

32.5  
E-32

**TO'LQIN ESHBEKOV**

# **AXBOROT XIZMATLARI**



**TOSHKENT**

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
· OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG'BEK NOMIDAGI  
O'ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

**TO'LQIN ESHBEKOV**

# **AXBOROT XIZMATLARI**

*O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi  
tomonidan o'quv qo'llanma sifatida tavsiya etilgan*

**TOSHKENT – 2019**

UO‘K: 659.2(075)

KBK 32.972

E 32

E 32            **To‘lqin Eshbekov. Axborot xizmatlari. –T.: «Fan va texnologiya», 2019. 224 bet.**

ISBN 978–9943–6156–5–6

Mazkur o‘quv qo‘llanmada mamlakatimizda xalq bilan muloqot, jamoatchilik bilan aloqalarni rivojlantirishda idora, tashkilot va muassasalar Axborot xizmatlarining metodologik, huquqiy hamda nazariy asoslari haqida so‘z yuritiladi. O‘quv qo‘llanmada Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti Jurnalistika fakulteti Jurnalistika kafedrasida dotsenti, filologiya fanlari nomzodi To‘lqin Eshbekovning bu boradagi tadqiqotlari, amaliyotda to‘plangan milliy va xalqaro tajribalar, xulosalar atroflicha yoritilgan.

O‘quv qo‘llanma jurnalistika yo‘nalishida tahsil olayotgan talabalar, tadqiqotchilar, Axborot xizmatlari, OAV xodimlari va sohaga qiziqqan barcha o‘quvchilarga mo‘ljallangan.

UO‘K: 659.2(075)

KBK 32.972

Filologiya fanlari doktori, professor  
Fayzulla MO‘MINOVning umumiy tahriri ostida.

*Mas‘ul muharrir:*

**Farhod BABASHEV** – pedagogika fanlari nomzodi, dotsent.

*Taqrizchilar:*

**Xurshid DO‘STMUHAMMAD** – filologiya fanlari doktori, professor;

**Qudrat ERNAZAROV** – tarix fanlari doktori, professor.

ISBN 978–9943–6156–5–6



© «Fan va texnologiya» nashriyoti, 2019.

## KIRISH

O‘zbekistonda jamoatchilik bilan aloqalar, xalq bilan muloqot muhim ijtimoiy institutga aylanmoqda. Jamoatchilik fikri – fuqarolik jamiyatini o‘zida aks ettiradigan bamisoli bir ko‘zgu ekanligi hayotda o‘z isbotini topmoqda. Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev 2017-yil 27-iyun – Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlari kuni munosabati bilan soha xodimlariga yo‘llagan tabrigida ta’kidlanganidek, “Xalq bilan muloqot, odamlarning orzu-intilishlari, dardu tashvishlari bilan yashash davlat siyosati darajasiga ko‘tarilayotgan bugungi kunda har bir ommaviy axborot vositasi chinakam muloqot maydonchasiga, erkin fikr minbariga aylangan taqdirdagina biz o‘z oldimizga qo‘ygan maqsadlarga erisha olamiz”<sup>1</sup>.

O‘zbekiston Respublikasining 2014-yil 5-mayda qabul qilingan “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risida”gi qonunida (1-ilova) Axborot xizmatlarining huquqiy asosi mustahkamlandi. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2018-yil 17-fevralda qabul qilingan “O‘zbekiston Respublikasi davlat va xo‘jalik boshqaruvi organlarining axborot xizmatlari faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 125-qarorida (2-ilova) davlat va xo‘jalik boshqaruvi sohasida ochiqlik va shaffoflikka asoslangan samarali qarorlar qabul qilish tizimini joriy etish, axborot olishda mansabdor shaxslarning jamiyat oldidagi hisobdorligi, ochiqligi va mas‘uliyatini ta‘minlash vazifalari belgilab berildi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-iyundagi “Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta‘minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori (3-ilova) mazkur sohani yanada rivojlantirishda g‘oyat muhim qadam bo‘ldi.

<sup>1</sup> Mirziyoyev S.H.M. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga. – www.uz.uz. 2017-yil 27-iyun.

Demak, yuqorida qayd etilgan qonun, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va Vazirlar Mahkamasining qarorlari axborot xizmatlarining huquqiy asosi hisoblanadi.

Mazkur qonun va qaror ijrosini ta'minlash maqsadida Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universiteti Jurnalistika fakultetida, O'zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiya universitetida, O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti Xalqaro jurnalistika fakultetida, Qoraqalpog'iston davlat universiteti Jurnalistika bo'limida "Axborot xizmatlari" fani o'qitilmoqda. Mazkur oliy ta'lim muassasalariga 2019-2020 o'quv yilidan e'tiboran Axborot xizmatlari yo'nalishida ham abituriyentlar qabul qilina boshlagani, shu sohada kadrlar tayyorlashga ixtisoslashtirilgan fakultetlar tashkil etilayotgani muhim voqelikdir.

Bo'lg'usi jurnalistlar jamoatchilik bilan aloqalar (PR) fani nazariyasi va amaliyotini, Axborot xizmatini maxsus kurs orqali o'rganish bilan bir qatorda respublika yetakchi tashkilotlari, vazirliklar, siyosiy partiyalar va boshqa idoralarning Axborot xizmatlarida mahorat sirlarini o'zlashtirmoqdalar. Respublikamizdagi qator tashkilotlarning Axborot xizmatlarida hozirgi vaqtda mazkur o'quv dargohidan yetishib chiqqan kadrlar samarali faoliyat ko'rsatishmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 2-fevralda qabul qilingan "Axborot sohasi va ommaviy kommunikatsiyalarni yanada rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmonida "Davlat organlari, xo'jalik boshqaruvi organlari, davlat korxonalari va tashkilotlari matbuot xizmatlarining jamoatchilik va ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro hamkorligi yetarli darajada yo'lga qo'yilmagan"i qayd etilib, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi zimmasiga davlat organlari va boshqa tashkilotlarga ular faoliyatining ochiqligini ta'minlashda, davlat xizmatchilariga ommaviy axborot vositalari bilan ochiq, ommaviy o'zaro hamkorlik qilish madaniyatini singdirishda, shu jumladan, ularning Axborot xizmatlari (jamoatchilik bilan ishlash bo'yicha bo'linmalari) faoliyatini muvofiqlashtirish va uslubiy jihatdan ta'minlash orqali

ko'maklashish vazifasi ham yuklatildi. Bu vazifalar to'la-to'kis bajarilishi uchun avvalo, har bir vazirlik, idora, muassasa va tashkilotning Axborot xizmatlari ham mas'uldirlar.

Axborot xizmatining asosiy vazifalaridan biri – tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirishdan iborat ekan, bunda ommaviy axborot vositalarining davlat hokimiyati va boshqaruv organlari faoliyati ustidan jamoatchilik hamda parlament nazoratini ta'minlash, davlat va jamoatchilik o'rtasida mustahkam aloqa o'rnatish masalalariga alohida e'tibor qaratiladi. Yurtimizda OAVning samarali faoliyat ko'rsatishi uchun zarur sharoit va imkoniyatlarni yaratish, fuqarolarning axborotni erkin va moneliksiz olish hamda foydalanish huquqlarini amalga oshirish, axborotning muhofaza qilinishi, shaxs, jamiyat va davlatning axborot borasidagi xavfsizligini ta'minlash yuzasidan keng qamrovli ishlar amalga oshirilmoqda. Sohadagi izchil islohotlar jarayonida davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari, barcha vazirlik va idoralar, jamoat tashkilotlarida axborot xizmatlari tashkil etilib, ular faoliyati davr talabi asosida yo'lga qo'yilmoqda.

Turli idora va tashkilotlar tomonidan muntazam ravishda dolzarb mavzularda matbuot konferensiyalari, brifinglar o'tkazilishi, bunda jamoatchilik bilan muloqotning interfaol usullaridan keng foydalanish, tegishli ma'lumotlarning maxsus veb-saytlarda joylashtirilishi aholining axborot olishga bo'lgan ehtiyojini qondirishga xizmat qilmoqda. Ayni paytda bu yo'nalishdagi ishlarni yanada samarali tashkil etish, davlat va jamoat birlashmalari axborot xizmatlari, media-tuzilmalar ishini faollashtirish, soha mutaxassislarining bilim va ko'nikmalarini muttasil oshirib borish dolzarb ahamiyatga ega.

Axborot xizmatlarida asosan shu soha siru-sinoatlaridan boxabar jurnalistlar faoliyat ko'rsatishadi. Ular ham OAV xodimlari kabi asosan axborot to'plash va tarqatish bilan shug'ullanadi. Axborot xizmati xodimi o'qimishli bo'lishi zarur. Ya'ni, aytmoqchi, yozmoqchi bo'lgan har bir fikrini avvalo, ishonchli manbalardan o'qib-o'rganishi maqsadga muvofiqdir.

Axborot xizmatida faoliyat ko'rsatuvchi mas'ul xodim qaysiki mavzuda so'z yuritmasin avvalo, uning quyidagi uchta muhim

asosi hisoblanmish ishonchli manbalarni o'z ko'zi bilan o'qib ko'rmog'i lozim:

1. Metodologik asosi (O'zbekiston Respublikasi Prezidenti asarlari va nutqlarida bayon etilgan fikrlar);

2. Huquqiy asosi (O'zbekiston Respublikasi qonunlari, Prezident farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari hamda boshqa meyoriy hujjatlarda bayon etilgan fikrlar);

3. Nazariy asosi (ilmiy asoslangan kitoblar, darsliklar, qo'llanmalar, maqolalar va boshqa yozma manbalarda bayon etilgan fikrlar).

Ushbu manbalarni o'qimasdan gapirgan mas'ul xodim xatolikka yo'l qo'yishi hech gapmas. Tashkilot rahbari nomidan gapirishga haqli bo'lgan Axborot xizmati rahbari xatolikka yo'l qo'yishi kechirilmas holdir. U o'sha asossiz, xato gapi bilan tashkilotning obro'siga putur yetkazadi...

Mazkur o'quv qo'llanmani nashrga tayyorlashda Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyevning ma'ruzalarida ilgari surilgan g'oyalar, tegishli qonunlar va qarorlarda belgilangan normalar metodologik hamda huquqiy asos qilib olindi. Mamlakatimizda xalq bilan muloqot jarayonlarini tadqiq etgan holda bu borada to'plangan bilim va tajribalar, ilmiy xulosalar yuzasidan tegishli tavsiyalar berildi.

O'quv qo'llanmada axborot xizmatlari faoliyatini ilmiy tashkil etish hamda takomillashtirish, bu borada to'plangan tajribalar haqida so'z yuritiladi.

## **O‘ZBEKISTONDA JAMOATCHILIK BILAN ALOQALAR – XALQ BILAN MULOQOT IJTIMOIIY INSTITUT SIFATIDA**

- 1. Jamiyat taraqqiyotida jamoatchilik bilan aloqalarning o‘rni.*
- 2. O‘zbekiston Prezidenti ma‘ruzalari va asarlarida jamoatchilik bilan aloqalar – xalq bilan muloqotga oid fikrlar talqini.*
- 3. O‘zbekistonda jamoatchilik bilan aloqalarning yangi bosqichi*

O‘zbekiston davlat mustaqilligiga erishgan kundan buyon o‘zimizga xos va jahon andozalariga monand taraqqiyot yo‘li tanlab olindi. Davlat va jamiyat boshqaruvida jamoatchilik bilan aloqalar muhim ijtimoiy institutga aylandi. Jamiyatimizni yanada rivojlantirish va sifat jihatidan yangilash borasidagi muhim ustuvor yo‘nalishlardan biri – bu inson huquqlari va erkinliklarini, so‘z va matbuot erkinligini, shuningdek, oshkoralikni, jamiyatda o‘tkazilayotgan islohotlarning ochiqligini ta‘minlaydigan demokratik tamoyillarni so‘zda yoki qog‘ozda emas, amaliy hayotda joriy qilish borasida ko‘p fikrlar bildirilgan. Axborot sohasini jadal rivojlantirish, ommaviy axborot vositalari – matbuot, radio-televideniye faoliyatini erkinlashtirish fuqarolik jamiyati asoslarini barpo etish jarayonining uzviy tarkibiy qismiga aylanishi zarur.

Hayot ko‘zgusi hisoblanmish matbuot “to‘rtinchi hokimiyat” darajasiga ko‘tarilmog‘i lozimligi ko‘p bora ta‘kidlangan. Bu borada hali oldimizda turgan vazifalar juda ko‘p. Mamlakatimiz ommaviy axborot vositalari uzoq vaqt mafkuraviy va ma‘muriy nazorat ostida ishlagani tufayli ularning hali-beri bu holatdan chiqishi, avvalo, psixologik jihatdan o‘zini erkin his etishi qiyin kechmoqda. Shu sababli ular o‘zi uchun yangi bo‘lgan hozirgi vaziyatda ba‘zan hali ham nima qilish yoki nima qilmaslik haqida



yuqoridan ko'rsatma kutib o'tirgandek ko'rinishi to'g'ri tanqid qilinmoqda.

Oshkoralik minbariga aylanishi zarur bo'lgan OAV ko'rsatma asosida yashay olmaydi va yashashi ham mumkin emasligini izohlashga hojat yo'q. OAV oshkoralik minbariga aylanmog'i uchun vazirliklar, tashkilot, muassasa va boshqa idoralarning Axborot xizmatlari unga qanot bo'lishi, ishonchli axborot manbalarini taqdim etib bormog'i zarur. Erkin OAV real vaziyat sharoitida faoliyat ko'rsatishi, ijtimoiy-iqtisodiy va siyosiy hayotning dolzarb muammolarini dadil ko'tarib chiqishi, odamlarni bezovta qilayotgan barcha masalalarni jamoatchilik muhokamasiga havola etishi, hokimiyat va boshqaruv tuzilmalarining qabul qilayotgan qarorlari va faoliyatiga tanqidiy, shu bilan birga, xolis baho berib borishi kerak.

Jamiyatda oshkoralik va ochiqlikni ta'minlash masalasi jamoatchilik fikrini o'rganish usul-uslublarining qay darajada rivojlangani bilan ham bevosita bog'liq. Jamiyatimizni yanada demokratlashtirish va fuqarolik institutlarini shakllantirish avvalo, aholi siyosiy faolligining o'sishi, uning siyosiy, ijtimoiy va davlat hayotida nechog'li faol ishtirok etishiga bog'liq.

Jamoatchilik bilan aloqalar zamirida asosan bahs-munozaralar yotadi. Siyosiy partiyalar o'rtasidagi bahs-munozaralar jiddiy, professional va amaliy negizda olib borilishi maqsadga muvofiqdir. Bu fikrlar zamirida odamlarning fikrlariga, ularni o'ylantirayotgan muammolarga jiddiy e'tibor qatarish g'oyasi mujassamdir. Har qanday muammo va masalaning yechimini topishda jamoatchilik bilan aloqalar g'oyat muhim o'rin tutadi.

Jamoatchilik bilan aloqalarni rivojlantirishda OAVning o'rin beqiyos. Fikrlar xilma-xilligini hisobga olgan holda OAV yurtimizda amalga oshirilayotgan ichki va tashqi siyosatni, yurtimizda va xorijda sodir bo'layotgan voqealarni yanada faolroq yoritishi talab etilmoqda. Dunyodagi yetakchi mamlakatlar tajribasiga tayangan holda, kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash milliy tizimining takomillashtirilishi axborot sohasidagi faoliyatning sifati va saviyasini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar tizimida ko'p jihatdan hal qiluvchi ahamiyatga. Tahlilchilar

fikriga ko‘ra, OAVning davlat hokimiyati va boshqaruv organlari faolligini ustidan jamoatchilik va parlament nazoratini ta‘minlash, hokimiyat va jamoatchilik o‘rtasida mustahkam aloqa o‘rnatish borasidagi rolini kuchaytirish zarur.

## **Jamiyatda jamoatchilik bilan aloqalarning yangi bosqichi**

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Miromonovich Mirziyoyev tashabbusi bilan mamlakatimiz hayotida jamoatchilik bilan aloqalar – xalq bilan muloqot jarayoni yanada yuksakroq pag‘onaga ko‘tarilganini jahon ahli e‘tirof etmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Konstitusiyasi qabul qilinganiga 24 yil to‘lishi munosabati bilan 7-dekabr kuni “O‘zbekiston” xalqaro anjumanlar saroyida bo‘lib o‘tgan tantanali yig‘ilishda davlatimiz rahbari taklifi bilan 2017-yil mamlakatimizda – «Xalq bilan muloqot va inson manfaatlarini yili» deb e‘lon qilindi. “Asosiy qonunimizda umume‘tirof etilgan demokratik prinsiplar bilan birga, xalqimizning bebaho qadriyatlarini va boy davlatchilik tajribasini ifodalash muhim edi”<sup>1</sup> deb ta‘kidladi, Yurtboshimiz mazkur anjumanda. Bu g‘oya zamirida jamiyatda qonun ustuvorligini anglash mumkin. Zotan, mamlakatimizda har qanday islohot avvalo, qonunlar asosida amalga oshirilmoqda. “Xalq davlat idoralariga emas, davlat idoralari xalqimizga xizmat qilishi kerak va bu haqiqatni avvalo, barcha bo‘g‘indagi rahbarlar yaxshi tushunib olishi zarur,— deb ta‘kidladi Prezident. – Shu munosabat bilan tadbirkorlik faoliyati va xususiy mulkni himoya qilish yuzasidan yaqinda qabul qilingan Farmon talablariga so‘zsiz amal qilishni ta‘minlash shart. Nega deganda, xalq boy bo‘lsa, davlat ham albatta boy va qudratli bo‘ladi. Shu nuqtai nazardan qaraganda, xalq bilan muloqot va inson manfaatlarini tushunchalari o‘zaro shunchalik bog‘lanib ketganki, ularni bir-biridan aslo ajratib bo‘lmaydi. Ana shu zaruratdan kelib chiqqan holda, barcha

<sup>1</sup> Mirziyoyev S.H.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta‘minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. //Xalq so‘zi, 2016-y. 8-dekabr.

qonun hujjatlarida xalq bilan muloqot tizimi haqidagi normalarni aniq belgilab qo'yish lozim, deb hisoblayman"<sup>2</sup>.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevral kuni qabul qilingan "O'zbekiston respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmonini xalqimiz ko'tarinki ruh bilan kutib oldi. Farmonda qayd etilganidek, aholi va tadbirkorlarni o'ylantirayotgan dolzarb masalalarni har tomonlama o'rganish, amaldagi qonunchilik, huquqni qo'llash amaliyoti va ilg'or xorijiy tajribani tahlil qilish, shuningdek keng jamoatchilik muhokamasi natijasida ishlab chiqilgan hamda quyidagilarni nazarda tutadigan 2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi tasdiqlangan:

davlat va jamivat qurilishini takomillashtirishga yo'naltirilgan demokratik islohotlarni chuqurlashtirish va mamlakatni modernizatsiya qilishda parlamentning hamda siyosiy partiyalarning rolini yanada kuchaytirish, davlat boshqaruvi tizimini isloh qilish, davlat xizmatining tashkiliy-huquqiy asoslarini rivojlantirish, «Elektron hukumat» tizimini takomillashtirish, davlat xizmatlari sifati va samarasini oshirish, jamoatchilik nazorati mexanizmlarini amalda tatbiq etish, fuqarolik jamiyati institutlari hamda ommaviy axborot vositalari rolini kuchaytirish;

qonun ustuvorligini ta'minlash va sud-huquq tizimini yanada isloh qilishga yo'naltirilgan sud hokimiyatining chinakam mustaqilligini hamda fuqarolarning huquq va erkinliklarini ishonchli himoya qilish kafolatlarini mustahkamlash, ma'muriy, jinoyat, fuqarolik va xo'jalik qonunchiligini, jinoyatchilikka qarshi kurashish va huquqbuzarliklarning oldini olish tizimi samarasini oshirish, sud jarayonida tortishuv tamoyilini to'laqonli joriy etish, yuridik yordam va huquqiy xizmatlar sifatini tubdan yaxshilash;

iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va liberallashtirishga yo'naltirilgan makroiqtisodiy barqarorlikni mustahkamlash va yuqori iqtisodiy o'sish sur'atlarini saqlab qolish, milliy

<sup>2</sup> Mirziyoyev SH.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. //Xalq so'zi, 2016-y. 8-dekabr.

iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish, qishloq xo'jaligini modernizatsiya qilish va jadal rivojlantirish, iqtisodiyotda davlat ishtirokini kamaytirish bo'yicha institusional va tarkibiy islohotlarni davom ettirish, xususiy mulk huquqini himoya qilish va uning ustuvor mavqeini yanada kuchaytirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojini rag'batlantirish, hududlar, tuman va shaharlarni kompleks va mutanosib holda ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiy ettirish, investitsiyaviy muhitni yaxshilash orqali mamlakatimiz iqtisodiyoti tarmoqlari va hududlariga xorijiy sarmoyalarni faol jalb etish;

ijtimoiy sohani rivojlantirishga yo'naltirilgan aholi bandligi va real daromadlarini izchil oshirib borish, ijtimoiy himoyasi va sog'lig'ini saqlash tizimini takomillashtirish, xotin-qizlarning ijtimoiy-siyosiy faolligini oshirish, arzon uy-joylar barpo etish, yo'l-transport, muhandislik-kommunikatsiya va ijtimoiy infratuzilmalarni rivojlantirish hamda modernizatsiya qilish bo'yicha maqsadli dasturlarni amalga oshirish, ta'lim, madaniyat, ilm-fan, adabiyot, san'at va sport sohalarini rivojlantirish, yoshlarga oid davlat siyosatini takomillashtirish;

xavfsizlik, millatlararo totuvlik va diniy bag'rikenglikni ta'minlash, chuqur o'ylangan, o'zaro manfaatli va amaliy ruhdagi tashqi siyosat yuritishga yo'naltirilgan davlatimiz mustaqilligi va suverenitetini mustahkamlash, O'zbekistonning yon-atrofida xavfsizlik, barqarorlik va ahil qo'shnichilik muhitini shakllantirish, mamlakatimizning xalqaro nufuzini mustahkamlash.

