

GLOBAL AXBOROT TARMOG'IDA TA'LIMIY KANALLAR

Sitora Juraboeva

Journalist

Hozirgi tarixiy bosqichda axborot odamlar hayotida muhim o'rin tutadi. Televizion kanallar dunyo bo'ylab millionlab odamlarning turmush tarzi va ma'naviyatiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Insoniyat asta-sekin o'ziga ekran orqali qarashga odatlanib bormoqda. Hozirgi kunda har bir kishi jamiyat hayotida axborotning muhim rolini egallaydi. Hatto ko'p odamlar ma'lumot dunyoni boshqaradi, deb hisoblashadi. Darhaqiqat, har bir kishi har kuni ma'lumotga ehtiyoj sezadi. Shunga qaramay, ko'pchilik ushbu ehtiyojni qondirishni rejalashtirish va ushbu ma'lumotni ma'lum bir maqsadda xizmat qilish maqsadi to'g'risida hali ham aniq emas. Muxtasar qilib aytganda, bu ma'lumotni tarqatish usullari va uning oldiga qo'ygan maqsadlari katta qiziqish uyg'otadi.

Endi "televizion tarmoq" atamasi hamma uchun haqiqiy, ajablanarli emas. Aksincha, bu so'zni tinglashni istamaganlarga kinoya bilan munosabatda bo'lishadi. Shu bilan birga, ko'plab telekanallarning mavjudligi, uning inson ongi, hissiyotlari, xarakteri va hayot tarziga ta'siri tahlil qilinishi kerak. Chunki bu jihatda juda ko'p qiziqarli va fikr yuritadigan qarashlar mavjud.

O'tgan asrning ikkinchi yarmidan boshlab dunyo geosiyosiy vaziyat tub o'zgarishlarga duch keldi. Geografik jihatdan bir-biridan eng uzoq bo'lgan mamlakatlar o'rtasidagi bunday aloqalar tobora kengayib bordi. Endi dunyo "global qishloq" ga aylanib ketganday tuyuldi (Marshall Maklyuan). Iqtisodiy va axborot aloqalari uni o'rgimchak to'ri kabi o'rab oladi. Ushbu jarayon butun axborot tarqatish tizimini o'zgartirish zarurligini aniqlashga imkon berdi. Bu tendentsiya sotsialistik lagerning qulashi bilan tobora kuchayib bordi. O'tgan asrning 90-yillari boshlarida global darajada bir nechta tarmoqlar shakllangani bejiz emas. CNBC (1989), BBC World News (1991), Euronews (1993), Bloomberg TV (1994), Al Jazeera (1996) va boshqalarni eslatib o'tishimiz mumkin. Ushbu jarayon rivojlanishining geosiyosiy konturlari aniq ko'rinib turardi. Globallashgan dunyoda axborotni tarqatish tezligi va kengayishi eng muhim ehtiyojga aylanib bormoqda. Shu bilan birga, turli sohalar xodimlari tomonidan tezkor ma'lumot olish ehtiyojlarini qondirish zarurati paydo bo'ldi. Masalan, biznes bilan shug'ullanadigan ko'plab

odamlarning muvaffaqiyati axborotni qo'llab-quvvatlash bilan chambarchas bog'liq. Darvoqe, butun dunyoga tarqalgan transmilliy kompaniyalarning faoliyati global axborot tarmoqlari faoliyatiga bog'liq.

Dunyoda tabiatan farq qiluvchi ushbu jarayonlar global televizion tarmoqlarning shakllanishiga sabab bo'ladi. Shunday qilib, ayrim ommaviy axborot vositalari saflari orasida dunyoda etakchilik uchun raqobat kuchayib ketdi. Natijada dinamik axborot maydoni shakllandi. Millionlab odamlar, ulardan mustaqil ravishda, global axborot makoniga qaram bo'lib qolishdi. Ammo, baland ovozda ifodalanmagan bir qator fikrlar mavjud.

Axborot siyosati: aqlni ovlash

Ko'p millionli auditoriyaga ega bo'lgan telekompaniyalar ob'ektiv ma'lumotlarni efirga berish uchun harakat qilishmaydi. Ular ma'lum dasturlarga mos keladigan dasturni tuzadilar. Ularning dasturlari har bir kishiga mos keladi. Bir qarashda, buni taxmin qilish juda qiyin. Chunki professional jurnalistlar bunday qiziqarli va jozibali dasturlarni tayyorlaydilar va shuning uchun auditoriya olgan ma'lumotlarga baho berishning iloji yo'q.

