oriyentalizm (ingl. Techno-Orientalism) — David Morley va Kevin Robins tomonidan ilmiy muomalaga kiritilgan tushuncha. Bu G‘arb dunyosining Osiyo (xususan, Yaponiya) mamlakatlariga nisbatan stereotipik qarashini ifodalaydi. Unda Sharq endi “qoloq” emas, aksincha, “o‘ta rivojlangan, yuqori texnologik, ammo ruhan sovuq va insoniylikdan yiroq” sivilizatsiya sifatida tasvirlanadi (masalan, Blade Runner yoki Cyberpunk janrida).

global “Yumshoq kuch”[76] imperiyasiga aylanishining boshlang‘ich nuqtasi edi[77].

Bunday sharoitda yapon ommaviy madaniyatining tiklanishi shunchaki iqtisodiy muvaffaqiyat tarixi emas, bu omon qolish va milliy reabilitatsiya strategiyasi edi. “Akahon”larning arzon qog‘ozlaridan tortib, “Astro Boy”ning telemagnit to‘lqinlarigacha bo‘lgan bu jarayon, vayronalar ostida qolgan millatning o‘zligini bo‘laklardan qayta yig‘ib olishi, o‘tmish jarohatlariga malham qo‘yishi va kelajak uchun yangi orzularni loyihalash mexanizmi bo‘lib xizmat qildi.

Xulosa

Ushbu maqola 1945–1965-yillar oralig‘idagi Yaponiya ommaviy madaniyatining evolyutsiyasini tahlil qilar ekan, biz shunchaki bir ko‘ngilochar sanoatning tug‘ilishiga emas, balki millat ruhining qayta tirilishiga guvoh bo‘ldik. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, manga va anime industriyasi – Ikkinchi jahon urushidagi mag‘lubiyat, atom bombasi jarohati va ijtimoiy qadriyatlar inqirozi (Kyodatsu) sharoitida yapon jamiyati uchun strategik omon qolish mexanizmi vazifasini o‘tagan.

Birinchidan, tadqiqot G‘arb madaniy imperializmi nazariyasini rad etib, manganing ildizlari chuqur milliy zaminga egaligini tasdiqladi. XII asrdagi Choju-giga o‘ramlaridan boshlangan, Edo davridagi Ukiyo-e orqali rivojlangan va urush davridagi Kamishibai orqali sayqallangan vizual hikoya an’anasi 1945-yilgi “Nol nuqtasi”[78]da yo‘qolib ketmadi. Aksincha, “Akahon” va “Kashihon” tizimlari bu qadimiy “vizual DNK”ni demokratlashtirdi va uni eng quyi ijtimoiy qatlamlar uchun ham tushunarli bo‘lgan zamonaviy tilga aylantirdi. Bu tarixiy uzviylik, o‘z imperatoridan va o‘tmishidan mahrum bo‘lgan xalqqa o‘zligini saqlab qolish uchun tayanch nuqtasi bo‘ldi.

Ikkinchidan, 1955–1965-yillardagi sanoatlashuv jarayoni madaniyatni barqaror iqtisodiy dvigatelga aylantirdi. Hunarmandchilikka asoslangan ijara bozorining inqirozi va uning o‘rnini vertikal integratsiyalashgan (Avval Jurnal, so‘ng Tankobon, so‘ng Anime) yirik korporatsiyalarning egallashi – yapon “Iqtisodiy mo‘jiza”sining ajralmas qismi edi. Osamu Tezukaning “cheklangan animatsiya” modeli va nashriyotlardagi “muharrir diktaturasi” ijodkorlikni sanoat konveyeriga solgan bo‘lsa-da, aynan shu standartlashtirish Yaponiyaga o‘z

---

Biroq, yapon animesi (xususan, Astro Boy) bu qarashni o‘zgartirib, texnologiya va robotlarni “qalbga ega” va insoniyatning do‘sti sifatida taqdim etish orqali texno-oriyentalizmning ijobiy modelini yaratdi. Manba: David Morley and Kevin Robins, Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries, pp. 168-170.

[76] Yumshoq kuch (ingl. Soft Power) — amerikalik siyosatshunos Jozef Nay (Joseph Nye) tomonidan 1990-yilda kiritilgan xalqaro munosabatlar nazariyasi. Bu davlatning o‘z maqsadlariga harbiy yoki iqtisodiy bosim (Hard Power) orqali emas, balki o‘z madaniyati, siyosiy qadriyatlari va tashqi siyosatining jozibadorligi orqali erishish qobiliyatini anglatadi. Urushdan keyingi Yaponiya o‘zining militaristik o‘tmishini yuvish va dunyo hamjamiyatiga qaytishda aynan manga, anime va pop-madaniyatga asoslangan “yumshoq kuch” strategiyasidan samarali foydalandi. Manba: Joseph S. Nye, Jr., Soft Power: The Means to Success in World Politics, pp. 85-87; Douglas McGray, “Japan’s Gross National Cool”, (Foreign Policy, 2002), pp. 46-48.

[77] Thomas LaMarre, The Anime Machine: A Media Theory of Animation (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009), p. 89.