Hujjatda xalq bilan muloqotni samarali o'rnatish, davlat hokimiyati hamda boshqaruvi organlari faoliyati ochiqligini ta'minlash, davlat xizmatlari sifatini oshirish islohotlarning asosiy omili sifatida belgilangan.

Harakatlar strategiyasining asosi – inson manfaatlarini ta'minlash bilan bog'liq vazifalardan iborat. Bu vazifalar Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyevning qator ma'ruzalarida, ayniqsa, 2017-yil 22-dekabr kuni Oliy Majlisga Murojaatnomasida yaqqol belgilab berilgan.

Harakatlar strategiyasi mamlakatimizni keyingi besh yilda isloh qilishning o'ziga xos "yo'l xaritasi"ga aylandi. Uni amalga

oshirish besh bosqichda taklif qilinib, bu bo'yicha har yili alohida davlat dasturlari qabul qilinishi ko'zda tutilgan. Shu asnoda davlat organlari faoliyati ochiqligini ta'minlash, davlat ahamiyatiga molik muhim qarorlarning qabul qilinishida jamoatchilikning keng ishtirok etishi, davlat organlari faoliyati ustidan jamoatchilik nazorati mexanizmlarini mustahkamlash, aholiga ko'rsatiladigan davlat xizmatlari sifatini oshirish, "Elektron hukumat" tizimini rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlar muhim o'rin egallagan. Bu dasturilamal hujjatning ro'yobga chiqarilishi uchun davlat va jamiyat say-harakatlarini muvofiqlashtirish, binobarin, "Xalq bilan muloqot va inson manfaatlari yili" Davlat dasturida belgilangan vazifalarni bahamjihatlikda amalga oshirish taqozo etiladi.

Mamlakatimizda ijtimoiy institut sifatida shakllangan xalq bilan muloqot – jamoatchilik bilan aloqalar shak-shubhasiz jamiyat taraqqiyotiga xizmat qiladi. Davlatimiz rahbarining akademiklar, shifokorlar va boshqa turli soha vakillari bilan uchrashuvlari, joylarda odamlar bilan yuzma-yuz suhbatlari, muammolarni o'rganish hamda ularning yechimlarini topish borasidagi say-harakatlari, barcha viloyat, shahar va tumanlardagi "Xalq qabulxonalari", "virtual qabulxonalar" xalq bilan muloqotni yo'lga qo'yish bobida muhim qadam sifatida e'tirof etilmoqda. Shunga monand bugungi kunda O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senati, vazirliklardan tortib mamlakatimizdagi barcha idora, tashkilot hamda muassasalarda o'tkazilayotgan matbuot anjumanlari, davra suhbatlari, yuzma-yuz muloqotlar faoliyati izchil davom etmoqda.

Xalq bilan muloqot qilishdek g'oyat mas'uliyatli va zalvorli ishlarni keng yoritib borishda OAVning o'rni beqiyos. O'ziga xos muloqot maydoniga aylangan "O'zbekiston" telekanalining "Munosabat", "Press-klub" kabi jonli efirdagi ko'rsatuvlarni keng jamoatchilik katta qiziqish bilan kuzatmoqda. Mazkur ko'rsatuvlarda akademiklar, mutaxassislar, turli soha vakillari jamiyatdagi muammolar haqida ochiq-oydin so'z yuritib, ularning yechimi va ijobiy hal etish borasidagi takliflarini o'rta tashlamoqda. Ko'rsatuvlarda aytilganidek, har qanday muammoni hal etish uchun avvalo, uni tan olish kerak! Tan olingan muammoga albatta

yechim topiladi. Mabodo u tan olinmasa, kattaroq va chigalroq muammoga aylanishi turgan gap...

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan islohotlar yuzasidan "Toshkent" telekanalida hozirjavoblik bilan yoritilayotgan "Xalq fikri" ko'rsatuvi haqida ham shunday ijobiy fikrlar aytish mumkin. "Yoshlar", "Madaniyat va ma'rifat", "Mahalla" kabi teleradiokanallar o'z dasturlarini xalq bilan muloqot mavzulari bilan boyitayotganini ijobiy baholash mumkin.

Mamlakatimizda xalq bilan muloqot samarali amalga oshirilmoqda. Bu muhim jarayonlarni OAVda hozirjavoblik bilan xolisona yoritib borish jurnalistlardan katta mas'uliyat, muayyan bilim va tajriba talab etadi. Demak, OAV xodimlari bu borada ham ko'proq ishlanishlari, hayot bilan hamnafas holda ijod qilishlari, voqelikni keng yoritib borishlari g'oyat muhim ahamiyat kasb etadi.

Jamoatchilik fikrini shakllantirishda OAVning roli beqiyos. Bunday ulkan va mas'uliyatli vazifani bajarish uchun jurnalist chuqur bilim va tajribaga ega bo'lishi lozim. OAVning davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyati ustidan jamoatchilik va parlament nazoratini ta'minlash, ularning hokimiyat va jamoatchilik o'rtasida mustahkam aloqa o'rnatish borasidagi rolini kuchaytirishga qaratilgan qonunlar ijrosini ta'minlab borish har bir jurnalistdan ulkan mas'uliyat talab qiladi.

Mamlakatimizda jamoatchilik bilan aloqalar – xalq bilan muloqot o'ziga xos ijtimoiy institutga aylanishida OAV va Axborot xizmatlari xodimlari zimmasiga ulkan mas'uliyat yuklanadi. Bu mas'uliyatli vazifani to'laqonli ado etish uchun mas'ul xodimlar avvalo, yetarli darajada bilim va malakaga, ijodiy mahoratga ega bo'lishlari lozim.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Jamiyat taraqqiyotida jamoatchilik bilan aloqalar – xalq bilan muloqotning o'rnini qanday tushunasiz?

2. Harakatlar strategiyasidan ko'zlangan asosiy maqsadlar nimalardan iborat?

3. Bugungi kunda OAV va Axborot xizmatlari zimmasiga qanday vazifalar yuklatilmoqda?

4. OAV oshkoralik minbariga aylanishida Axborot xizmatlari qanday o‘rin tutadi?

5. Davlat hokimiyati va boshqaruv organlari faoliyati ustidan jamoatchilik nazoratini ta’minlashda OAV qanday o‘rin tutadi?

6. Jamoatchilik fikrini shakllantirishda OAVning roli qanday bo‘ladi?

## AXBOROT XIZMATINING HUQUQIY ASOSLARI

1. Tashkilotda axborot xizmatini tashkil etish va faoliyatini yo'lga qo'yishda tegishli qonunlar va Vazirlar Mahkamasi qarorlari huquqiy asos hisoblanishi.

2. O'zbekiston Respublikasining "Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risida"gi qonunini amalga oshirishda Axborot xizmatlarining o'rni.

3. Vazirlar Mahkamasining 2018-yil 15-fevraldagi "O'zbekiston Respublikasi davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining axborot xizmatlari faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 125-sonli qarori ijrosini ta'minlashga oid vazifalar.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-iyundagi "Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta'minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori ijrosini ta'minlashga oid vazifalar.

Tashkilotda Axborot xizmatini tashkil etish va faoliyatini yo'lga qo'yishda uning huquqiy asoslari g'oyat muhim ahamiyat kasb etadi. Axborot xizmatining huquqiy asoslarini O'zbekiston Respublikasining tegishli qonunlari, Prezident hamda Vazirlar Mahkamasi qarorlari tashkil etadi.

Mamlakatimizda jamoatchilik bilan aloqalarni yo'lga qo'yish va shu maqsadda tashkilotlarda Axborot xizmatlarini tashkil etishda dastlab Vazirlar Mahkamasining 2006-yil 22-sentyabrda qabul qilingan "Davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 203-son qarori huquqiy asos bo'lib xizmat qilgandi. Qarorda, davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari faoliyatining oshkoraligini ta'minlash, keng jamoatchilik va aholining O'zbekistonda amalga oshirilayotgan siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy



islohotlarning borishi to'g'risida muntazam xabardor qilish, mamlakatni demokratik yangilash va modernizatsiyalashning, oshkora fuqarolik jamiyati qurishning muhim yo'nalishi hisoblanishi qayd etilgan. O'tgan yillar mobaynida qarorda belgilangan vazifalar ijrosi bir qadar ta'minlandi. Ya'ni, vazirliklar, davlat qo'mitalari, agentliklar, Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklari, xo'jalik boshqaruvi organlari tarkibida xodimlarning umumiy soni doirasida axborot xizmatlari tashkil etildi. Internet tarmog'ida ularning veb-resurslari mavjud. Shu tariqa bugungi kunga qadar Axborot xizmatlari muayyan vazifalarni amalga oshirib kelayotir. Biror huquqiy asosga ega bo'lmasdan bunday muhim vazifalarni amalga oshirish mushkul edi. Shuni ochiq aytish joizki, mazkur qarorda belgilangan vazifalar kutilgan darajada, to'laqonli amalga oshirildi, deb bo'lmaydi. Ko'p ishlar o'lda-jo'lda qolib ketdi. Alalxusus, ba'zi Axborot xizmatlari nomigagina, xo'jako'rsinga tashkil etilgani bir necha bor tanqid qilindi.

Shu o'rinda ba'zi tanqidiy-tahliliy fikrlarga e'tibor qaratamiz.

Birinchisi, [www.kun.uz](http://www.kun.uz) saytida berilgan xabarda quyidagilar bayon etilgan:

«O'zbekiston Respublikasi bosh vaziri Abdulla Aripov OAV bo'yicha selektor o'tkazmoqda. Hukumat rahbari vazirlik, hokimlik idoralari va boshqa tashkilotlarda OAV bilan ishlash talab darajasida emasligini tanqidga oldi.

«Bugungi kunda OAV mamlakatda sodir bo'layotgan dolzarb voqealarga tezkor munosabat bildirmoqda. Matbuotda ham turli mavzulardagi tanqidiy va tahliliy materiallar keskin ko'paydi. Bu esa jamoatchilik fikri shakllanishida muhim rol o'ynamoqda. Tan olish kerak, bundan 2-3-yil avval OAVdagi bunday ochiqlikni ko'pchilik tasavvur ham qila olmasdi.

Ammo davlat organlari va OAV o'rtasida hamkorlik qanday yo'lga qo'yilgani haqidagi savolga javob yo'q. To'g'risini aytish kerak, ba'zi rahbarlar matbuot bilan ishlashni ikkinchi va hatto beshinchi darajali ish deb qaramoqda. Ba'zi tashkilotlar Axborot xizmati vakillariga yetarli sharoit yaratib bermagan. Shu kungacha 20 ga yaqin davlat va xo'jalik boshqaruv organlarida, 150 dan

ortiq tuman, shahar va viloyat hokimliklarida Axborot xizmatlari tashkil qilinmagan. Boriga ham yana boshqa ishlar topshirib qo'yilganki, u o'z ishi bilan shug'ullanishga ulgurmaydi ham.

Ayrim ashkilotlarning veb-saytlari yillar davomida ishlamaydi (bosh vazir saytlari 2-3-yildan buyon ishlamayotgan qator tashkilotlarni sanadi). Vaholanki, OAVda xalqning diqqat markazida bo'layotgan dolzarb mavzular yoritilmoqda, ammo bu tashkilotlar jin. Tashkilotlar kimdir tepadan buyruq berishini kutmay o'zi haqidagi maqolalarga munosabat bildirishi kerak.

Quyidagi raqamlarga e'tibor berishingizni xohlayman: yakuniga yetarotgan iyul oyida OAV va ijtimoiy tarmoqlarda vazirliklar, idoralar, mahalliy davlat organlari faoliyatiga oid 500 ga yaqin tanqidiy material e'lon qilingan. Shulardan 288 tasi vazirlik va idoralar, qolgani mahalliy davlat hokimiyati faoliyatiga tegishli. Tanqidiy maqolalarning 200 tasi feysbuk, 25 tasi telegram, 60 dan ortig'i boshqa ijtimoiy tarmoqlarda, 90 dan ortig'i tele va radiokanallarda, 80 dan ortig'i matbuotda e'lon qilingan. Bu tanqidiy materiallarning 18 foizi, ya'ni 91 tasiga mutasaddi vazirlik va idoralar tomonidan munosabat bildirilgan, xolos.

Tashkilotlar o'zlari haqidagi tanqidiy chiqishlarga munosabat bildirishi, kerak bo'lsa xalqning oldida hisobot berishi shart. Agar noto'g'ri axborot berilgan bo'lsa, bunga ham munosabat bildirish kerak. Buni kim tashkil qiladi? O'sha tashkilotlardagi Axborot xizmati xodimlari. OAVda barcha organlar ishi yuzasidan tanqidiy materiallar e'lon qilinmoqda, ammo ko'pchilik ularga munosabat bildirmay tomoshabin bo'lib turibdi. Tanqid bor, lekin munosabat yo'q. Demak hammasi to'g'ri ekan-da? Tanqiddan xulosa qilindimi yo'qmi, bildirish kerak. Masalan, kimdir chiqib intervyu bersin. Yoki bo'lmasa, mana shu ish yuzasidan ishchi guruh tuzildi, shunday-shunday ishlar bo'lyapti, deb aytish kerak. Yo'q, ko'pchilik bunday qilmaydi. Xuddi ular boshqa dunyo, qolganlar boshqa dunyodek...», deya Aripovning so'zlarini keltirmoqda Kun.uz muxbiri<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> «Tanqid bor, munosabat yo'q. Demak hammasi to'g'ri ekan-da?» — Abdulla Aripov selektorda tashkilotlar tanqidlariga munosabat bildirish haqida gapirdi. [www.kun.uz](http://www.kun.uz) 30.07.2019

Ikkinchisi, [www.uza.uz](http://www.uza.uz) saytida berilgan “Saida Mirziyoyeva: «Axborot xizmatlari tizimini tubdan takomillashtirish lozim!» sarlavhali xabarda yanada teranroq va tahliliy fikrlar bayon etilgan:

«Hyatt Regency Tashkent» mehmonxonasida «OAV sohasida milliy qonunchilikni yanada takomillashtirishning dolzarb masalalari» mavzusida respublika konferensiyasi davom etmoqda.

Konferensiyada agentlik direktori o‘rinbosari Saida Mirziyoyeva ham o‘z mar‘uzasi bilan ishtirok etdi.

U o‘z nutqida davlat va xo‘jalik tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatiga to‘xtalib o‘tdi.

– Nima uchun OAV to‘rtinchi hokimiyat darajasiga ko‘tarila olmayapti, degan savolga ko‘p omillar qatori vazirlik va idoralar Axborot xizmati faoliyatiga nisbatan e‘tiborsiz munosabatni ham sabab qilib ko‘rsatish mumkin,– dedi Saida Mirziyoyeva.

Ma‘ruzada ta‘kidlanishicha, o‘tkazilgan tahlillar va o‘rganishlar shuni ko‘rsatmoqdaki, sohada eng asosiy muammo, bugungi kunda yagona davlat axborot siyosati to‘g‘risidagi konseptual hujjatning mavjud emasligidir. Hozirda ushbu hujjat tayyorlanmoqda.

Shuningdek, Saida Mirziyoyeva o‘z nutqida davlat va xo‘jalik tashkilotlari Axborot xizmatlari faoliyatidagi mavjud kamchiliklar xususida alohida to‘xtaldi. Sohada ish hajmining ko‘p, zamonaviy talablarga javob bera olmayapti. Mavjud sharoitlarning yetarli darajada emasligi sabab axborot xizmatlari faoliyati qoniqarsiz ahvolda qolib ketmoqda. O‘ndan ortiq respublika darajasidagi tashkilotlar, ko‘pgina tuman va shahar hokimliklarida haligacha axborot xizmati faoliyati tashkilotlari etilmagan.

Ko‘plab davlat va xo‘jalik tashkilotlari veb-saytlari, ijtimoiy tarmoqlardagi rasmiy sahifalarida axborotlar yetarli darajada emasligini ham tanqid qilindi.

– Ularning veb-saytlariga kiruvchilarning umumiy soni 400 ming, Facebook ijtimoiy tarmog‘idagi rasmiy sahifalariga murojaat qiluvchilar soni 150 ming, Telegram tarmog‘ida a‘zolar 300 ming nafardan oshmaydi,– dedi Saida Mirziyoyeva.– O‘zbekistonda internetdan foydalanuvchilar soni 20 milliondan

ortiq ekanini hisobga olsak, yuqoridagi ko'rsatkichlardan o'zingiz kulosa olishingiz mumkin.

Saida Mirziyoyeva shu va boshqa bir qator kamchiliklarni sanab o'tar ekan, «Axborot xizmatlari tizimini tubdan takomillashtirish lozim», deya qat'iy ta'kidladi<sup>2</sup>.