CNN tok-shousi boshlovchisi Larri King yoki BBCning Dunyo yangiliklaridan Tim Sebastyan katta auditoriyani to'plashi mumkin. Yoqimli, hayratomuz notiqlik mahoratining kutilmaganligi tufayli ularning muxlislari ko'p. Dunyoning turli mavzulariga bag'ishlangan ushbu tok-shoularda tomoshabinlar voqealar to'g'risida aniq fikrlarni shakllantirishlari shubhasiz.

Masalan, Larri King va Tim Sebastianlarning tok-shoulari Arab bahori to'g'risida fikrlar bildirishga qodir. G'arb jamoatchilik fikrini boshqarish usulida foydani o'ziga tegishli qiladi. CNN asoschisi Ted Tyorner bir paytlar televizor jamiyatga ta'sir o'tkazishning kuchli vositasi ekanligini aytgan edi.

U ma'lumotni hech kimning pozitsiyasini himoya qilmaslik deb baholaganiga qaramay, jarayon ob'ektiv ravishda tarqalmoqda, ammo, shunga qaramay, faktlar umuman boshqacha manzarani namoyish etmoqda.

Deyarli dunyoning barcha mintaqalarini qamrab oluvchi global televizion tarmoqlarning kanallari ular taqdim etgan qadriyatlar, did va turmush tarziga qarab maxsus auditoriyani shakllantirishga ta'sir ko'rsatdi. Masalan, MTV musiqiy kanalida 500 million o'spirin auditoriyasi

mavjud. Ushbu musiqiy telekanal ularning turmush tarzi va xulq-atvoriga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Yoshlarning didi va ritorikasini shakllantirishda bunday ommaviy axborot vositalarining o'rne katta.

CNN ko'rsatuvlari asosan siyosat, iqtisodiyot, ekologiya, madaniyat va ijtimoiy sohalarni qamrab oladi. "Bugungi dunyo", "Diplomatik litsenziya", "Ichkarida", "Larri King jonli", "Larri King bilan dam olish kunlari" kabi teledasturlar dunyoda juda mashhur. Ushbu dasturlarning har biri o'ziga xos xususiyatlarga ega. Ular ijtimoiy hayot, jamiyat haqida aniq fikrlarni shakllantiradi, siyosat, aloqa, madaniyat va boshqalar. CNN dunyoda birinchi bo'lib 24 soat ichida axborot tarqatish kontseptsiyasini taklif qildi. 2005 yilda uning 37 ta xorijiy vakolatxonalari bo'lgan. Uning yangiliklar dasturlarini bir vaqtning o'zida dunyoning 212 mamlakatidan 200 million tomoshabin tomosha qilishi mumkin. CNN News 38 ta kosmik sun'iy yo'ldoshni tarqatmoqda. U ushbu telekompaniya taqdirida, 1991 yilda Fors ko'rfazidagi urush zonasidan jonli efirda va 2001 yil 11 sentyabrda Nyu-Yorkdagi terakt paytida alohida rol o'ynagan.

BBC World News, Bloomberg TV, CNBC, Al-Jazeera, Euronews va boshqa ommaviy axborot vositalari xuddi shu tarzda ishlaydi. BBC Britaniya Teleradiokompaniyasining to'g'ridan-to'g'ri merosxo'ridir. Ushbu televizion tarmoqning asosiy maqsadlaridan biri tomoshabinlar auditoriyasini informatsion "boyitish" dir. Hozir Havo kuchlari bilan raqobatlashadigan turli xil kuchli tarmoqlar shakllandi. Shunga qaramay, ushbu televizion tarmoq yangiliklar dasturining yuqori sifati, yuqori tahlil darajasi va teleboshlovchilarning professionalligi tufayli o'z ishonchini saqlab qolishga muvaffaq bo'ldi. Bi-bi-si tomoshabinlarning voqealarga munosabatini inobatga olishi ham qiziq. Masalan, zo'ravonlik sahnalari jiddiy tanlov asosida namoyish etiladi, ba'zan esa bu amalga oshirilmaydi. Bi-bi-sining asosiy shiori - "hamma narsani tushunish va unga mazmun berish". Albatta, televizion tarmoq buni Evropa qadriyatlarini doirasida amalga oshiradi. Shu munosabat bilan yuqori darajadagi tahliliy dasturlarda G'arbning siyosiy va madaniy manfaatlariga mos keladigan g'oyalar ustunlik qiladi. BBC-da "Tim Sebastyan bilan jiddiy suhbat", "Reporter", "Conining suhbatini" va boshqalar kabi doimiy dasturlar mavjud.