[78] Nol nuqtasi (ingl. Year Zero yoki Zero Hour) – 1945-yil 15-avgust, Yaponiyaning so‘zsiz taslim bo‘lishi natijasida yuzaga kelgan holatni ifodalovchi tarixiy-madaniy tushuncha. Bu atama ikki ma’noni anglatadi: 1) Jismoniy ma’noda: atom bombalari va havo hujumlari oqibatida shaharlarning tekislanishi; 2) Mafkuraviy ma’noda: o‘tmish bilan to‘liq uzilish, militaristik qadriyatlarning “tanazzuli” va jamiyatning oq qog‘ozdan yangi tarix boshlashi. Jon Dowerning ta’kidlashicha, aynan shu “bo‘shliq” hissi yapon ijodkorlarida yangi dunyoni tasavvur qilish va yaratishga kuchli ehtiyoj uyg‘otgan. Manba: John W. Dower, Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II, pp. 87-89, 121.

asarlarini global miqyosda eksport qilish imkonini berdi. Yaponiya po‘lat va avtomobil ishlab chiqarish bilan bir qatorda, “xayolot ishlab chiqarish”ni ham sanoat darajasiga olib chiqdi.

Uchinchidan va eng muhim xulosa – ommaviy madaniyat yapon xalqi uchun “Kollektiv psixoterapiya” rolini o‘ynadi. Yapon xalqi mag‘lubiyatni qabul qildilar, ammo manga ularga bu mag‘lubiyatga qayta ma’no berish imkonini berdi.

Astro Boy orqali ular kechagi dushman (texnologiya va atom)ni ertangi do‘stga va xaloskorga aylantirdilar. Vayronagarchilik estetikasiga boy bo‘lgan apokaliptik asarlar jamiyatga ruhiy poklanish berdi. Manga sahifalari yaponlarga o‘zlarini militaristik o‘tmishdan uzib, “Tinchlikparvar, ilmiy va futuristik millat” sifatida qayta kashf etishlari uchun xavfsiz laboratoriya vazifasini o‘tadi.

Pirovardida, 1945–1965-yillar oralig‘ida shakllangan ushbu tizim Yaponiyaning XXI asrdagi “Yumshoq kuch” (Soft Power) va “Jozibali Yaponiya” (Cool Japan) fenomenining poydevorini qurdi. Agar urushdan oldingi Yaponiya Osiyoni qilich va miltiq bilan zabt etishga uringan bo‘lsa, urushdan keyingi Yaponiya dunyoni “kawaii”[79] personajlar, gumanistik hikoyalar va texnologik optimizm orqali zabt etdi.

Shunday qilib, yapon ommaviy madaniyatining renessansi, bu shunchaki tijorat g‘alabasi emas, balki insoniyat tarixidagi eng yirik madaniy reabilitatsiya va o‘zlikni qayta qurish loyihalaridan biri sifatida baholanishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Clements, Jonathan. Anime: A History. London: British Film Institute, 2013.
2. Dower, John W. Embracing Defeat: Japan in the Wake of World War II. New York: W. W. Norton & Company, 1999.
3. Gravett, Paul. Manga: Sixty Years of Japanese Comics. New York: Harper Design, 2004.
4. Kinsella, Sharon. Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2000.
5. Koyama-Richard, Brigitte. One Thousand Years of Manga. Paris: Flammarion, 2007.
6. LaMarre, Thomas. The Anime Machine: A Media Theory of Animation. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2009.
7. Napier, Susan J. Anime from Akira to Howl's Moving Castle. New York: Palgrave Macmillan, 2005.
8. Orbaugh, Sharalyn. Propaganda Performed: Kamishibai in Japan's Fifteen-Year War. Leiden: Brill, 2015.
9. Schodt, Frederik L. Manga! Manga! The World of Japanese Comics. Tokyo: Kodansha International, 1983.
10. Morley, David, and Kevin Robins. Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries. Routledge, 1995.
11. Nye, Joseph S., Jr. Soft Power: The Means to Success in World Politics. PublicAffairs, 2005.
12. McGray, Douglas. “Japan’s Gross National Cool.” Foreign Policy, no. 130 (2002): 44–54.
13. Value of 1959 Japanese Yen today | Japan Inflation Calculator. [Elektron manba:] (https://www.in2013dollars.com/japan/inflation/1959), [Murojaat qilingan sana: 12.01.2026].
14. Shamoon, Deborah. *Passionate Friendship: The Aesthetics of Girl’s Culture in Japan*. Honolulu: University of Hawai‘i Press, 2012.
15. www.e-adabiyot.uz
16. www.ziyouz.uz

[79] Kawaii (可愛い – “yoqimli”, “shirin”) – yapon ommaviy madaniyatining estetik konsepsiyasi bo‘lib, personajlarning ma’sum, bolalarcha va mehribon ko‘rinishini ifodalaydi.

17. Value of 1959 Japanese Yen today | Japan Inflation Calculator. [Elektron manba:] (https://www.in2013dollars.com/japan/inflation/1959), [Murojaat qilingan sana: 12.01.2026].
18. Wikipedia, The Free Encyclopedia, s.v. “Anime”. [Elektron manba:] (https://en.wikipedia.org/wiki/Anime), [Murojaat qilingan sana: 03.01.2026].
19. Wikipedia, The Free Encyclopedia, s.v. “Manga”. [Elektron manba:] (https://en.wikipedia.org/wiki/Manga), [Murojaat qilingan sana: 03.01.2026].