Mamlakatimizda Axborot xizmatlari tizimini takomillashtirish borasida muhim qadamlar qo'yildi. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2018-yil 15-fevralda e'lon qilingan "O'zbekiston Respublikasi davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining axborot xizmatlari faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 125-son qarori sohani yanada rivojlantirish uchun huquqiy asos bo'lib xizmat qiladi.

Qarorda qayd etilganidek, hozirgi shiddat bilan rivojlanayotgan dunyoda axborot va bilim eng muhim milliy resurslarga, ularni yaratish va tarqatishni ta'minlovchi tizimlar esa – barqaror rivojlanishning strategik omillariga aylanmoqda. Ushbu sharoitlarda O'zbekistonda demokratik huquqiy davlatni va ochiq adolatli fuqarolik jamiyatini qurish, shuningdek, insonning huquq va erkinliklari himoya qilinishini ta'minlashdek strategik maqsadga erishish, davlat boshqaruvining sifati davlatning axborot, bilim va innovatsiyalarga asoslangan modeliga o'tishini ta'minlaydigan axborotni va bilimni yaratish, qabul qilish va tarqatish imkoniyatlari bilan belgilanadi. Shu munosabat bilan davlat va xo'jalik boshqaruvi sohasida ochiqlik va shaffoflikka asoslangan samarali qarorlar qabul qilish tizimini joriy etish, axborot olishda mansabdor shaxslarning jamiyat oldidagi hisobdorligi, ochiqligi va mas'uliyatini ta'minlash zarur. Bu davlat va xo'jalik boshqaruvi apparatining samarali faoliyat yuritishi hamda jamiyatda adolatni qaror toptirishning muhim sharti hisoblanadi. Bunda jamiyatni davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining faoliyatidan keng xabardor qilish, ularning aholi oldidagi hisobdorligini ta'minlash «Xalq davlat hokimiyatining birdan-bir manbaidir» degan konstitusiyaviy normani amalga oshirishning, «Xalq davlat idoralariga emas, balki davlat idoralari

<sup>2</sup> Ahatova I. "Saida Mirziyoyeva: «Axborot xizmatlari tizimini tubdan takomillashtirish lozim!» <http://uza.uz/oz/society/saida-mirziyoyeva-akb-axborot-khizmatlari-tizimini-tubdan-takomi-28-05-2019>

xalqimizga xizmat qilishi kerak» degan ezgu g'oyani ro'yobga chiqarishning muhim sharti hisoblanadi.

Mazkur qaror qabul qilinishi munosabati bilan Vazirlar Mahkamasining «Davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida» 2006-yil 22-sentyabrdagi 203-son qarori o'z kuchini yo'qotgan deb hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-iyundagi "Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta'minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarorida davlat organlari va tashkilotlarining axborot xizmatlari, matbuot markazlari, jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha xizmatlari (keyingi o'rinlarda – axborot xizmatlari)ning asosiy vazifalari quyidagicha belgilangan:

davlat organlari va tashkilotlari faoliyati haqida ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar, davlat organlari va tashkilotlarining rasmiy veb-saytlari, shuningdek, boshqa axborot resurslari orqali, shu jumladan, matbuot anjumanlari, brifinglar, mediaturklar tashkil etish yo'li bilan aholiga muntazam, to'liq va tezkor ravishda axborot taqdim etib borish;

davlat organlari va tashkilotlarida mamlakatimizning ijtimoiy-siyosiy va sotsial-iqtisodiy taraqqiyoti jarayoni haqida axborot berish va yoritish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqish va amalga oshirish;

davlat organlari va tashkilotlarining ijobiy imijini shakllantirish va ilgari surish, ijtimoiy so'rovlar o'tkazish va boshqa shakllarda jamoatchilik fikrini o'rganish;

axborot siyosati sohasida zimmasiga yuklangan vazifalarni amalga oshirishda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi (keyingi o'rinlarda – Agentlik) bilan samarali amaliy hamkorlikni yo'lga qo'yish;

ommaviy axborot vositalari bilan samarali hamkorlik qilish, axborot xizmatlari bilan doimiy ishlovchi jurnalistlar va bloggerlar doirasida tezkor ma'lumotlarni tarqatish, shuningdek,

normativ-huquqiy hujjatlar loyihalarini muhokama qilishda keng aholi qatlamlarining ishtirokini ta'minlash maqsadida ekspertlar guruhini shakllantirish;

muntazam ravishda ommaviy axborot vositalarida davlat organlari va tashkilotlari rahbarlarining chiqishlarini tashkil etish;

axborot makoni monitoringini olib borish va tahlil qilish, tanqidiy va keng muhokama qilinayotgan axborot xurujlariga tezkor munosabat bildirish, ommaviy axborot vositalari va Internet tarmog'ida tegishli davlat organlari va tashkilotlari faoliyatiga aloqador axborotni tarqatish bo'yicha ishlarni tashkil qilish;

davlat organlari va tashkilotlari bilan birgalikda mahalliy va xorijiy ommaviy axborot vositalari orqali tarqatish uchun xabar, ma'lumot, sharh va boshqa axborot-tahliliy materiallar tayyorlash;

davlat organlari va tashkilotlarining faoliyati to'g'risida jamoatchilik fikrini, milliy va xorijiy ommaviy axborot vositalarining pozitsiyasini o'rganish, dolzarb takliflar ishlab chiqish va ular to'g'risida davlat organlari va tashkilotlari rahbariyatiga axborot berib borish;

davlat organlari va tashkilotlari faoliyatini xorijiy ommaviy axborot vositalarida sifatli yoritish maqsadida vakolatli vazirliklar va idoralar orqali O'zbekiston Respublikasining xorijdagi diplomatik vakolatxonalarini, shuningdek, xorijiy mamlakatlarning O'zbekistondagi diplomatik vakolatxonalarini axborot materiallari (bosma mahsulotlar, foto-, audio-, videomateriallar va h.k.) bilan ta'minlash;

davlat organlari va tashkilotlarining vakolatiga kiruvchi normativ-huquqiy hujjatlarning loyihalari hamda ularning tasdiqlangan matnlarini belgilangan tartibda o'z rasmiy veb-saytlarida joylashtirish;

davlat organlari va tashkilotlarining faoliyatiga aloqador matnli, foto-audio- va videomateriallardan iborat ma'lumotlar bazasini shakllantirish va yangilab borish.

Qarorda davlat organlari va tashkilotlarining axborot xizmatlari xodimlari ustuvor ravishda jurnalistika sohasida oliy ma'lumotga ega bo'lgan shaxslar orasidan lavozimga tayinlanishi,

davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari rahbarlari bir vaqtning o'zida davlat organi va tashkiloti rahbarining matbuot kotibi hisoblanib, axborot siyosati masalalari bo'yicha rahbarning maslahatchisi maqomiga ega bo'lishi belgilab qo'yilgan. Ular mehnatga haq to'lash, tibbiy va transport xizmati ko'rsatish shartlariga ko'ra davlat organi va tashkiloti rahbarining o'rinbosariga tenglashtiriladi.

Har bir tashkilotning Nizomi uning huquqlari, vazifalari, burchlarini kafolatlovchi asosiy huquqiy hujjati hisoblanadi. Axborot xizmati tashkilot markaziy apparatining tarkibiy bo'linmasi hisoblansa-da u ham alohida Nizomiga ega bo'ladi. Axborot xizmati xodimlari Vazirlar Mahkamasining 2018-yil 15-fevraldagi 125-son qaroriga ilova tarzida berilgan "Davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining axborot xizmati to'g'risida namunaviy Nizom" asosan o'z Nizomlarini ishlab chiqishlari tavsiya etiladi.

Shu asosda respublikamizdagi barcha tashkilotlarning axborot xizmati Nizomi ishlab chiqilgan va tasdiqlangan. Demak, axborot xizmati shu Nizom asosida faoliyat ko'rsatishi uning huquqiy asoslari qanchalik muhim ahamiyat kasb etishini ko'rsatadi. Jumladan, O'zMU Axborot xizmati Nizomi ham xuddi shu asosda ishlab chiqilgan (4-ilova).

Axborot xizmati qaysi idora yoki tashkilotga tegishli bo'lishidan qat'i nazar u asosan axborot to'plash va tarqatish bilan shug'ullanadi.

Tashkilotning Axborot xizmati axborot to'plash va tarqatish bilan ham shug'ullanar ekan, demak, O'zbekiston Respublikasining "Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida"gi qonuni ham uning huquqiy asoslaridan biri hisoblanadi. Mazkur qonunning 6-moddasi "Axborotning ochiqligi va oshkoraligi" deb nomlanib, unda davlat hokimiyati va boshqaruv organlari, fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlari, jamoat birlashmalari va boshqa nodavlat notijorat tashkilotlari jamiyat manfaatlariga taalluqli voqealar, faktlar, hodisalar va jarayonlar to'g'risida qonun hujjatlarida belgilangan tartibda ommaviy axborot vositalariga xabar berishi shart, deb belgilab qo'yilgan.

Qonunning “Axborot erkinligi kafolatlari” deb nomlangan 8-moddasida esa, davlat hokimiyati va boshqaruv organlari, fuqarolarning o‘zini o‘zi boshqarish organlari, jamoat birlashmalari va boshqa nodavlat notijorat tashkilotlari hamda mansabdor shaxslar qonun hujjatlarida belgilangan tartibda har kimga o‘zining huquqlari, erkinliklari va qonuniy manfaatlariga daxldor bo‘lgan axborot bilan tanishib chiqish imkoniyatini ta‘minlab berishga, maqbul axborot resurslari yaratishga, foydalanuvchilarni fuqarolarning huquqlari, erkinliklari va majburiyatlariga, ularning xavfsizligiga doir hamda jamiyat manfaatlariga taalluqli boshqa masalalar yuzasidan axborot bilan ommaviy tarzda ta‘minlashga majburdirlar, deb belgilangan.

Xo‘sh, bu vazifalarni kim va qanday yo‘sinda amalga oshiradi? Jahon tajribasiga ko‘ra, rivojlangan davlatlarda tashkilotlar tomonidan asosiy axborotlar aynan Axborot xizmati tomonidan tarqatilishi yo‘lga qo‘yilgan. Har bir tashkilotning Axborot xizmati avvalo, jurnalistlar kabi axborot to‘plashi, qayta ishlashi (ommabop janrda yozishi yoki teleko‘rsatuv, radioeshittirish tayyorlashi) talab etiladi. So‘ng, o‘sha axborotini OAV orqali tarqatishi mumkin. Bu o‘ta mas‘uliyatli ishlarni amalga oshirishida Axborot xizmati uchun o‘sha qonun g‘oyat muhim asosdir.

Axborot to‘plash va tarqatish borasida O‘zbekiston Respublikasining “Jurnalistlik faoliyatini himoya qilish to‘g‘risida”gi qonuni ham uning huquqiy asoslaridan hisoblanadi. U ham jurnalistning majburiyatlarini bilishi va unga amal qilishi zarur.

Axborot xizmatining huquqiy asoslarini belgilovchi hujjatlardan muhimi – O‘zbekiston Respublikasining “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risida”gi (2014-yil 5-may) qonuni hisoblanadi. Qonunning 10-moddasi “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining axborot xizmati” deb nomlanadi. Unda, davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining o‘z faoliyati to‘g‘risidagi axborotni tayyorlash hamda tarqatish vazifalarini bajaruvchi, shuningdek ommaviy axborot vositalari va jamoatchilik bilan hamkorlikni ta‘minlovchi tarkibiy bo‘linmasi yoxud ushbu vazifalarni bajarish zimmasiga



yuqulatilgan shaxs davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining axborot xizmatidir, deb belgilab qo'yilgan.

Ushbu moddaga binoan Axborot xizmati ommaviy tadbirlarni tashkil etish, axborot xabarlarini (press-relizlar, byulletenlar va hokazolarni) tarqatish, shuningdek davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy veb-saytida ularning faoliyati to'g'risidagi axborotni joylashtirish va yangilab borish yo'li bilan davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyatini ommaviy axborot vositalarida yoritish chora-tadbirlarini ko'radi. Axborot xizmati davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot tarqatishning qonun hujjatlariga zid bo'lmagan boshqa usullaridan ham foydalanishi mumkin. Qonunda Axborot xizmatining faoliyatini tashkil etish tartibi davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan belgilanishi ham qayd etilgan.

Aytish joizki, "Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risida"gi qonunning nomlanishidan ham ko'rish mumkinki, qonun davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatini takomillashtirishga xizmat qiladi. Mazkur Qonun ham sodda va tushunarli tilda yozilgani e'tiborga molikdir. Mamlakatimiz Konstitutsiyasida davlat xalq irodasini ifoda etib, uning manfaatlariga xizmat qilishi hamda davlat organlari va mansabdor shaxslar jamiyat va fuqarolar oldida mas'ul ekanligi belgilab qo'yilgan. Mazkur Qonun ushbu normani to'la-to'kis amalga oshirishni ta'minlaydi.

Bu huquqiy hujjat fuqarolar xabardorligini ta'minlashning turli usullari nazarda tutilishi bilan ham biz uchun muhim ahamiyatga ega. U davlat organlari tomonidan qabul qilingan qarorlar mohiyatini, amalga oshirilayotgan keng ko'lamli islohotlarning borishi haqidagi axborotlarni har bir hudud aholisiga yetkazish imkonini beradi.

Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirishda OAV alohida o'rin tutadi. Chunki aynan OAV globallashtirish sharoitida yurtimizda kechayotgan eng muhim voqealar, amalga oshirilayotgan yangilanishlar, qabul qilinayotgan normativ-huquqiy hujjatlarni

keng yoritish orqali davlat va jamiyat o'rtasida o'ziga xos ko'prik vazifasini bajarmoqda. Mazkur qonun axborotdan foydalanish erkinligini, davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari mansabdor shaxslarining jurnalistga zarur axborotni, qonunda belgilanganidek, 7 kunlik muddatda taqdim etish majburiyatini ta'minlash orqali ushbu kafolatlarni yanada mustahkamlaydi. Bu axborot olishdagi ba'zi paysalga solish holatlarini bartaraf qiladi, shuningdek, jurnalist materialining tezkorligini, ishonchliligini hamda sifatli bo'lishini ta'minlaydi.

Fuqarolik jamiyati institutlari vakillariga davlat organlari faoliyatiga oid axborotlarni to'siqsiz olishning mustahkam kafolati zarur. Bu borada mazkur qonunning asosiy prinsiplari – axborotdan hammaning foydalanishi mumkinligi, uning o'z vaqtida taqdim etilishi va ishonchliligi, oshkoralik, shaffoflik, davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni izlash, olish va tarqatish erkinligini ta'minlashga xizmat qiladi.

Qonunda jamoatchilikni davlat organlari faoliyati haqida boxabar qilish mexanizmlari belgilab qo'yilgan. Ular orasida davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot olishga doir so'rovga javoblar, nodavlat notijorat tashkilotlari vakillarining davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining ochiq hay'at yig'ilishlarida ishtirok etishiga oid tartiblar muhim ahamiyatga egadir.

Axborot xizmati qaysi tashkilotga qarashli bo'lsa, shu sohaga oid qonun va qarorlar ham uning muhim huquqiy asoslaridan hisoblanadi. (Aytaylik, Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi Axborot xizmati faoliyati O'zbekiston Respublikasining "Ta'lim to'g'risida"gi qonuni, Prezident va Vazirlar Mahkamasining tegishli qarorlari bilan chambarchas bog'liq). Axborot xizmati faoliyati ana shu qonunlar, qarorlar va boshqa meyoriy hujjatlar asosida tashkil etilishi hamda faoliyati takomillashtirib borilishi maqsadga muvofiqdir.

## Nazorat uchun savollar:

1. Axborot xizmatining huquqiy asoslari qaysi qonun va qarorlarda belgilangan?

2. Tashkilotda Axborot xizmati qanday tashkil etiladi?

3. O‘zbekiston Respublikasining “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risida”gi qonunida Axborot xizmati haqida qanday meyorlar mavjud?

4. Vazirlar Mahkamasining 2018-yil 15-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasi davlat va xo‘jalik boshqaruvi organlarining axborot xizmatlari faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 125-son qarorida asosan qanday vazifalar belgilangan?

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-iyundagi “Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta‘minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori da asosan qanday vazifalar belgilangan?

6. O‘zbekiston Respublikasining “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi qonuni Axborot xizmati faoliyatida qanday o‘rin tutadi?

7. O‘zbekiston Respublikasining “Jurnalistlik faoliyatini himoya qilish to‘g‘risida”gi qonuni Axborot xizmati faoliyatida qanday o‘rin tutadi?

8. Fuqarolik jamiyatini rivojlantirishda OAV qanday o‘rin tutadi?

9. Jamoatchilikni davlat organlari faoliyati haqida boxabar qilish mexanizmlari qanday amalga oshiriladi?

## AXBOROT XIZMATINING NAZARIY ASOSLARI

1. *Axborot xizmatining nazariy asoslarini tashkil etuvchi fanlar.*
2. *Jurnalistika nazariyasiga oid fanlar talqini.*
3. *Inglizcha "Public Relations" (Pablik rileyshnz – PR, piar) – Jamoatchilik bilan aloqalar fani sifatida.*
4. *Fanlararo fan.*
5. *Qadimiy sharq manbalarida jamoatchilik bilan aloqalar g'oyasi va uning mazmun-mohiyati.*

Axborot xizmati xodimi qalami o'tkir, mahoratli jurnalist bo'lishi lozim. U teleko'rsatuv va radioeshittirishlar tayyorlash bobida teran bilim va malakaga ega bo'lishi zarur. Internet jurnalistika va fotojurnalistika sirlarini ham puxta bilishi darkor. Demak, Axborot xizmatining nazariy poydevorini avvalo, jurnalistikaga oid fanlar tashkil etadi. Matbuot, televideniye, radio, internet jurnalistika, fotojurnalistikaga oid ilmiy tadqiqotlar, darslik va o'quv qo'llanmalar Axborot xizmatining birinchi nazariy asoslarini tashkil etadi.

Axborot to'plash va tarqatish bilan bir qatorda Axborot xizmati xodimlarining yana bir muhim vazifasi – tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini yo'lga qo'yishdir. Bu boradagi ishlarni ilmiy tashkil etish va tegishli vazifalarni to'g'ri amalga oshirish uchun ular jamoatchilik bilan aloqalar ilmi va nazariyasini ham puxta bilishlari lozim.

Demak, jamoatchilik bilan aloqalarga oid fanlar axborot xizmatining eng muhim nazariy asosi hisoblanadi. Jamoatchilik bilan aloqalarning nazariy asoslarini inglizcha "Public Relations" (Pablik rileyshnz – PR, piar) fani zamiridan o'rganamiz. Bu fan asoschisi AQSHlik olim Eduard Bernayz hisoblanadi. Uning 1923-yili chop etilgan "Jamoatchilik fikrining kristallashuvi"

kitobi PRning fan sifatida maydonga chiqishi va ilmiy asoslanishida muhim o‘rin tutgani e’tirof etaladi.

PR – “Jamoatchilik bilan aloqalar”, “Ommaviy aloqalar” degan ma’nomlarni anglatadi. Mohiyatan uni – xalq bilan muloqot, deyish mumkin.

PR mohiyatini teranroq anglash uchun uning qisqacha tarixiga to‘xtalib o‘tamiz. Bu ibora ilk bor AQSHning uchinchi prezidenti Tomas Jefferson tomonidan qo‘llanilgan. U 1807-yili o‘zining “Kongressga yettinchi murojaati”da ushbu atamani birinchi marta qayd etgan. Bundan maqsad, o‘sha davrda hukumatning jamoatchilik bilan aloqalarini davlat darajasiga ko‘tarish, ilmiy-tashkiliy jihatdan yo‘lga qo‘yish edi.