Euronews Evropa telekompaniyasi bo'lishiga qaramay, uning ta'sir doirasi butun dunyoni qamrab oladi. Ushbu televizion tarmoqning asosiy shiori bu: "Biz 7 ta tilda gaplashamiz, lekin bir tomonga qaraymiz". Ushbu taklif Euronews-ning asosiy maqsadini ifoda etadi. Boshqacha qilib

aytganda, Evropa Ittifoqidagi siyosiy, iqtisodiy va madaniy hayot to'g'risida odamlarning ijobiy fikrlarini shakllantiradigan ma'lumotlarga ustunlik beriladi. Tahlilchilar ushbu televizion tarmoqning ommalashish sabablarini Sharqiy Evropa davlatlarining Evropa Ittifoqiga qo'shilish istagi bilan izohlashadi. Shunday qilib, ushbu mamlakatlar fuqarolari Euronews-ni ko'rib chiqishni o'zlarining burchlari deb bilishadi.

Ushbu tarmoqlardagi dasturlarning aksariyati Evropa turmush tarziga bag'ishlangan. "Evropa" va "Evropaliklar" dasturida Evropa Ittifoqining shakllanishi, aholi hayotining dolzarb muammolari haqida so'z boradi. "Parlament" dasturi Evropa parlamenti faoliyatini qamrab oladi. "Perspektivlar" dasturida turli mavzularda keng muhokamalar bo'lib o'tmoqda.

Bloomberg TV va CNBC asosan moliya-iqtisodiy sohalar to'g'risidagi ma'lumotlarni tarqatadi. Ushbu tarmoqlar biznes olamiga yo'naltirilgan. Boshqa xarakterdagi tegishli ma'lumotlar yordamida ular ishbilarmonlik dunyosining urishini aniqlashga harakat qilmoqdalar.

Shunday qilib, ular muvaffaqiyatli biznesmen va mamlakat qiyofasini shakllantiradi. Albatta, ushbu televizion tarmoqlar tadbirkorlarni kuchli axborot qo'llab-quvvatlaydi. Biroq, ular har bir alohida holatda oldindan belgilangan aniq kursga muvofiq ishlaydi.

Yaqinda Al-Jazeera eng mashhur telekanallardan biriga aylandi. Uning auditoriyasi 35 milliondan ortiq kishini tashkil qiladi. Bu Qatar telekanali, ammo jahon miqyosida shuhrat qozongan. Qizig'i shundaki, "Al-Jazeera" barcha yirik arab mamlakatlari va AQSh tomonidan qabul qilinmaydi. Amerika ba'zi ma'lumot cheklovlarini o'rnatishga harakat qilmoqda. Chunki Al-Jazira tomonidan tarqatilayotgan katta miqdordagi ma'lumot har doim ham AQSh manfaatlariga javob bera olmaydi.

Ko'pgina arab davlatlari o'z manfaatlari tufayli o'z mamlakatlaridagi Al-Jazira ofislarini yopmoqdalar. Masalan, bu Quvayt va Iordaniyada bo'lgan. Shunga qaramay, ushbu telekanal o'z mashhurligini saqlab qoldi. Shunday qilib, televizion tarmoqlar hayot tarziga, fikr va madaniyatga, siyosiy va iqtisodiy jarayonlarga global miqyosda sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Aslida ular insoniyatning axborot makonini tashkil qiladi. Bu taniqli kanadalik sotsiolog M. Makluanning "dunyo global qishloqqa aylanishi mumkin" degan bashoratini tasdiqlaydi. Umuman olganda insoniyat hayoti "hayotingizga ekran orqali qarashga" odatlanib qolgan.