Demokrat arbob sifatida nom qozongan Tomas Jeffersonning quyidagi so‘zlari demokratiya yo‘lini tanlagan qator gazetalar uchun shiordek bo‘lib qoldi: “Agar menga hukumat bo‘lsinu gazetalar bo‘lmasin yoki gazetalar bo‘lsinu hukumat bo‘lmasin – birini tanlang, deyishsa, men hech ikkilanmay hukumat bo‘lmasa ham gazetalar bo‘lishi kerak, degan bo‘lardim”<sup>1</sup>.

Bu fikrni biryoqlama talqin qilmaslik kerak. Tomas Jefferson jamoatchilik bilan aloqalarni mustahkamlashda muhim o‘rin tutishi mumkin bo‘lgan gazetalar mavqeini, mas’uliyatini oshirishni ham ko‘zda tutgani ehtimoldan holi emas. Hukumat yo biror tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini matbuotsiz tasavvur etib bo‘lmasligini demokrat rahbar muayyan maqsadda ifodalagani ko‘rinib turibdi. Aslida “matbuotning ijtimoiy mohiyati, asosiy funksiyalari nuqtai nazaridan qaraganda uning yana bir xususiyati – jamoatchilik fikrining ifodachisi ekanligida yaqqol ko‘rinadi,– deb yozadi filologiya fanlari doktori Muxtor Xudoyqulov.– Matbuot jamiyatning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma’naviy hayotini aks ettirar ekan hamda ijtimoiy borliq bilan ijtimoiy ongning bir-biriga ta’sir ko‘rsatishida faol harakat etuvchi omil vazifasini bajarar ekan, bu borada jamoatchilik fikriga tayanib ish ko‘radi”<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Qarang: Milliy tiklanish, 1997, 2-dekabr.

<sup>2</sup> Xudoyqulov M. Ommaviy axborot vositalari nazariyasi. –T.: Universitet, 1999. –B. 37.

## PR amaliyotining jurnalistika zaminida paydo bo'lishi

Biz talqin etayotgan zamonaviy PR amaliy jihatdan jurnalistika zaminida paydo bo'lgani, uning amaliyotdagi asoschilaridan biri AQSHlik jurnalist Ayvi Ledbetter Li bo'lgani qator manbalarda qayd etilgan<sup>3</sup>.

1898-yilda Nyu-Yorkdagi Priston universitetini tamomlagan Ayvi Li "World" dastlab gazetasida faoliyat ko'rsata boshlaydi. Biroq, yosh jurnalistni reportyorliklikning tor ko'chalari qoniqtirmaydi. U ko'proq ijtimoiy-siyosiy hayotda faol bo'lishga intilardi. Bu intilishini 1903-yili Nyu-York meri saylovida namoyon etdi. Keyingi yili esa AQSH prezidenti saylovi o'tkazilishi kerak edi. Shu davrda Ayvi Li Demokratlar partiyasi Milliy qo'mitasi matbuot-byurosi xodimi bo'lib ishga o'tadi.

Saylovlar davrida Ayvi Lining e'tiborini tortgan hol shu bo'ladiki, partiya vakillari saylovoldi dasturlarini saylovchilarga ma'lum qilishgach, jamoatchilik o'z munosabatini emin-erkin bildiradi. Bu jarayonda fikrning ikki tomonlama, ya'ni, tashkilot va jamoatchilik tomonidan tinglanishi qanchalik ijobiy samara berishini ko'rgan Ayvi Li qalbida umidbaxsh orzular paydo bo'lgan. Ya'ni, nafaqat siyosiy partiyalar saylovlar davrida, balki, barcha korxonalar va tashkilotlar ham o'z faoliyatini doimiy ravishda jamoatchilik bilan aloqalar asosida tashkil etishi faqat ijobiy samara berishi mumkinligini anglagan.

Biz PRning jurnalistika zaminida paydo bo'lganiga e'tibor qaratdik. Bundan PR faqat jurnalistikaga tegishli soha ekan, degan xulosa kelib chiqmaydi. Ayvi Li turli ishlab chiqarish korxonalari manfaatlarini ko'zlab hamkasbi Jorj Parker bilan birga "Parker va Li" firmasini tashkil etdi. Bu firma qisqa davrda PR taraqqiyotiga samarali hissa qo'shdi, deyish mumkin<sup>4</sup>. Zotan, matbuot bilan doimiy aloqalargina katta biznesga ham zarur natijalar berishini to'g'ri tushungan Ayvi Li 1906-yilda o'sha firma nomidan gazetalarda noshirlari bilan munosabatlar qoidalarini "Tamoyillar deklaratsiyasi" nomi bilan ishlab chiqdi.

<sup>3</sup> Муминов Ф. Паблик рилейшнз: история и теория. –Т.: Ижод дунёси, 2004.

<sup>4</sup> Qarag'ang: Королко В.Г. Основы публич рилейшнз. –М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. –С.62.

“Tamoyillar deklaratsiyasi”ning kirish qismida shunday yozilgan: “Bu maxfiy matbuot-byurosi emas. Biz barcha ishimizni ochiq-oydin bajaramiz. Bizning vazifamiz – yangiliklar yetkazib berish. Bu reklama agentligi emas. Agar siz muayyan material o‘zingizning reklama bo‘limingizga ko‘proq to‘g‘ri keladi, deb hisoblasangiz, unda bizga murojaat qilmang. Bizning ishimiz – aniqlik. Biz yuqorida eslab o‘tilgan faktlarni shaxsan tekshirish uchun har bir muharrirga jonu dilimiz bilan yordam beramiz. Qisqa qilib aytganda, bizning maqsadimiz ishbilarmon doiralar va tashkilotlar nomidan matbuot va AQSH jamoatchiligiga ular uchun muayyan qimmatga ega muammolar bo‘yicha samimiy va ochiq-oydin axborot berishdan iboratdir”<sup>5</sup>. Tabiiyki, bu masala ishbilarmon doiralar va tashkilotlarni ham, matbuot xodimlarining ham birdek e‘tiborini tortadi. Jurnalistlar muhim axborotlar olish uchun yana bir qulaylik yaratilganini ijobiy baholaydilar.

“Tamoyillar deklaratsiyasi” butun millat uchun yuqori davlat organlari va hokimiyatni ham hisobga olib amerikacha ochiq jamiyat shakllanishi yo‘lida asosiy dasturiy hujjatlardan biri bo‘lib qolgani e‘tirof etilgan<sup>6</sup>. Shuni aytish joizki, bu asar bir paytlar AQSHda urchib ketgan turli salbiy illatlarga qarshi dadil kurashayotgan jurnalistlar va boshqa fidoyilar uchun o‘ziga xos dasturilamal bo‘lib xizmat qilganini tasavvur etish mumkin.

Har qanday ilg‘or g‘oya yoki yangi nazariya amaliyot bilan mustahkamlanishi ijobiy samara beradi. Ayvi Li aynan shu tamoyillaridan kelib chiqqan holda o‘zi hamkorlik qilgan korporatsiya va tashkilotlar uchun matbuot bilan aloqalar o‘rnatardi.

Ayvi Li faoliyati piar bo‘yicha mutaxassislarining keyingi avlodlari tomonidan munosib baholanib, u “Yangi kasb otasi” nomini oldi. U birinchi bo‘lib jamoatchilik bilan aloqalar sohasiga samimiylilik unsurlarini olib kirdi. Matbuot-agentlarida munosib faoliyat ko‘rsata oladigan piarmentlar tayyorlab berishga kirishdi. Bu harakatlarini ochiq-oydinlik va haqiqatparvarlik bilan amalga oshirib, PRni jamoatchilik hurmati va ishonchini qozona oladigan professional sohaga aylantirdi.

<sup>5</sup> Королко В.Г. Основы публич рилейшнз. Рефл-бук. 2001. –С.63.

<sup>6</sup> Qagan. Королко В.Г. Основы публич рилейшнз –М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. –С.62-63.

Ayvi Li o'z tajribasi bilan jamoatchilikni xabardor etishni tashkil etishda tashkilotning mas'uliyati muammolarini, xizmat ko'rsatuvchilar imijini yaratish muhimligini va bu imij o'z jilosini yo'qotmasligi uchun doimiy ravishda matbuotdan foydalanish zaruratini ko'rsatib berdi.

Bundan tashqari, Ayvi Li guruhlar va guruh rahbarlarining, ish faoliyati davomida ular bilan shaxsiy aloqalar o'rnatishning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi ahamiyatiga e'tibor qaratdi. U boshlagan ishlar keyinchalik tegishli nazariy asosga ega bo'ldi. Shu tariqa AQSHda yirik tashkilotlar bilan jamoatchilik o'rtasida doimiy aloqalar o'rnatish harakati boshlandi. Bu harakatlar ijtimoiy voqelikka aylanib ketdi.

PR tarixi va nazariy poydevori haqida gap ketganda amerikalik olim Eduard Bernayzning xizmatlari alohida e'tirof etiladi. Bernayzning 1923-yilda chop etilgan "Jamoatchilik fikrining kristallashuvi" kitobi PRning fan sifatida maydonga chiqishi va ilmiy asoslanishida muhim o'rin tutadi. Eduard Bernayz 1919-yilda Nyu-Yorkda xususiy "piar-byuro" sini ochib, amalda jamoatchilik bilan aloqalarning samarasini ko'radi. Bu borada olib borgan tadqiqotlari "Jamoatchilik fikrining kristallashuvi" kitobida o'z aksini topgan.

Shu o'rinda aytish joizki, PR nazariyotchilarining aksariyati turli soha olimlari bo'lib, ular jamoatchilik bilan aloqalar masalasiga ko'proq ishlab chiqarish, iqtisodiyot, menejment, siyosiy va boshqa ijtimoiy fanlar nuqtai nazardan yondashganlar.

Eduard Bernayzdan tortib 2001-yilda "Pablik rileyshnz asoslari" deb nomlangan salmoqli kitobi chop etilgan Ukraina siyosiy fanlar akademiyasi akademigi Valentin Korolko va 2003-yilda "Siyosiy PR" kitobi nashr etilgan rossiyalik professor Dmitriy Olshanskiygacha PRni turfa sohalar nuqtai nazaridan tadqiq etgan bo'lsalar-da, jamoatchilik bilan aloqalar borasida OAV, ayniqsa, Axborot xizmatlarining o'miga alohida e'tibor qaratganlar. Rossiyalik tadqiqotchi Aleksey Chumikovning "Jamoatchilik bilan aloqalar" asarida qayd etilishicha, Eduard Bernayz o'z faoliyatini shunday ta'riflagan: "1919-yili dastlabki ofisimni ochganimda... "Pablik Rileyshnz maslahat-



chisi”ni tayinladim. U mijozlar fikrini tinglab, jamoatchilik bilan aloqalarni rivojlantirish yo‘lida xizmat qila boshladi”<sup>7</sup>. Shu tariqa nazariyotchilar PRning yangi-yangi qirralarini tadqiq qila boshladilar. XX asrning birinchi choragidan boshlab AQSH, Angliyada PRga oid qator kitoblar nashr etildi. Ularda jamoatchilik bilan aloqalarning nazariy asoslari yanada chuquroq ifodalab berilgan.

Shunday qilib, PR tarixining shakllanish va taraqqiy etish evolyusiyasi uch davrga bo‘linadi, ya’ni ular: tayyorlov, oraliq va asosiy davrlar.

Birinchi davr, Tomas Jeffersonning ilk bor “Pablik rileyshnz” atamasini qo‘llagan 1807-yildan boshlanib, XX asr boshigacha davom etgan.

Ikkinchi davrni, Ayvi Lining “Tamoyillar deklaratsiyasi”ni e’lon qilgan va piar xizmatlari bo‘yicha firma tashkil etgan voqealar bilan bog‘liq, deyish mumkin.

Uchinchi davr 1904-1906-yillardan hozirgacha davom etmoqda. Bu davrni “piar-kasb sifatida shakllanishi, sohalar kengayishi va o‘zaro bog‘lanishida fanlararo fan rolini ado etgan va ijtimoiy institut sifatida”<sup>8</sup> tan olingan davri deyish o‘rinlidir.

Adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, PR tadqiqotchilari uning tarixiga oid juda ko‘p fikrlarni ilgari surganlar. Shulardan biriga e’tiborni qaratamiz: “Biz ko‘p narsalarni rivojlangan dunyodan kechroq bildik,— deb yozadi nazariyotchi Grant Kartashyan.— Shunday ta’lim bor ekanki, biz biladigan genetika va kibernetikadan ustunroq. Bu — Pablik rileyshnzdir”<sup>9</sup>. PR tarixiga oid bu kabi fikrlar zamirida ham uning rang-barang qirralari aks etadi.

## Sharqda jamoatchilik bilan aloqalar talqini

PR fan sifatida ilk bora AQSHda shakllangan bo‘lsa-da, ijtimoiy munosabatlarning ushbu turi qadimda Sharqda ham bo‘lgan. Buyuk ajdodlarimiz jamiyatni adolatli boshqarish

<sup>7</sup> Чумиков А. Связи с общественност. —М.: Дело, 2000. —С. 20.

<sup>8</sup> Муминов Ф. Паблик рилейшнз: история и теория. —Т.: Ижод дунёси, 2004. —С. 41.

<sup>9</sup> Блек С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. —С. 5.

maqsadida fikrlar xilma-xilligiga, demakki, jamoatchilik bilan aloqalar masalasiga jiddiy e'tibor bilan qaraganlar. Buni qator maqollar misolida ham ko'rishimiz mumkin. Ko'pdan ko'p fikr chiqadi, maslahatli to'y tarqamas, yetti o'lchab bir kes, otalar so'zi – aqlning ko'zi, kabi maqollar zamirida axborot almashmoq, fikrlashmoq, maslahatlashmoq kabi ma'nolar mujassam.

Jamoatchilik bilan aloqalar g'oyasi Sharq allomalari ijodida ham o'z ifodasini topganini qator manbalardan ham ko'rishimiz mumkin. 1072-yili Malikshoh saroyida vazirlik qilgan Nizomulmulkning fikrlariga e'tiborga bering. Olim va shoir Umar Xayyom bilan maslakdosh bo'lgan Nizomulmulk "Siyosatnoma" asarida shunday yozgan: "zarurat bo'lmasa, oliy majlisdan hech nima yozilmaydi. Farmonning hurmati va kuch-quvvati shunday bo'lishi kerakki, ijro etilmaguncha uni hech kim qo'lidan qo'ymasin"<sup>10</sup>. Bu qadim siyosat zamirida jamoatchilik bilan aloqalarning o'ziga xos jihatlari aks etgani ko'rinib turibdi. Bu fikrlar bugun ham ahamiyatini yo'qotgani yo'q.

Qadimda ajdodlarimiz ham maslahatu mashvarat masalasiga alohida e'tibor bilan qaraganlari tarixiy manbalarda aks etgan. Amir Temur o'z "Tuzuklari" avvalida piri Zayniddin Toyyobodiyning maktubidan shunday parcha keltiradi: "saltanat ishlarida to'rt narsaga amal qilgin, ya'ni, 1) kengash; 2) mashvaratu maslahat; 3) qat'iy qaror; 4) ehtiyotkorlik. Chunki kengash va mashvaratsiz saltanatning barcha qilgan ishlari va aytgan gaplari noto'g'ri bo'lgan johil odamga qiyos qilish mumkin; uning aytgan so'zlari va qilgan ishlari boshga pushaymonlik va nadomat keltirgay"<sup>11</sup>.

Bundan to'g'ri xulosa chiqargan Amir Temur o'z navbatida: "davlat ishlarining to'qqiz ulushi kengash, tadbir va mashvarat"<sup>12</sup> bilan amalga oshirganini ta'kidlaydi.

Mazkur bitiklar zamirida jamoatchilik bilan aloqalar g'oyasi mavjud bo'lib, uning tarixiy ildizlari teran asoslangandir.

<sup>10</sup> Nizomulmulk. Siyosatnoma yoki siyar ul-mulk. –T.: «Adolat», 1997. –B. 77.

<sup>11</sup> Temur tuzuklari. –T.: G'afur G'ulom nomidagi nashriyot matbaa birlashmasi. 1991. –B. 14.

<sup>12</sup> O'sha asar. –B.15.

Jamoatchilik bilan aloqalar amaliyoti azaldan Sharqda ham bo'lganini shundan bilish mumkin.

Jamoatchilik fikri bilan hisoblashish masalasi uzoq-yillar turli bahs-munozaralarga sabab bo'lgani tarixiy manbalarda ko'p uchraydi. Bu g'oyani miloddan oldin yashagan Suqrot ilgari surib, o'z shogirdlarini haqiqatni bilishga undagan. U haqiqatni "bahs orqali, suhbat yo'li bilan bilish, anglash mumkin, degan, suhbatda asosiy e'tiborni inson ongi va tafakkurini tahlil qilishga qaratish zarurligini aytgan. O'z davrida bu usul "Suqrot usuli" deb atalgan"<sup>13</sup>.

Bugungi kunga kelib PR jahon uzra keng quloqch yoymoqda. Uning ibratomuz qirralari, bu sohadagi ilg'or tajribalar O'zbekiston oliy o'quv yurtlarida ham puxta o'rganilmoqda. Taraqqiyparvar mamlakatlarda hukumat, nodavlat tashkilotlarining faoliyatlari jamoatchilik bilan aloqalar asosida tashkil etiladi. Ispan faylasufi va publitsisti Ortega Gasset yozganidek, "Dunyoni jamoatchilik fikri boshqaradi"<sup>14</sup>. Yurtimizda ham aksariyat vazirlik va tashkilotlarning faoliyatlari jamoatchilik bilan aloqalar asosida tashkil etilmoqda. Bugungi kunda jamoatchilik bilan aloqalar masalasi ijtimoiy voqelikka aylandi.

### **Jamoatchilik bilan aloqalar (PR) nazariy jihatdan asoslanishi**

Yuqorida bayon etilganidek, Eduard Bernayz jamoatchilik bilan aloqalar samarasini ko'rgach, uni "jamiyat manfaatlarini yo'lidagi harakatdir"<sup>15</sup> deb ta'riflagan. Afsuski, bu fan sobiq mustabid tuzum davrida bizda tan olinmadi, ta'lim muassasalarida o'rganilmadi. Buning sabablaridan biri, PR – asosan demokratiyani ta'minlashga xizmat qiladi. O'sha davr hukumati esa amalda demokratiya bo'lishini istamas, hatto, bunga yo'l qo'ymas edi. Shu boisdan PR fan sifatida tadqiq etilmasdi. Professor Narzulla Jo'rayev yozganidek, "SSSR

<sup>13</sup> Pedagogika tarixi. A.Zunnunov, M.Xayrullayev va boshqalar. – T.: «Sharq», 2000, –B. 175.

<sup>14</sup> Qarang: Xoliqov Q. Jamoatchilik fikri. //Fidokor, 2005-yil, 28-iyun.

<sup>15</sup> Berneys E. L. The Later Years. Public Relations Insights 1956-1986. -Rhinebeck: Free Press, 1986.-P.12.

tarkibida turib hech qanday milliy ravnaq, ma'naviy taraqqiyot xususida gapirib bo'lmaz edi. Chunki yovuzlik va zo'ravonlik asosiga qurilgan bu davlat bunday intilishlarga aslo yo'l bermas edi"<sup>16</sup>. Muallif amerikalik adiba Eyn Redning quyidagi fikrini keltiradi: "Insonni fikrsiz qulga aylantirgan yoki uning mehnati samarasini tortib oladigan, erkin tafakkur qilishdan mahrum etadigan yoki aqlga zid harakatlarga undaydigan jamiyat, mavjud qonunlari bilan insonning tabiiy talab-ehtiyojlari o'rtasida qarama-qarshilik keltirib chiqaradigan jamiyat aslida jamiyat deb atalishiga ham arzimaydi. U – jinoyatchilar to'dasi yoki olomondir"<sup>17</sup>. Shu tariqa PRni tan olmagan va jamoatchilik fikri bilan hisoblashmagan komfirqa ko'p narsa yutqazib, alaloqibat tanazzulga yuz tutdi.

Sobiq SSSR barham topgach, Rossiya va boshqa respublikalarda ham PRga oid kitoblar chop etildi. O'zbekistonda ham PRga oid tadqiqot va izlanishlar o'z samarasini ko'rsatmoqda. Endilikda yurtimizdagi oliy o'quv yurtlarida bu fan o'zlashtirilmoqda. Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universiteti Jurnalistika fakulteti olimlari tomonidan bu borada tadqiqotlar olib borilmoqda. Ilg'or fikrlar, umumbashariy g'oyalar rivojlanishi davrida dunyoviy fanlardan biri bo'lmish PR amaliyoti muhim o'rin tutmoqda.

Har bir fanning avvalo, maqsad va vazifalarini o'rganish zarur. PRning asosiy maqsadi – jamoatchilik bilan aloqalarni yo'lga qo'yish bo'lsa, bosh vazifasi – axborot yordamida omma fikrini boshqarishdir<sup>18</sup>. U tashkilotlar va jamoatchilik o'rtasida aloqa o'rnatadi. Bunday aloqa fikr almashish, axborot olish va tarqatish, o'zaro munosabatlarni mustahkamlash bilan izohlanadi. Har bir tashkilot va muassasa faoliyati xalqning siyosiy, iqtisodiy, ma'rifiy hamda madaniy hayotini yaxshilashga qaratilgan bo'lishi shart. Shu o'rinda ham PR o'ziga xos tafakkur maydonini vujudga keltirgan holda samarali natijalarga erishishga xizmat qiladi.

<sup>16</sup> Qarang: Jo'rayev N. Tafakkurdagi evrilish. T.: «Sharq», 2001. 41-b.

<sup>17</sup> O'sha manba, 41-b.

<sup>18</sup> Qarang: Мо'минов Ф. А. Паблик рилейшнз: история и теория. –Т.: «Ижод дунёси», 2004. –Б. 83.

Jamoatchilik bilan aloqalarning muhim shartlaridan biri – ikki tomonlama fikr eshitish. Fikr bir tarafdangina aytilsa, u mohiyatan – biryoqlama, qolaversa, targ‘ibot bo‘lib qoladi. PR amaliyotida tashkilot vakillarining jamoatchilik fikrini tinglab, xulosa chiqarishi muhim o‘rin tutadi.

Yurtimiz istiqloli bergan ne‘matlardan biri – rivojlangan dunyoni butun bo‘yi-basti bilan ko‘rish imkoniga ega bo‘ldik. Dunyo ko‘rgan – dunyo bilan bo‘ylashar, deganlaridek, bugun rivojlangan mamlakatlardagi ilg‘or tajribalar, dunyoviy fanlar, texnologiyalardan foydalanish imkoniga egamiz. Ana shunday dunyoviy fanlardan biri – PRdir. Hayot voqeligiga aylangan ana shu fanni so‘nggi o‘n-yilliklar mo‘jizasi deb atash mumkin. U butun mohiyat-e‘tiboriga ko‘ra – fanlararo fandir. Ya‘ni, har bir sohada jamoatchilik bilan aloqalar muhim o‘rin tutar ekan, PR o‘sha sohalar uchun ham zarur fan hisoblanadi. Jamiyat hayotida muhim ijtimoiy va boshqa fikrlarni ikki tomonlama, ya‘ni, bir tomondan tashkilot va ikkinchi tomondan jamoatchilikdan tinglashni yo‘lga qo‘yishning ilmiy asosini PR tashkil qilishi bilan bu fan Axborot xizmatining muhim nazariy asosini tashkil etadi.

Axborot xizmatining boshqa nazariy asoslari ham bor. Bu – tashkilot qaysi sohaga tegishli bo‘lsa, unga oid fanlardir. Masalan, Sog‘liqni saqlash vazirligi axborot xizmati xodimlari tibbiyotga, Adliya vazirligi axborot xizmati xodimlari huquqshunoslikka oid bilimlarga ham ozmi-ko‘pmi ega bo‘lishi maqsadga muvofiqdir. (Bu esa o‘sha Axborot xizmatlarida faoliyat ko‘rsatayotgan jurnalistlarning ixtisoslashuviga ham xizmat qilishini izohlashga hojat yo‘q).

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Axborot xizmatining nazariy asoslarini qaysi fanlar tashkil etadi?
2. Jurnalistika nazariyasiga oid qaysi fanlarni bilasiz?
3. “Public Relations” (Pablik rileyshnz – PR, piar) – Jamoatchilik bilan aloqalar fani sifatida qanday izohlaysiz?

4. Fanlararo fan, deganda nimani tushunasiz?
5. Jamoatchilik bilan aloqalar g'oyasi qadimiy sharq manbalarida qay tariqa aks etgan?
6. Jamiyatda jamoatchilik bilan aloqalar qanday amalga oshiriladi?
7. Jamoatchilik bilan aloqalardan asosiy maqsad nima?
8. Tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini kimlar muntazam yo'lga qo'yishi talab etiladi?
9. Ikki tomonlama fikr eshitish jarayonini qanday izohlaysiz?
10. Fikr bir tarafdangina aytilishi qanday izohlanadi?
11. PRning bosh maqsadi nima?

## **AXBOROT XIZMATI FAOLIYATIDA AXLOQIY MEYORLAR**

- 1. Axborot xizmati xodimining axloqiy fazilatlarini jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirishda muhim omil.*
- 2. Axloqiy qoidalarning xalqaro va milliy asoslari.*
- 3. Tashkilot va jamoatchilik o'rtasidagi o'zaro hurmatga asoslangan munosabatlar.*

Axborot xizmati xodimi ma'nan yetuk, xushmuomala, o'zgaralar fikrini e'tibor bilan tinglab, hurmat qiladigan, odobli, bama'ni bo'lishi zarur. U bilan bir hamsuhbat bo'lgan kishi yana muloqot qilgisi kelsin. Shunda ish faoliyatiga oid fikrlarni emin-erkin so'zlashadigan bo'ladi. Shu tariqa mustahkam aloqa, hamkorlik o'rnatiladi. PR talabiga ko'ra – ikki tomonlama fikr tinglash shu tariqa yo'lga qo'yiladi.

Ba'zi tashkilot xodimlaridagi kibru-havo, manmanlik bilan hech kim murosa qilishni istamaydi. Jurnalistga, ayniqsa, nufuzli tashkilotning axborot xizmatida faoliyat ko'rsatayotgan mas'ul xodimiga bunday salbiy hatti-harakatlar mutlaqo to'g'ri kelmaydi. O'zini boshqalardan yuqori his etadigan, kekkaygan, qo'pol va qo'rs xodimdan hamma yiroq yurishga harakat qiladi. Undan yurak yutib biror ma'lumot so'ramaydi. Oqibatda o'sha axborot xizmati bilan OAV xodimlari o'rtasida jarlik paydo bo'ladi. Bu esa o'z navbatida tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini chippakka chiqarib qo'yishi turgan gap.

Jurnalistlar va axborot xizmati xodimlarining ijobiy fazilatlariga ega bo'lishi masalasi – odob-axloq tushunchalari bilan bog'liq. Ma'lumki, fanda axloqni – etika, odobni – ma'naviyatga oid fanlar vositasida ham o'rganamiz.

Axborot xizmati faoliyatida, ayniqsa, jamoatchilik bilan aloqalar amaliyotida axloqiy meyorlar g'oyat muhim o'rin tutadi.

Turli tashkilot vakillari bilan ularning jamoatchiligi o'rtasida fikr almashishlari ma'lum bir axloqiy meyorlarga asoslanadi.

Axborot xizmati nazariy asoslarini – jamoatchilik bilan aloqalar (PR) fani ham tashkil etar ekan, demak, PRning axloqiy asoslarini puxta o'rganish maqsadga muvofiqdir.

PRda axloq (etika) masalasi xalqaro va milliy kasbiy kodekslar bilan belgilangan. Ma'lumki, etika – axloq haqidagi fandır. U ijtimoiy guruhlar, tashkilotlar, shuningdek, shaxs va jamiyat o'rtasidagi ma'naviy-axloqiy hamda o'zaro munosabatlarni ma'rifiy shakllantirishga xizmat qiladi. Bu fan odamzotni insoniy holatida saqlab turadigan sohalardan biri. Aristotel va Kant zamonlaridan beri u ikki yo'nalishda namoyon bo'layotir. Ya'ni, haqiqiy axloq, xulq haqidagi fan hamda ikkinchisi, inson qanday qilib o'zini tuta bilishi kerakligini o'rgatadigan fan.

Axborot xizmati xodimlari o'zlarining har kungi faoliyatida etika talablariga rioya qilishlari shart. Aks holda ular faoliyati muvaffaqiyatli bo'lmasligini esa hayot isbotlab turibdi. Axborot xizmati sohasida huquqiy va axloqiy qoidalar bir-biri bilan chambarchasdir. Huquqiy qoidalar axloqiy qoidalarni belgilaydi. Etikaning asosini tashkil etuvchi ma'naviyat, axloqiy qarashlar jamoatchilik fikri orqali rivojlantiriladi va natijada, etikani yuzaga keltiradi.

Jamoatchilik fikri, kasb mahorati va jamoatchilik bilan aloqalar etikasining asosi qanday, degan savolga axborot xizmati faoliyatida aniq javob topish mumkin. Ya'ni, jamoatchilik bilan aloqalar – jamoatchilik fikrini hurmat qilgan holda ko'p jihatdan unga bog'liq bo'lib, uni shakllantiradi. U o'z faoliyatini uzviy ravishda davom ettirishi uchun zamin yaratadi. Shu o'rinda kasb mahorati bilimdan tashqari samimiyat, ochiqlik, rostgo'ylikni taqozo etadi. Axborot xizmati xodimi murakkab sharoitda faoliyat ko'rsatadi, mudom tashkilot obro'sini himoya qilishi taqozo etiladi.

Soha xodimining axloqiy qoidalari nimalardan iborat, degan savolga Sem Blek shunday javob beradi: "PR sohasidagi axloqiy muammolar inson faoliyatining boshqa turlariga qaraganda ancha



murakkab bo‘lishi mumkin, biroq ularga murojaat etish, ko‘rib chiqish va vijdonan hal etish kerak, zero bu borada tayyor ko‘rsatmalar yo‘q”<sup>1</sup>.

Bu yuqorida qayd etilgan fikrlar mohiyatini chuqurroq o‘rganishga yordam beradi. Binobarin, jamoatchilik bilan aloqalar axloqiy meyorlari deganda axloq va uning mohiyati, tafakkurdagi va eng muhimi, insonning kundalik hatti-harakati, uning o‘rni va roli bilan bog‘liq bo‘lgan barcha masalalar va munosabatlar majmuini tushunish mumkin.

Axborot xizmati faoliyatidagi axloq – jamoatchilik bilan aloqalar sohasi xodimining faoliyatini baholash va tartibga solish vositasidir. Axloq – insonning kundalik ijtimoiy faoliyatini, hatti-harakatlarini belgilaydi va nazorat qiladi. Axloqiy tamoyillar turli-tuman shakllarda ifodalangan bo‘lib, har bir tarixiy bosqichda avlodlarning axloqiy qarashlari bilan boyigani holda davom etadi.

Axborot xizmati xodimining etikasi aniq amaliy yo‘nalish va xususiyatlarga ega bo‘lib, jamoatchilik tomonidan u shu jihatlari bilan qabul qilinadi. Axloqiy va huquqiy meyorlarni kasbiy tamoyillar darajasiga ko‘tarish zarurati PR “xizmati faoliyatining predmeti – axborot ayirboshlashning uyg‘unlashuvi – bevosita o‘z ichiga insonga xos axloqiy va huquqiy munosabatlarni qamrab olishini bildiradi”<sup>2</sup>. Demak, PRdagi etika boshqa sohadagi etikadan ma‘lum darajada farqlanadi. Ya‘ni, jamoatchilik bilan aloqalar sohasi xodimi jamoatchilik fikrini shakllantirish paytida muayyan turdagi axborotni boshqarish jarayonida namoyon bo‘ladigan axloqiy fazilat va munosabatlar PR etikasida kuzatiladi. Bu o‘rinda ma‘lumotlar to‘plash, ularni saralash va ishlov berish, jamoatchilikka yetkazish usullarini tanlash jarayonlari tahlil etilganda odamlarning haqqoniy ijtimoiy tengligi, bir-biriga e‘tiborli munosabatlari – jamoatchilik bilan aloqalar sohasi xodimi faoliyatining asosiy prinsiplaridan hisoblanadi.

Axborot xizmati xodimi o‘z tashkiloti va jamoatchilikni tashvishga solayotgan, o‘ylantirayotgan har qanday muammolarni

<sup>1</sup> Блек С. Введение в публик рлейшнс. 33-35-б.

<sup>2</sup> Реклама и связи с общественной. 2-кисм. 88-б.

his eta bilishi kerak. Ana shunda axborot xizmati jamoatchilik fikrini shakllantirishga xizmat qilishi mumkin. Zero, axborot xizmati xodimi to'g'ri fikr bildirishi va matbuot erkinligini hurmat qilishi kerakligini nazariyotchilar e'tirof etadilar. Mutaxassislar fikricha, axloqiy va huquqiy meyorlarni kasbiy tamoyillar darajasiga ko'tarish zarurati PR xizmati faoliyatining predmeti «axborot ayirboshlashning uyg'unlashuvi – bevosita o'z ichiga insonga xos axloqiy va huquqiy munosabatlarni qamrab olishini bildiradi»<sup>3</sup>. Demak, PRdagi etika boshqa sohadagi etikadan ma'lum darajada farqlanadi. Jamoatchilik bilan aloqalar sohasi xodimi jamoatchilik fikrini shakllantirish paytida muayyan turdagi axborotni boshqarish jarayonida namoyon bo'ladigan axloqiy fazilat va munosabatlar PR etikasida kuzatiladi. Bu o'rinda ma'lumotlar to'plash, ularni saralash va ishlov berish, jamoatchilikka yetkazish usullarini tanlash jarayonlari tahlil etilganda odamlarning haqqoniy ijtimoiy tengligi, ularning bir-biriga e'tiborli munosabatlari – jamoatchilik bilan aloqalar sohasi xodimi faoliyatining asosiy prinsiplaridan hisoblanadi. PR xodimi o'z tashkiloti, jamoatchiligi va keng auditoriyani tashvishlantirayotgan muammolarni his eta bilishi kerak. Aslini olganda, nafaqat inson PR faoliyatini tashkil etadi, balki, piar faoliyati ham insonni shakllantiradi. Zero, PR xodimi to'g'ri fikr bildirish va matbuot erkinligini hurmat qilishi kerakligini nazariyotchilar e'tirof etadilar.

Jamoatchilik bilan aloqalar borasida axloq qanchalik muhim o'rin tutishini qator kodekslar misolida ham ko'rish mumkin. Xalqaro pablik rileyshnz assotsiatsiyasi (XPRA), Xalqaro biznes kommunikatsiyalar assotsiatsiyasi (XBKA), Pablik rileyshnz Yevropa konfederatsiyasi (PREK), Xalqaro pablik rileyshnz tashkiloti (XPRT) va boshqa tashkilotlar hujjatlarida aynan PR etikasiga oid fikrlar o'rin olgan.

1974-yilda Yevropa Pablik rileyshnz assotsiatsiyasi BMT huzuridagi iqtisodiy va ijtimoiy kengash maslahatchi organi sifatida qayd qilingan. 1955-yilda tashkil etilgan Pablik rileyshnz

<sup>3</sup> Реклама и связи с общественностью. 2-част. –М.: Дело, 2000. –С. 88.

xalqaro assotsiatsiyasi (IPRA)ning 1961-yilda qabul qilingan "Kasbiy faoliyat kodeksi", 1978-yilda PR Konfederatsiyasi Bosh Assambleyasi tasdiqlagan hamda 1989-yil 13-mayda o'zgartirishlar kiritilgan "PRda odob-axloq qoidalari Yevropa Kodeksi (Lissabon Kodeksi)", 1965-yilda qabul qilingan va 1968-yilda ba'zi o'zgartirishlar kiritilgan "Afina Kodeksi"da, shuningdek, Amerika gazetalar muharrirlari jamiyati (AGMJ) "To'g'riso'zlik va aniqlik Kodeksi", AQSHdagi davlat matbuot xizmatlari xodimlari milliy assotsiatsiyasi (DMXMA) "Axloq Kodeksi"da PR axloqiy mezon va meyorlari o'z aksini topgan.

Bunday Kodekslar orasida 1978-yilda qabul qilinib, 1989-yil 13 mayda o'zgartirishlar kiritilgan "PRda odob-axloq qoidalari Yevropa Kodeksi (Lissabon Kodeksi)" alohida o'rin tutadi. Public Relations Konfederatsiyasi Bosh Assambleyasi tasdiqlagan bu hujjat PR axloqiy meyorlarini belgilashda keng qamrovli ekanligi bilan ajralib turadi. Uning 1-punkti shunday boshlangan: "Ushbu Kodeks talablariga javob beruvchi va milliy assotsiatsiyalar qoidalariga bo'ysunuvchi har bir professional a'zo PR amaliyotchi mutaxassisi hisoblanadi (quyida "amaliyotchi" deb o'qing) va Kodeks doirasida faoliyat olib boradi"<sup>4</sup>. Bunda PR amaliyotchisining faoliyati muayyan axloq doirasida amalga oshishi oydinlashadi.

Kodeksning 2-punktida "PR amaliyotchisi o'z professional faoliyati davomida "Inson huquqlari Umumjahon Deklaratsiyasi"da ko'rsatilgan axborot olish huquqini beruvchi erkin so'z va erkin matbuot tamoyillarini hurmat qilishi kerak"ligi ta'kidlanadi. E'tiborli jihati, PR amaliyotchisining mehnati OAV faoliyati bilan uzviy bog'liq ekanligini ko'rsatadi. PR xodimidan matbuot tamoyillarini e'tiborga olish talab etilmoqda.

Kodeksning 3-punktida "PR amaliyotchisi professional faoliyatida adolatli ekanligi, intellektual salohiyati va betaraf ekanligini ko'rsatishi darkor. U ayniqsa, yanglishtiruvchi, yolg'on sharh yo axborotdan foydalanmasligi shart. Amalda ushbu Kodeksga zid bo'lgan usullarni qo'llashdan ehtiyot bo'lishi

<sup>4</sup>Блек С. Введение в публик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. –С. 306-311.

lozim"<sup>5</sup> deb ko'rsatilgan. Shu o'rinda PR subyekti o'zi axborot oqish va tarqatish bilan shug'ullanuvchi shaxs ekanligi ham namoyon bo'lmoqda.

Ushbu hujjatning 4-punktida "PR harakatlari ochiq-oydin olib borilishi kerak; ular oson uqib olinishi, manbasi aniq bo'lishi va uchinchi shaxslarni chalg'itmasligi kerak"<sup>6</sup>ligi<sup>6</sup> uqdiriladi.

Kodeksning 5-punktida belgilangan qoidalar ham e'tiborga molik. "PR amaliyotchisi o'zga kasb va ijtimoiy aloqalarning boshqa sohalarga tegishli bo'lgan qoidalar va usullarni uning kasb etikasiga qanchalik mosligini anglagan holda hurmat qilishi shart. PR amaliyotchisi davlatda amal qilayotgan qonunlarni hurmat qilishi, milliy odob-axloq normalariga rioya etishi hamda shaxsiy reklamaga intilishda vazmin bo'lishi talab etiladi"<sup>7</sup>.

Shu o'rinda Kodeksning ayrim punktlariga e'tibor qaratish zarur. Ya'ni, 15-punktida "Jamoatchilik vakillarini aldashga qaratilgan har qanday harakat ta'qiqlanadi" deb ko'rsatgan holda hujjat xotimasida "Kodeks buzilishiga yo'l qo'ygan amaliyotchining o'zi uni buzgan"<sup>8</sup> deb hisoblanishi qayd etilgan. Axloq meyorlari PRning ravnaq topishiga xizmat qilar ekan, har xil jamiyat guruhlari bilan OAV muloqoti – piar tashkilotining vazifasi"<sup>9</sup> bo'lib qoladi.

Bunday axloqiy qarashlar azaldan o'zbek jurnalistikasi tarixida ham ko'plab uchrashi e'tiborga molik. O'zbek shoirlari orasida birinchi publitsist sifatida mashhur bo'lgan Furqatning qator maqolalarida ham ana shunday ilg'or g'oyalar ilgari surilgan: "Gazet muallifig'a kerakkim, insofpecha va rostandisha bo'lg'ay. Noloyiq va nomunosib so'zlarni gazetga solmag'ay va yozg'on kalomidin gazet o'qug'uchilarg'a naf va foyda hosil bo'lg'ay..."<sup>10</sup>

O'zaro hurmatga asoslangan munosabatlarning asl poydevori odob-axloq meyorlari bilan o'lchanar ekan, uni o'zaro

<sup>5</sup> Elek S. Vvedeniye v pablik rileyshnz. Rostov-na-Donu, 1998. –S. 306-311.

<sup>6</sup> O'sha manba. –B. 307.

<sup>7</sup> O'sha manba. –B. 308.

<sup>8</sup> O'sha manba. –B. 310.

<sup>9</sup> Блек С. Введение в публик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. –С. 311.

<sup>10</sup> Furqat. Gazet muallifig'a. //Turkiston viloyatining gazet, 1905-yil 6 aprel.

munosabatlardan tortib, tashkilotlarning jamoatchilik bilan aloqalari jarayonida ham kuzatish mumkin. PR amaliyotida muhim o‘rin tutadigan axloq meyorlari alohida Kodeks va boshqa hujjatlar bilan belgilanganini e’tirof etgan holda amalda undan samarali foydalanish bu sohani dunyo miqyosida rivojlantirishga xizmat qiladi.

Oshkoralik, haqiqat, samimiylik bo‘lgan joydagina PR muloqotga va o‘zaro ishonchga erishishi mumkin. PR – davlat tashkilotlari, qonun chiqaruvchi hamda ijro hokimiyati va jamoatchilik o‘rtasida aloqa o‘rnatishga yordam beradi. Ingliz olimi Sem Blek ta’biri bilan aytganda: «Pablik Rileyshnz – aniq, haqqoniy axborotlarga asoslangan, o‘zaro bir-birini tushunish to‘g‘risidagi fan va san’atdir»<sup>11</sup>.

Bu borada nazariyotchi Valentin Korolkoning shunday so‘zlari bor: «PRni xo‘jako‘rsinga tashkil qilmaslik kerak»<sup>12</sup>. Har qanday yo‘l bilan o‘zlariga yaxshi sharoit yaratish uchun xalqni aldash va omma ishonchini suiiste‘mol qilish noxush oqibatlariga olib keladi. Muallif fikricha, “jamiyatni qandaydir ma’lum bir muddat davomida aldash mumkin. Biron-bir qisminigina uzoqroq aldab yurish mumkin. Butun jamiyatni har doim aldab yurish esa hali hech kimga nasib qilmagan»<sup>13</sup>. Amaliy jihatdan olib qaralganda, qaysiki sohada bo‘lmasin omma ishonchini suiiste‘mol qilish qanday salbiy oqibatlariga olib kelgani sir emas.

Yevgeniy Pashensevning ta’kidlashicha: «Pablik rileyshnz – tashkilot va jamoatchilik o‘rtasidagi o‘zaro hurmatga asoslangan munosabat, bir-birini anglashga xizmat qiladigan muttasil harakatdir»<sup>14</sup>. Bu fikrlar xilma-xilligi PRning qamrovi naqadar kengligidan dalolat beradi.

Har bir sohaning avvalo, maqsad va vazifalarini o‘rganish talab etiladi. PRning birinchi va asosiy maqsadi – jamoatchilik bilan aloqalarni yo‘lga qo‘yish bo‘lsa, bosh vazifasi – axborot yordamida omma fikrini to‘g‘ri shakllantirish va boshqarishdir<sup>15</sup>.

<sup>11</sup> Блек С. Введение в публик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. –С. 10.

<sup>12</sup> Королко В.Г. Основы публик рилейшнз. –Киев : Ваклер, 2001. –С. 11-12.

<sup>13</sup> O‘sha asar. –B. 12.

<sup>14</sup> Патенсев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. –М.: РБук. 2001. –С. 5.

<sup>15</sup> Qatag‘: Муминнов Ф.А. Паблик рилейшнз: история и теория. –Т.: Ижод дунёси, 2004. –С. 83.

U tashkilotlar va jamoatchilik o'rtasida aloqa o'rnatadi. Bunday aloqa fikr almashish, axborot olish va tarqatish, o'zaro munosabatlarni mustahkamlash bilan izohlanadi. Har bir tashkilot va muassasa faoliyati xalqning siyosiy, iqtisodiy, ma'rifiy hamda madaniy hayotini yaxshilashga qaratilgan bo'lishi shart. Shu o'rinda ham PR o'ziga xos tafakkur maydonini vujudga keltirgan holda samarali natijalarga erishishga xizmat qiladi.

Jamoatchilik bilan aloqalarning muhim shartlaridan biri – ikki tomonlama fikr eshitish. Fikr bir tarafdangina aytilsa, u mohiyatan – biryozlama, qolaversa, targ'ibot bo'lib qoladi. PR amaliyotida tashkilot vakillarining jamoatchilik fikrini tinglab, xulosa chiqarishi muhim o'rin tutadi. Bu, ko'pdan ko'p fikr chiqadi, degan naqlga mosdir.

Tashkilot va jurnalistlarning jamoatchilik bilan munosabatlari, fikr almashishlar jarayonida nazariy asoslarga va odob-axloq meyorlari PR talablariga mos ravishda amalga oshishi ushbu amaliyotning dunyo miqyosida keng tarqalishiga, jumladan, O'zbekistonda ham ravnaq topishiga yordam beradi.

O'zaro hurmatga asoslangan munosabatlarning asl poydevori odob-axloq meyorlari bilan o'lchadi. Uni tashkilotlarning jamoatchilik bilan aloqalari jarayonida ham kuzatish mumkin. PR amaliyotida muhim o'rin tutadigan axloq meyorlari alohida Kodeks va boshqa hujjatlar bilan belgilanganini e'tirof etgan holda amalda undan samarali foydalanish bu sohani dunyo miqyosida rivojlantirishga xizmat qiladi.

So'nggi-yillarda to'plangan ma'lumotlar PRda huquq va etika o'rtasida chegara o'tkazish juda qiyin ekanligini ko'rsatadi. Bu holat kuzatilishiga sabab shuki, etika – huquqning asosiy tarkiblaridan biri va shuningdek huquqiy meyor kundalik hayotda etikaga o'tib ketadi. Ammo PRning huquqiy va axloqiy asoslari tushunchasi mavjuddir.

Avvalo, huquqiy meyor deganda – davlat joriy etgan va har bir fuqaro amal qilishi, bajarishi kerak bo'lgan qonun, huquq meyorlari aks ettirilgan hujjatlarga – Konstitutsiya, qator qonunlar, kodekslar, farmoyishlar kiradi. Qonunni bajarmaslik esa huquqiy demokratik jamiyatda – jinoyat qilish bilan barobardir.

Aytaylik, jurnalistika – ijodiy soha. Biroq, u ham qonunlarga, huquqiy meyorlarga asoslanadi. Jurnalistika sohasiga bevosita taalluqli bo‘lgan qonunlar mavjudligi haqida yuqoridagi mavzuda atroflicha so‘z yuritildi.

Jurnalistikani jamoatchilik bilan aloqalarsiz tasavvur etish qiyin. Jamoatchilik bilan aloqalar jurnalistikada eng yaxshi, qulay va samarali aloqalardan hisoblanadi. Shu boisdan “Bosma ommaviy axborot vositalari va axborot agentliklari Xartiyasi”, “Bosma ommaviy axborot vositalari va axborot agentliklari jurnalistlarining axloq-odob kodeksi”da belgilangan axloqiy meyorlar bevosita tashkilotlarning axborot xizmatlariga ham taalluqlidir.

Axborot xizmati xodimi puxta bilimga ega bo‘lishi lozim. Bu bilimlar (u o‘qishi zarur bo‘lgan adabiyotlar) orasida donishmandlarning odob-axloqqa va ma’naviyatga oid asarlari ham alohida o‘rin tutishi zarur. Zero, insoniy fazilatlar, shirin so‘zlar va yoqimli odobu axloq bilangina insonlar qalbiga yo‘l topish, shu tariqa jamoatchilik bilan aloqalarni tobora rivojlantirib borish mumkin.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Axborot xizmati xodimining axloqiy fazilatlarini qanday bo‘lishi kerak?
2. Axloqiy qoidalarining asoslari qaysi hujjatlarda aks etgan?
3. Tashkilot va jamoatchilik o‘rtasidagi o‘zaro hurmatga asoslangan munosabatlarni qanday izohlaysiz?
4. PRda huquq va etika o‘rtasida qanday bog‘liqlik mavjud?
5. Huquqiy meyor deganda nimani tushunasiz?
6. PRdagi etikaning o‘ziga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
7. Jamoatchilik bilan aloqalar borasida axloqqa oid qaysi kodeks va hujjatlarni bilasiz?
8. Axloqiy va huquqiy meyorlar deganda nimani tushunasiz?

## AXBOROT XIZMATI FAOLIYATIDA OSHKORALIK

1. *Oshkoralikning nazariy va huquqiy asoslari.*
2. *Jamiyat taraqqiyotida, ijtimoiy-siyosiy hayotida oshkoralik.*
3. *Jamiyatda oshkoralikni ta'minlashda Axborot xizmatining o'rni.*

Huquqiy demokratik davlat siyosatida oshkoralik va so'z erkinligi g'oyat muhim o'rin tutadi. Ular har qanday mamlakat taraqqiyotining asosiy omili hisoblanadi. Mustaqil taraqqiyot yo'lidan dadil borayotgan yurtimizda ham zamonaviy boshqaruvning turli jabhalarida, shuningdek, turli tashkilot va muassasalar rahbarlari ma'naviy dunyosida oshkoralikning o'rni beqiyosdir. Demokratiyaga oshkoraliksiz erishib bo'lmagligini hayotning o'zi isbotlagan. Demokratiya huquqiy poydevoriga ega bo'lgani kabi oshkoralikning ham qonuniy asoslari yaratilishi, u davlat siyosatida o'z ifodasini topishi zarur. O'zbekiston davlat mustaqilligiga erishganidan buyon yurtimiz taraqqiyot bosqichida demokratiya va oshkoralik alohida o'rin egallayotganini esa qator qonunlar va hukumat qarorlari misolida ko'rishimiz mumkin.

Oshkoralik o'zi nima, degan savolga muxtasar javob, ya'ni, bu atamaning ta'rifi, mazmun-mohiyati, mamlakatimiz ijtimoiy-siyosiy faoliyatidagi o'rni "O'zbekiston milliy ensiklopediyasi"ning 6-jildida shunday bayon etilgan: "Oshkoralik – demokratiyaning zarur sharti; jamoatchilikka muassasalar, tashkilotlar va mansabdor shaxslar faoliyatiga oid barcha ma'lumot, xabarlarini bilish, muhokama va nazorat etish uchun ro'yi-rost e'lon qilish. Turli darajadagi rahbarlarning jamoatchilik bilan erkin muloqotlari, savol-javoblari va bunda ommaviy axborot vositalari imkoniyatlaridan keng foydalanish, senzura yo'l qo'yilmaslik oshkoralikni ta'minlashga xizmat qiladi"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. –T.: 2003. –6-jild, 613-b.



Demokratik jamiyatda oshkoralik qonun hujjatlarida o'z aksini topmasa, u ijtimoiy voqelikka aylanishi juda mushkul. Respublikamizda oshkoralikning poydevori avvalo, qator qonunlarda, Yurtboshimizning ma'ruzalarida qayd etilgani, hukumat qarorlarida o'z ifodasini topgani uning davlat siyosatida qanchalik muhim o'rin tutayotganini ko'rsatadi.

Jilg'alar birlashib irmoqlarga aylangani, irmoqlarlar esa ulkan daryoni hosil qilgani misol qonun chiqaruvchi hokimiyat va davlat siyosati ham dastlab millionlab odamlarning saylovlarda ishtirok etishidan boshlanadi. Har bir fuqaro ovoz berish yo'li bilan deputatlarni hamda davlat rahbarini saylab oladi. Demak, siyosatning ibtidosi saylovlar ekan, oshkoralik ham xuddi o'sha jabhada boshlanishi taqozo etiladi.

O'zbekiston Respublikasining "O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisiga saylov to'g'risida"gi qonuni 6-moddasi "Saylovga tayyorgarlik ko'rish va uni o'tkazishdagi oshkoralik", "O'zbekiston Respublikasining referendumini to'g'risida"gi qonuni 7-moddasi "Referendumga tayyorgarlik ko'rish va uni o'tkazishda oshkoralik"<sup>2</sup>, deb nomlanganidanoq bu jarayonda oshkoralikka nechog'li e'tibor bilan qaralayotganini anglash mumkin.

Jamiyat taraqqiyotida demokratik saylovlar qanchalik ahamiyatga ega ekanligi barchaga yaxshi ma'lum. "Barchangiz xabardorsiz, saylov arafasida men saylovchilar hamda aholining turli qatlamlari vakillari bilan ko'plab uchrashuv va suhbatlar o'tkazdim,– deb ta'kidladi Yurtboshimiz Shavkat Mirziyoyev Oliy Majlis palatalarining qo'shma majlisidagi nutqida.– Ana shunday ochiq muloqotlarda bildirilgan amaliy takliflar, qonuniy talablar, ularni amalga oshirish uchun ko'rilgan aniq chora-tadbirlar, ochig'ini aytaman, men uchun yana bir katta hayotiy maktab bo'ldi. Ana shu uchrashuv va suhbatlarning yakuniy xulosalari mamlakat Prezidenti lavozimidagi o'ta muhim va

<sup>2</sup> Qarang: O'zbekiston Respublikasining "O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisiga saylov to'g'risida"gi qonuni. –T.: «O'zbekiston», 2004. 6-b.; O'zbekiston Respublikasining "O'zbekiston Respublikasining referendumini to'g'risida"gi qonuni. –T.: «O'zbekiston», 2001. 5-b.

<sup>3</sup> Mirziyoyev SH.M. Erkin va farovon, demokratik o'zbekiston davlatini mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – www.uz2.uz, 14.12.2016.

mas'uliyatli faoliyatimda men uchun dasturiy qo'llanma bo'lib xizmat qiladi"<sup>3</sup>.

Saylov tizimidagi oshkoralik o'z navbatida – qonun chiqaruvchi hokimiyat faoliyatida izchil davom etmoqda. Buni qator qonunlar, hukumat qarorlari misolida ham ko'rish mumkin. O'zbekiston Respublikasining "O'zbekiston Respublikasi qonunlarini tayyorlash to'g'risida"gi qonuni 3-moddasida shunday yozilgan: "Qonun loyihalarini tayyorlash oshkoralik, jamoatchilik fikrini o'rganish va hisobga olish asosida, Oliy Majlis deputatlarining, partiya fraksiyalarining (bloklarining), davlat organlari va jamoat birlashmalarining ishtirokida amalga oshiriladi"<sup>4</sup>. Qonun loyihalari umumxalq muhokamasi asosiy prinsiplari O'zbekiston Respublikasining "Qonun loyihalarining umumxalq muhokamasi to'g'risida"gi qonuni 3-moddasida quyidagicha belgilangan: "ixtiyoriylik; tenglik; oshkoralik; hamma uchun ochiqlik; erkin fikr bildirish"<sup>5</sup>.

Jamiyatda oshkoralikni ta'minlash oson kechmaydi. Unga to'sqinlik qiladiganlar uchrab turishi sir emas. Biroq, qandaydir to'sqinlik bor ekan, deb qo'l qovushtirib o'tirish ham yaramaydi. Burgaga achchiq qilib, ko'rpaga o't qo'yish – oshkoralikni ta'minlash yo'lidagi say-harakatlarni chippakka chiqarib qo'yish bilan barobar. U holda nima qilmoq kerak, degan savolga qonuniy, ilmiy nuqtai nazardan javob topish yagona to'g'ri yo'ldir! Ana shundagina amalda haqiqiy oshkoralikka erishish mumkin. Oshkoralik mohiyati – jamoatchilik fikri bilan hisoblashgan holda ish yuritish demak,

"El-yurtimizning ezgu orzu-istaklarini ro'yobga chiqarish, bu yo'lda g'ov bo'lib turgan turli to'siqlarni, byurokratizm, loqaydlik, ta'magirlik, korrupsiya kabi salbiy illatlarni dadillik bilan ko'tarib chiqib, ularga qarshi murosasiz jamoatchilik fikrini shakllantirishni o'z kasbi, o'z hayotining ma'no-mazmuni deb biladigan jurnalistlarni men haqiqiy jurnalist deb hisoblayman,–

<sup>4</sup> Qarang: Saidov A.X., Ko'chimov SH.N. Qonunchilik texnikasi asoslari. –T.: «Adolat», 2001. 130-b.

<sup>5</sup> Qarang: o'sha to'plam, 2001. 157-b.

deb ta'kidladi Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev. – Albatta, barchamiz yaxshi tushunamiz, buning uchun ommaviy axborot vositalari vakillaridan nafaqat professional bilim va malaka, hayotiy tajriba, o'z so'zi uchun mas'uliyat hissi, ayni vaqtda yuksak grajdanlik pozitsiyasi, ma'naviy jasorat ham talab etiladi. Bunday maqsadga erishish uchun ommaviy axborot vositalariga qonunchilik nuqtai nazaridan, moddiy-texnik, o'quv-uslubiy ta'minot nuqtai nazaridan yanada keng imkoniyatlar yaratib berishimiz kerak"<sup>6</sup>. Darhaqiqat, jamiyatda, uning zamonaviy boshqaruv tizimida oshkoralikni ta'minlash, jamoatchilik bilan aloqalarni takomillashtirishda jurnalistlarning ana shu say-harakatlari jamiyat boshqaruvi tizimida o'z samarasini ko'rsatishi shubhasiz.

Jamiyatda oshkoralikni ta'minlashga qaratilgan muhim hujjatlardan biri – O'zbekiston Respublikasining “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risida”gi qonuni bo'lganini alohida qayd etish lozim. Qonunning 4-moddasi “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyati ochiqligining asosiy prinsiplari” deb nomlanadi. Unda davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyati ochiqligining asosiy prinsiplari quyidagicha belgilangan:

ular tomonidan taqdim etiladigan axborotdan hammaning foydalanishi mumkinligi, uning o'z vaqtida berilishi va ishonchliligi;

ular faoliyatining oshkoraligi va shaffofligi;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni izlash, olish va tarqatish erkinligi;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyati to'g'risida axborot taqdim etishda fuqarolarning o'z sha'ni va qadr-qimmatini tajovuzlardan, o'z shaxsiy hayotiga aralashuvlardan himoya qilishga bo'lgan huquqlari va qonuniy manfaatlariga, shuningdek fuqarolar va yuridik shaxslarning o'z ishchanlik obro'sini himoya qilishga bo'lgan huquqlariga rioya etish.

Qonunning “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash usullari” deb nomlangan 11-

<sup>6</sup> Mirziyoyev SH.M. Mathbot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga. – www.uz.uz, 27.06.2017.

moddasida davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash usullari quyidagilardan iborat qilib belgilangan:

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni e'lon qilish (chop etish);

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni ularning rasmiy veb-saytlarida joylashtirish va yangilab borish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni hamma kirishi mumkin bo'lgan xonalarga va joylarga joylashtirish hamda yangilab borish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni axborot-kutubxona va arxiv fondlari orqali taqdim etish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining ochiq hay'at majlislarida axborotdan foydalanuvchilarning hozir bo'lishi uchun sharoitlar yaratish;

axborotdan foydalanuvchilarning so'rovi asosida ularga davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida og'zaki va yozma shaklda (shu jumladan elektron hujjat shaklida) axborot taqdim etish.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash qonun hujjatlariga muvofiq boshqa usullar bilan ham amalga oshirilishi mumkin.

Zamonaviy boshqaruv va rahbar ma'naviyati haqida so'z borganda davlatimiz rahbarining ushbu fikrlarini teran nigoh bilan o'rganish zarur: "Jamiyatimiz hayotida demokratik prinsiplarni mustahkamlashda ommaviy axborot vositalari muhim va ta'sirchan omil hisoblanadi. Bu borada chinakam professional zamonaviy jurnalistikani shakllantirish, xususan, nodavlat ommaviy axborot vositalarini, axborot va tahliliy Internet saytlarni moliyaviy qo'llab-quvvatlashga e'tibor qaratish, buning uchun alohida davlat fondini tuzish maqsadga muvofiq,– deb ta'kidladi O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 2017-yil 22 dekabr kuni Oliy Majlisga Murojaatnomasida – Bugungi kunda yurtimizda 1 ming 500 dan ziyod ommaviy axborot vositasi

faoliyat ko'rsatmoqda. Ular mulk shakli, yo'nalishi, axborot uzatish vositalariga ko'ra turlichadir. O'z-o'zidan ravshanki, ularning barchasiga yuqori malakali kadrlar kerak"<sup>7</sup>.

Xo'sh, zamonaviy boshqaruvda oshkoralikni ta'minlash, qonunlar hayotiy va amaliyot bilan uzviy bog'liq bo'lishi uchun nima qilmoq kerak, degan navbatdagi savolga javob topishga to'g'ri keladi. Bu muammoning yechimi jamoatchilik fikrini o'rganish bilan izohlanar ekan, qonun loyihalarini "joylarda (viloyatlarda va hokazo) keng muhokama qilish; parlament o'qishlari; ilmiy jamoatchilik va manfaatdor vazirliklar, idoralar va boshqa tashkilotlarning vakillari ishtirokida bevosita qonun chiqaruvchi organda o'tkaziladigan kengashlarda muhokama qilish; tayyorgarlik komissiyalarining kengaytirilgan majlislari; ommaviy axborot vositalarida muhokama qilish; loyiha yuzasidan ilmiy-tadqiqot muassasalarining taqrizini olish" va hokazolar qonun loyihalarini muhokama qilishda oshkoralikni ta'minlash imkonini yaratadi.

Ijtimoiy-siyosiy hayotda oshkoralik – taraqqiyotning muhim omili hisoblanadi. Bu hokimiyat tuzilmalari faoliyati ustidan jamoatchilik nazoratini kuchaytirish bilan bog'liq muammodir. Bunday nazorat aniq mexanizmlarga tayanishi talab etiladi. "Bu mexanizmning asosini uchta muhim tamoyil – qonuniylik, tanqid muhiti va oshkoralik tashkil etadi,– deb yozadi mutaxassislar,– Oshkoralik jamoatchilik nazoratini o'rnatish uchun muhim iqlim yaratishini alohida ta'kidlash zarur". Shuni alohida qayd etish joizki, inson huquqlari va erkinliklarini, so'z va matbuot erkinligini, shuningdek, oshkoralikni, jamiyatda o'tkazilayotgan islohotlarning ochiqligini ta'minlaydigan demokratik tamoyillarni so'zda yoki qog'ozda emas, amaliy hayotda joriy qilish zarur. Chunki, jamiyatda oshkoralik va ochiqlikni ta'minlash masalasi jamoatchilik fikrini o'rganish usul-uslublarining qay darajada rivojlangani bilan ham bevosita bog'liq ekanligi barchaga ma'lum.

<sup>7</sup> Mirziyoyev SH.M. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. –T.: «O'zbekiston», 2018 y. 36-b.

<sup>8</sup> Qarang: O'zbekiston Respublikasining qonun chiqaruvchi hokimiyati: soxta vakillikdan haqiqiy parlamentarizimga qadar. –T.: «O'zbekiston», 2001. 205-b.

<sup>9</sup> Qarang: O'zbekiston jamiyatni demokratiylashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh qilish yo'lida. –T.: Akademiya. 2005. – 115-120-betlar.

Mamlakatimiz taraqqiyoti yo'lida amalga oshirilayotgan eng muhim vazifalardan biri – fuqarolik jamiyatini rivojlantirish yo'lidagi say-harakatlardir. Bu vazifani amalga oshirishda avvalo, nodavlat va jamoat tashkilotlarining ahamiyatini yanada kuchaytirishni taqozo etadi. Zero, "Kuchli davlatdan – kuchli fuqarolik jamiyati sari" tamoyilini hayotga joriy etishda ham oshkoralik siyosatining o'rni beqiyos. Bu borada axborot sohasini jadal rivojlantirish, ommaviy axborot vositalari – matbuot, radio-televidekiye faoliyatini erkinlashtirish fuqarolik jamiyati asoslarini barpo etish jarayonining uzviy tarkibiy qismiga aylanishi zarur ekanligi tegishli adabiyotlarda ko'p bora ta'kidlangan.

Fuqarolik jamiyati sari odimlar ekanmiz, bu yo'lda ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar bilan bog'liq ko'p masalalarni ijobiy hal etishda jamoat, nodavlat notijorat tashkilotlarining rolini oshirish, xususiy sektor faoliyatini rivojlantirish taqozo etiladi. Buning uchun avvalo, jamiyatimizni yanada demokratlashtirish, fuqarolik institutlarini takomillashtirish, xalqimiz siyosiy faolligini yuksaltirishdek muhim vazifalarni hal etish hayotiy zaruratga aylanadi. Respublika miqyosidagi bu ulkan vazifalarni ijobiy hal etishda esa birinchi galda oshkoralikni ta'minlash talab etiladi.

Oshkoralik asosan matbuot erkinligi bilan chambarchas bog'liq ekan, mamlakatimizda bu borada ham qonun ustuvorligi ko'zga yaqqol tashlanadi. Ya'ni, O'zbekiston Respublikasining "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi qonuni (yangi tahriri) 5-moddasi "Ommaviy axborot vositalari erkinligi" deb nomlangan bo'lib, uning ikkinchi bandi quyidagicha: "Har kim, agar qonunda boshqacha qoida nazarda tutilmagan bo'lsa, ommaviy axborot vositalarida chiqish, o'z fikri va e'tiqodini oshkora bayon etish huquqiga egadir"<sup>10</sup>.

Qonun ijrosi bilan kuchli. Biroq, o'sha ijroni kim ta'minlashi kerak, degan haqli savol tug'iladi. Aytish mumkinki, har bir sohada faoliyat ko'rsatayotgan mutasaddilargina tegishli qonunlarda belgilangan vazifalarni bajarishlari taqozo etiladi. Yuqorida zikr etilgan matbuot erkinligini ta'minlash asosan

<sup>10</sup> O'zbekiston Respublikasining "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi qonuni (yangi tahriri). – [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

jumalistlar, OAV xodimlari zimmasiga tushishini izohlashga hojat yo'q. Haqiqiy demokratik matbuot ko'rsatma asosida yashay olmasligi haqida aytilgan fikrlar amalda o'z ifodasini topishi zarur. Bu o'z navbatida jamiyatda zamonaviy boshqaruvni yanada takomillashtirishga xizmat qilishi shubhasiz.

Har bir vazirlik, tashkilot va muassasaning jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirish davr talabiga aylandi. Bu idoralar tarkibida Axborot xizmatlari tashkil etilishi ular faoliyatida oshkoralik siyosatini amalga oshirishda muhim omil hisoblanadi. Ayni paytda yurtimizda faoliyat ko'rsatayotgan siyosiy partiyalar, nodavlat notijorat tashkilotlari va boshqa idoralarda ham shunday tuzilmalar ana shu muhim vazifani amalga oshirishga xizmat qilmoqdalar.

Xulosa o'rnida aytish mumkinki, mamlakatimizda oshkoralik qonuniy asoslarda qanchalik o'z aksini topsa, u jamiyatni zamonaviy boshqarishni yanada takomillashtirishga va rahbar ma'naviyatini yuksaltirishga xizmat qilaveradi.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Oshkoralik deganda nimani tushunasiz?
2. Oshkoralikning nazariy va huquqiy asoslari qay manbalarda aks etgan?
3. Jamiyat taraqqiyotida, ijtimoiy-siyosiy hayotida oshkoralikning o'rnini qanday?
4. Jamiyatda oshkoralikni ta'minlashda Axborot xizmati qanday o'rin tutadi?
5. Oshkoralik to'la ta'minlanishi uchun idora va tashkilotlarda qanday vazifalar amalga oshirilishi zarur?
6. Oshkoralikning mohiyatini qanday izohlaysiz?
7. Oshkoralik matbuot erkinligi bilan bog'liq jihatlarni qanday izohlaysiz?
8. Qanday hollarda oshkoralik to'liq ta'minlanishi mumkin?
9. Oshkoralik ta'minlangan yoki ta'minlanmagan jamiyatlarni qanday qiyosiy tahlil qila olasiz?

## **AXBOROT XIZMATINI TASHKIL ETISHDA NAZARIYA VA AMALIYOT UYG'UNLIGI**

- 1. Axborot xizmatini tashkil etish.*
- 2. Axborot xizmatining moddiy bazasi.*
- 3. Axborot xizmatida vazifalarning taqsimlanishi.*

Tashkilotda Axborot xizmatini tashkil ilmiy tashkil etish samarali bo'ladi. Buning uchun avvalo, uning quyidagi bazasini yaratish zarur:

Birinchisi, "Axborot xizmatining Nizomi" ishlab chiqilishi va ishni shu Nizom asosida tashkil etish zarur. Tashkilot binosida Axborot xizmati uchun alohida xonalar ajratilishi va ularda stol-stullar, boshqa zarur jihozlar bilan bir qatorda faksli telefon, kompyuter (printer va skaneri bilan), televizor, radio, video, videokamera, diktofon va boshqa ashyolar bo'lishi zarur. (Qaysiki tashkilotning Axborot xizmati boshqa binoda joylashgan bo'lsa, u kutilgan darajada faoliyat ko'rsata olmaydi).

Ikkinchisi, Axborot xizmatiga ushbu ixtisoslikka ega bo'lgan kadrlar ishga qabul qilinishi maqsadga muvofiqdir. Jumladan, jurnalistikadan bexabar, tahririyat, axborot agentliklari, radio va televideniye ishini tushunmaydigan shaxs axborot xizmatida faoliyat ko'rsata olmaydi. Ayni paytda PR nazariyasi va amaliyotini puxta bilgan jurnalist Axborot xizmati faoliyatini rivojlantirishga samarali hissa qo'shishi mumkin.

Axborot xizmatida qancha xodim ishlashi uni tashkil etgan tashkilotga bog'liq. Jahon amaliyotida har bir tashkilotda kamida uch nafardan o'n besh kishigacha ishlashi ma'lum. Qator rivojlangan mamlakatlarning yetakchi tashkilotlarida hatto 50 nafargacha xodim ishlashi kuzatilgan. Har bir xodimning o'z vazifasi bor. Ya'ni, biri – gazeta-jurnallarni, ikkinchisi – radioni, uchinchisi – teleko'rsatuvlarni, to'rtinchisi – internetni muntazam kuzatib boradi va tashkilotga oid zarur axborotlarni to'plash (va shu



yoʻl orqali jamoatchilik fikrini oʻrganish) bilan shugʻullanadilar. Ayni paytda ular OAV yordamida oʻz axborotlarini tarqatib boradilar.

Respublikamizning qator yetakchi tashkilotlarida asosan uch nafardan xodim faoliyat koʻrsatmoqda. Yaʼni, axborot xizmati rahbari, katta referent va operator. (Axborot xizmati masʼul xodimlari boshqacha nomlanishi ham mumkin).

Uchinchisi, Axborot xizmati xodimlari respublikamiz yetakchi gazeta-jurnallarini muntazam kuzatib borish imkoniga ega boʻlishi lozim. Bu borada tashkilotga obuna yoʻli bilan keladigan nashrlarning taxlamlari iloji boricha Axborot xizmati xonasida turishi maqsadga muvofiqdir.

Axborot xizmati rahbari – tashkilot rahbarining matbuot kotibi hisoblanadi. U barcha masalalarda tashkilot rahbari bilan bevosita muloqot qilib, bu sohada uning maslahatchisi boʻlib xizmat qiladi.

Matbuot kotibi tashkilotning axborot xavfsizligini taʼminlashga masʼuldir. U matbuot anjumanlarida, brifinglarda hamda OAV vakillari bilan suhbatlarda tashkilot rahbari nomidan gapirishi, turli savollarga javob berishi, axborot tarqatishi, raddiya berishi mumkin. Bu ishlarning barchasi tashkilot rahbari bilan kelishilgan holda qilinishi shart.

Axborot xizmatini tashkil etish va uning faoliyatini yoʻlga qoʻyish masalasini har bir vazirlik, idora va muassasa oʻzining tegishli Nizomi va boshqa normativ hujjatlari asosida hal etadi. Faqat, uni tashkil etish va faoliyatini takomillashtirishda nazariy manbalarga, ilgʻor tajribalarga tayangan holda ish tutish maqsadga muvofiqdir.

Axborot xizmati faoliyatini rivojlantirish borasida xalqaro tajribalarni izchil oʻrganib borish maqsadga muvofiqdir. AQSHdagi Xalqaro kommunikatsiya va tashqi aloqalar instituti mutaxassisi Margerit Sallivan “Masʼul axborot xizmati” toʻplamida bayon etilgan ayrim fikrlar bilan tanishamiz.

“Hamma foydalana olishi mumkin boʻlgan axborotsiz yoki uni olish usullariga ega boʻlmagan xalq hukumati maynavozchilik yo fojiaga, yoxud har ikkisiga debochadan boʻlak narsa emas”.

“Odamlarga voqealardan xabardor bo‘lish imkonini bersangiz, mamlakat xavf-xatardan holi bo‘ladi”.

“G‘oyalar oqimi, mulohazakor qarorlar qabul qilish qobiliyati, tanqid qilish imkoniyati – siyosiy demokratiya suyanadigan barcha asoslar ko‘p darajada axborotga bog‘liq”.

“Hukumatning xalq bilan aloqasi butun tizimining markazi – jamoatchilik bilan aloqa bo‘yicha axborot xizmatidir. Hukumat axborot xizmati – OAV hukumat faoliyati to‘g‘risida kunda axborot beradigan kanal”.

“Hukumatlar ixtiyorida juda katta hajmda axborot bo‘lib, ular uchun ushbu axborotni fuqarolarga yetkazishning samarali usuli zarur, shundagina hukumat axborot xizmati vakili sahnaga chiqadi. Bu odam hukumat ichida ishlovchi reportyor kabi, jamoatchilik uchun axborot to‘playdi”.

“Axborot xizmati xodimi jurnalistlar bilan qalbdan, biroq professional munosabatda bo‘lishi kerak. Reportyorlar o‘z ishini qilishi, sizlar, axborot xizmati vakillari esa, o‘z ishingizni qilishingiz darkor. Sizlar reportyorlar bilan do‘st bo‘lishingiz mumkin, biroq jurnalistlar ham xuddi o‘zilaringiz kabi doim xizmatdaligini yodda tutishingiz kerak”.

“Matbuot kotibining ishi prezident pozitsiyasi va fikrlarini unga o‘zining keyingi ishlarini aniqroq rejalash imkonini beradigan, ayni vaqtda hukumat nima bilan shug‘ullanayotganini bilishda matbuotga ko‘maklashadigan qilib bayon etishdan iborat. Bu – ayni bir vaqtda ikki janobga xizmat qilishda ehtiyotkorlik bilan mushkullarni yengishga imkon beradigan, ustalik bilan muvozanatlashtirilgan faoliyat”.

“Axborot xizmati vakillarining professional aloqalari do‘stona, biroq shaxsiy aloqalari keskin bo‘lishi mumkin. Reportyor murakkab savollar beradigan, sizga yoqmaydigan reportajni yozishga yoki efirga uzatishga to‘g‘ri keladigan vaqt kelishi mumkin. Siz do‘stlikka umid bog‘lay olmaysiz. Doim nimadir – yo do‘stlik, yoki professional munosabatlar ziyon ko‘radi. Biroq siz professional munosabatda bo‘lishingiz zarur. Siz reportyorni taklif qilib: “Sen bu voqeani chindan ham

ko'pirtirib yuboribsan", - deya olish imkoniyatiga ega bo'lishingiz kerak".

"Yaxshi matbuot kotibi yangilik tizimida ishlaydigan har qanday qonuniy tashkilotning axborot to'g'risidagi har bir so'rovini, hatto: "Men bu masalaga keyinroq qaytaman" degan bo'lsa-da, qondirishi shart. Oddiy xushmuomalalik asosiy qoida bo'lib xizmat qilishi darkor. Garchi ushbu damda matbuot dushmanlarcha o'tlanib turgan bo'lsa ham, ular axborot tarqatish uchun kerak bo'lib qoladigan vaqt keladi. Shunday dam kelganda ular kimdan qarzdor ekanliklarini unutishmaydi".

"Axborot xizmatiga hukumatning sadaqasi yoki uning ta'sirchanlik ko'rsatkichi sifatida emas, balki erkin jamiyat tabiatidan va davlatning fuqaroga munosabatidan kelib chiqadigan narsa sifatida qarash kerak. Demokratiya sharoitida hukumat uchun, u qanday boshqarayotgani to'g'risidagi axborotni ommaga yetkazishdan ham ko'ra nima tabiiyroq bo'lishi mumkin? Demokratik jamiyatda matbuot bilan muloqot, bu - burch!"<sup>1</sup>

Axborot xizmati faoliyatini yo'lga qo'yish va rivojlantirishda asqotadigan bu fikrlarni amaliyotda qo'llash foydadan holi bo'lmaydi. Garchi, hayotiy tajribalar, o'ziga xos kuzatishlar natijasida "amaliyot uchun saboq" tarzida aytilgan bo'lsa-da, bu fikrlar mohiyatan nazariy ilm xazinasini boyitishi shubhasizdir. Aslida nazariy ilmlar ham shu asnoda takomillashishini izohlashga hojat yo'q.

Rivojlangan mamlakatlarning yetakchi tashkilotlarida axborot xizmati ijtimoiy voqelikka aylanib ketgan. O'sha davlatlardagi ommaviy axborot vositalari hukumatga daxldor bo'lgan eng muhim axborotlarni aynan o'sha idora axborot xizmati orqali pladi. Bu jarayonda shunday yo'l tutish har tomonlama samarali hisoblanadi. Axborot xizmati orqali axborot olishda OAV xodimi uchun talay qulayliklar paydo bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasining "Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida"gi Qonuni 8-moddasi ikkinchi bandida: "Davlat hokimiyati va boshqaruv organlari, fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlari, jamoat birlashmalari va boshqa nodavlat

<sup>1</sup> Qarang: Sullivan M. Mas'ul axborot xizmati. <http://usinfo.state.gov>. B. 7-10

notijorat tashkilotlari hamda mansabdor shaxslar qonun hujjatlarida belgilangan tartibda har kimga o'zining huquqlari, erkinliklari va qonuniy manfaatlariga daxldor bo'lgan axborot bilan tanishib chiqish imkoniyatini ta'minlab berishga, maqbul axborot resurslari yaratishga, foydalanuvchilarni fuqarolarning huquqlari, erkinliklari va majburiyatlariga, ularning xavfsizligiga doir hamda jamiyat manfaatlariga taalluqli boshqa masalalar yuzasidan axborot bilan ommaviy tarzda ta'minlashga majburdirlar"<sup>2</sup> deb belgilab qo'yilgan.

OAV xodimi biror vazirlikdan axborot olish maqsadida tashrif buyursa, kimga murojyat etishi kerak? Endilikda bu muhim vazifani hal etadigan mas'ul xodim – matbuot kotibidir.

Matbuot kotibi jurnalistning har tomonlama to'liq axborot olishi uchun barcha sharoitlarni yaratib berishi shart. U tashkilot rahbarining axborot berishi uchun ham ko'maklashishi lozim.

Aytish joizki, piar sohasidagi fanlar dastlab jurnalistika fakultetlarida o'qitila boshlangan. Demak, bu sohaning o'zi ma'lum darajada OAV bilan ishlashga ixtisoslashgan.

Matbuot kotibi har qanday vaziyatda OAV xodimlarining savollariga asosli javob berishi zarur. U jurnalistlar bilan muloqot va uchrashuvlar, matbuot konferensiyalari uyushtirishda tashkilotchilik qobiliyatiga hamda mahoratiga ega bo'lishi lozim.

Matbuot kotibi tegishli qonunlarni, hukumat qarorlarini puxta bilishi va amaliyotda ularni to'la-to'kis qo'llay olishi lozim. Soha bo'yicha to'la bilim va tasavvurga ega bo'lgan matbuot kotibi barcha masalalarni tashkilot mutasaddilari bilan bamaslahat amalga oshirishi maqsadga muvofiqdir.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Tashkilot va muassasalarda Axborot xizmati qanday tashkil etiladi?
2. Axborot xizmatining moddiy bazasi qanday yaratiladi?

<sup>2</sup> O'zbekiston Respublikasining "Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida"gi Qonuni //Axborot va axborotlashtirishga oid normativ huquqiy hujjatlar to'plami. –T.: O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi, 2008. B. 43-44.

3. Axborot xizmatida vazifalar qanday taqsimlanadi?
4. Nazariya va amaliyot uyg'unligi deganda nimani tushunasiz?
5. Axborot xizmati rahbari – tashkilot rahbarining matbuot kotibi hisoblanishini qanday tasavvur etasiz?

## **AXBOROT XIZMATINING VAZIFALARI (FUNKSIYALARI)**

- 1. Axborot to'plash va tarqatishda Axborot xizmati va OAVning o'ziga xos jihatlari.*
- 2. Axborot xizmatining asosiy vazifalari.*
- 3. Amaliyotda "PR xizmati" va "Axborot xizmati" atamalarini sinonim sifatida ham qo'llanilishi.*

Axborot xizmati bilan OAV xodimlarining umumiy vazifalari bor. Bular: axborot to'plash va tarqatishdir.

Bu jihatdan ularni raqobatdosh, deyish ham mumkin.

Faqat, bu vazifalarni ular turli usullar bilan amalga oshiradi. OAV xodimlari har doim hayot bilan hamqadam bo'lib, eng zarur axborotlarni to'plashga va ularni tezkorlik bilan tarqatishga harakat qiladilar.

Axborot xizmati esa o'rni kelganda shunday tezkorlik bilan tarqatishi mumkin (masalan, saylovlar davrida Markaziy saylov komissiyasi Axborot xizmati o'ta tezkorlik, hozirjavoblik bilan muhim axborotlarni tarqatadi). Boshqa paytlarda ko'proq vazminlik, sermulohazalik bilan ish yuritishi maqsadga muvofiqdir. Chunki, Axborot xizmati tashkilotning ma'lumotlarini aniq, asosli, muhim jihatlarni tahlil etgan holda taqdim etishi talab etiladi.

Axborot xizmatining o'ziga yarasha boshqa vazifalari (funktsiyalari) ham bor, albatta. Bular tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini yo'lga qo'yish bilan bog'liq vazifalardan.

Jamoatchilik bilan aloqalar (ya'ni, PR) Axborot xizmatining nazariy asoslaridan biri hisoblanishi haqida yuqoridagi mavzularda batafsil to'xtalgan edik. Yana shuni eslash o'rinliki, nazariyotchilar fikricha, PRning 500 dan ortiq talqini bor. Soha mutaxassisi Georgiy Pochepsov bu masalaga shunday oydinlik

kiritgan: “Bizda PR xizmati emas, aynan axborot xizmati, deb atash maqsadga muvofiqdir”<sup>1</sup>.

Demak, amaliyotda “PR xizmati” va “Axborot xizmati” atamalarini sinonim sifatida ham qo‘llashimiz mumkin.

Modomiki, PR xizmati va Axborot xizmatini uyg‘un holda tushunish mumkin ekan, ularning prinsiplari ham bir-biri bilan chambarchasdir. Bu prinsiplarni amerikalik olimlar Dag Nyusom, Alan Skott, Jady Vanslayk Turk “PR: jamoatchilik bilan aloqalarning samaradorligi” kitobida keng sharhlaganlar<sup>2</sup>. Nazariy va amaliy jihatdan qaralganda ushbu prinsiplar Axborot xizmati faoliyatida muhim o‘rin tutadi. Ya‘ni:

– Axborot xizmati xodimi jamoatchilik bilan aloqalar jarayonida har bir faktning aniq va to‘g‘riligini bilishga erishishi lozim.

– Jamoatchilik bilan aloqalardan asosiy maqsad – idoraviy manfaatlar emas, jamoatchilik manfaati. Axborot xizmati xodimlari faqat idora manfaatlarini ko‘zlab ish qilsalar, jamoatchilik e‘tiboridan tushib qolishadi. So‘ng, jamoatchilik ularni hech qachon qo‘llab-quvvatlamaydi, faoliyati bilan qiziqmaydilar va ular bilan aloqada bo‘lmaydilar.

Birinchi o‘rinda jamoatchilik manfaatlarini o‘ylash kerak. O‘shanda ham bu idora o‘z maqsadiga to‘liq erishmaydi. Chunki, jamoatchilik shu idoraning axborotini eshitadi, qabul qiladi va shu informatsiya doirasida ish qiladi.

– Jamoatchilik bilan aloqalar o‘rnatayotgan tashkilot o‘z faoliyati davomida shunday ish qilishi kerakki, uning dasturlari jamoatchilikda katta qiziqish uyg‘otsin. Axborot xizmati jamoatchilikka shuni ko‘rsata olishi kerak. Ya‘ni, jamoatchilik shu tashkilot faoliyatiga qiziqsagina unga e‘tibor beradi. Aks holda, u haqda yetarlicha axborot yoki ma‘lumotga ega bo‘lmasa, jamoatchilik unga e‘tibor qilmay qo‘yadi.

– Axborot xizmati xodimlari butun faoliyatlarini OAV bilan hamkorlik asosida yo‘lga qo‘yishi zarur. Ular OAV xodimlariga hech qachon noto‘g‘ri, ishonchsiz ma‘lumot bermasligi lozim.

<sup>1</sup> Почепцов Г. Паблик рилейнз для профессионалов. – М.: Рефл-Бук, 2000. Б. 130.

<sup>2</sup> Qatag: Newsom D, Scott A, Turk J.V. This is PR. The Realities of Public Relations. – Belmont, California, 1993. B. 37-53.

Agar radio, televideniye yoki gazetaga xato ma'lumot bersa, burtdan juda katta zarar ko'radi.

– Har qanday axborotga auditoriya birdan tushunmasligi mumkin. Auditoriyada kimdir eshitadi, kimdir quloq solmaydi, kimdir noto'g'ri tushunadi, kimdir tushunishni ham istamaydi. Shuning uchun Axborot xizmati xodimi muloqotni ikki tomonlama tashkil etishi kerak. Ya'ni, biror axborot tarqatildimi, uning natijasi bilan qiziqishi zarur. O'sha axborotni jamoatchilik tushunib oldimi? Tushungan bo'lsa, qay darajada his etdi? Kerak bo'lsa, so'rov o'tkazish, joylarga borib, uchrashuvlar uyushtirish, odamlar bilan yuzma-yuz suhbatlashish lozim. Xatlar orqalimi, telefon yoki boshqa vositalar yordamidami, baribir, atroflicha o'rganishi kerak. Jamoatchilik fikrini o'rganish ilmi va amaliyotini Axborot xizmati xodimi yaxshi bilishi taqozo etiladi.

– Axborot xizmati jamoatchilik bilan aloqalarni yo'lga qo'yar ekan, shu aloqa samarali bo'lishi uchun jamoatchilikning ijtimoiy fikrini muttasil o'rganib borishi kerak. Axborot xizmati xodimi ijtimoiy fikrning ichiga kirib borishi zarur. Odamlar nima haqida o'ylayapti, ularning faoliyati haqida qanday fikrlarga ega va hokozolar haqida aniq bilishi darkor.

Keng auditoriya turli toifa kishilaridan iborat bo'lishi mumkin, ya'ni, maktab o'quvchilari, talabalar, ziyolilar, ishchilar, dehqonlar va boshqa kasb egalari. Ularning saviyasi, tushunish darajasi har xil bo'ladi. Axborot xizmati xodimi hammaga tushunarli, ommabop so'zlar, iboralar bilan xalqona tilda gapirishi, axborot tarqatishi zarur. Bu jarayonda har bir auditoriyaga mos ravishda so'z yuritish ijobiy samara beradi. Auditoriyani ilmiy jihatdan puxta o'rgangan kishi amalda unga mos muomala qiladi.

– Axborot xizmati sohasida faoliyat ko'rsatgan kishi katta ishonchga sazovor bo'ladi. Bu jamoatchilikning ijtimoiy vaziyati ilmiy tadqiq etilgan, sinalgan usullar bilan o'rganish hosilasidir. Sotsiologiya, ijtimoiy psixologiya usullari hamda boshqa fanlar bilan jamoatchilikni va ijtimoiy vaziyatni o'rganib, o'sha to'plagan bilim va tajribalari asosida harakatlar dasturini yaratishi mumkin.



Bu borada xayolparastlik, parishonxotirlik qilish, har xil hishayajon va boshqa havoyi gaplar ketmaydi. Aniq ilmiy yondashuv kerak. Buning uchun eng avvalo, jamiyatni, jamoatchilik fikrini o'rganish shart.

Jamoatchilik bilan aloqalar shunday murakkab fanki, unda tarix, falsafa, sotsiologiya, pedagogika, siyosatshunoslik, etika, estetika va hokazo fanlar mujassamdir. Mazkur fanlar bir-biri bilan juda chambarchas. Demak, Axborot xizmati xodimlari birinchi galda sohaga oid fanlarni ham puxta bilishi lozim. U kamida to'rt-besh sohani bilishi talab etiladi. Aks holda u Axborot xizmati xodimi, shu sohaning mutaxassisi bo'lishi juda qiyin.

– Jamoatchilik fikrini o'rganish uchun eng avvalo, odamlarni nimalar qiziqtirishini kuzatish zarur. Xo'sh, odamlar qanaqa axborotlarga qiziqadi? Bu masalada, kerak bo'lsa, Axborot xizmati xodimining o'zi jamoatchilikda biror fikr uyg'otishi mumkin. Fikr uyg'ondimi, endi u odamlarning fikrlari bilan yanada boyiydi.

– Axborot xizmati xodimi boshqaruv tizimi, funksiyalari va boshqa jihatlarini bilishi lozim.

– Jamoatchilik bilan aloqalarning muhim yo'nalishlaridan biri bu – ijtimoiy tafovutlarni aniq bilish zarur. Ijtimoiy inqirozlarning oldini olish, imkon qadar o'sha inqirozlarga yo'l qo'ymaslik lozim.

– Axborot xizmati rahbari – tashkilot rahbarining Matbuot kotibi hisoblanadi. Uning vazifalari juda ko'p. Birinchi galda u madaniyatli, odobli, xushmuomala bo'lishi zarur. Har qanday vaziyatda ham odamlarni tushunishga harakat qilishi lozim. Shu tariqa u jamoatchilik qalbiga yo'l topa oladi. Qalbiga yo'l topilgan odamlarning fikrini o'rganish mushkul bo'lmaydi.

Nazariyotchi Dmitriy Olshanskiy yozganidek, “jurnalist piarmen uchun ta'sir o'tkazishning eng samarador yordamchisi, vositachisi va shu bilan birga uning yaqin do'stidir”<sup>3</sup>.

Axborot xizmatining muhim vazifalaridan biri – ijtimoiy fikrni o'rganib borish va tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini yo'lga qo'yishdir. Shu vazifani uddalayotgan Axborot

<sup>3</sup> Олшанский Д. Политический ИТР. СПб.: –М.: Питер, 2003. Б. 438.

xizmatlari bilangina OAV xodimlari ham hamkorlik o'ratishga intiladi.

Jurnalist biror axborotga ega bo'lmoqchi bo'lsa, u aniq va ishonchli manbaga suyanishni istaydi. Bu borada tashkilotning Axborot xizmati unga ishonchli axborot manbai bo'lib xizmat qiladi.

Shuni aytish joizki, OAV xodimi talab qilgan axborotni taqdim etish axborot xizmatining asosiy vazifalaridan biri hisoblanadi. Axborot to'plash va tarqatish borasida OAV va Axborot xizmatining hamkorligi amalda jamiyat taraqqiyotiga xizmat qiladi. Tashkilotlar o'z jamoatchiligi bilan mustahkam aloqa o'ratishida Axborot xizmati yetakchi o'rin tutadi.

Agar Axborot xizmati muxbirlarga zarur axborotni bermasa, telefon qo'ng'iroqlaridan qochsa, noto'g'ri ish qilgan bo'ladi. Bunday mas'uliyatsizlik salbiy oqibatlarga olib kelishi mumkin. OAV va Axborot xizmati o'rtasida qandaydir "jarlik" bo'lmasligi lozim.

Axborot xizmatining vazifalaridan yana biri – tashkilot imijini yaratib borishdir. Tashkilot imijini yaratishda uning faoliyati haqida aniq va keng qamrovli ma'lumotlar, axborotlar yoritib borishi g'oyat muhimdir. Bu borada Axborot xizmati o'z tashkiloti haqida asosan ijobiy axborotlar tarqatishga harakat qiladi. Odamlar qaysiki soha, tashkilot yo ma'lum bir shaxslar haqida qancha ko'p ma'lumotga ega bo'lsa, ularning ko'z oldida u manfaat keltiradigan soha yo tashkilot, jozibali yo ibratli shaxs sifatida namoyon bo'laveradi. Demakki, uning shunga yarasha imiji yaratiladi.

Axborot xizmatining faoliyati avvalo, istiqbolli rejaga asoslanishi zarur. Bunday rejani ishlab chiqish va amalga oshirish uchun birinchi galda mazkur tashkilot jamoasida Axborot xizmatiga nisbatan to'g'ri munosabatni shakllantirishi lozim.

Bu o'rinda dastlab tashkilot rahbariyatining Axborot xizmatiga bo'lgan e'tiborini kuchaytirishga erishish maqsadga muvofiqdir.

Bunday munosabatning tarkibiy qismlari quyidagicha bo'lishi mumkin:

- jamoatchilik bilan aloqalar sohasiga doimo e'tibor berib turish;
- soha mutahassislari bilan doimo maslahatlashib turish;
- muhim qarorlar qabul qilishda ularning oqibatlarini e'tiborga olish;
- ichki (tashkilotniki) va tashqi jamoatchilik bilan ikki tarafлама aloqalarni qo'llab turish;
- e'lon qilingan rejalarni amalga oshirish;
- jamoatchilik bilan aloqalar uchun o'z maqsadlarini aniqlab olish.

Bugungi axborotlashgan jamiyatda har bir tashkilot jamoatchilik bilan aloqalarni Axborot xizmati orqali takomillashtirib borishi mumkin. Shuning uchun tashkilot rahbarlari Axborot xizmatiga ijobiy munosabatda bo'lishi talab etiladi.

Tashkilot rahbari va Axborot xizmati rahbari o'rtasida doim samimiy va ishonarli munosabat bo'lishi zarur. Ko'p idoralarda Axborot xizmati rahbari idora boshlig'ining axborot texnologiyalari yo jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha o'rinbosari hisoblanadi. Bunday rasmiy maqom axborot xizmati uchun o'z vazifalarini muvaffaqiyatli bajarishga imkon beradi.

Axborot xizmati tashkilotning rejalarini OAV, pirovardida, xalq uchun ochib qo'yadi, bu esa uning ishlari jamiyat hayotida qanday aks etishi mumkinligini tushunishga yordam beradi.

Axborot xizmati xodimi o'zbek tili bilan bir qatorda rus, ingliz va boshqa dunyoviy tillarni mukammal bilishi lozim. Axborot xizmatining vazifalari haqida mutaxassislar ko'p fikrlarni ilgari surgan.

“Matbuot kotibining vazifalari barchaga ma'lum,— deb yozadi nazariyotchi Dimitriy Olshanskiy “Politicheskiy PR” asarida— Ya'ni, matbuot kotibi eng avvalo, siyosatchining OAV bilan aloqalarini yo'lga qo'yishi, fikrini, nuqtai nazarini, bahosini va nihoyat rejalarini sodda va tushunarli ifoda etib berishi zarur. Uning vazifalari beshta asosiy qismga bo'linadi:

1. Matbuot kotibi jurnalistlar bilan o'ziga xos tarzda erkin muloqotga kirisha olishi zarur. Hatto o'zgalar orasida bo'lsa ham iloji boricha o'zini yaxshi tutishi lozim.

2. Matbuot kotibi o‘z ish beruvchisini OAV xodimlari bilan muloqotga kirishishni o‘rgatishi lozim. Shundagina bu aloqalar doim mustahkamlanib, rivojlanib boradi va shunga yarasha yaxshi samara beradi.

3. Matbuot kotibi rahbarining tarjimai holidan yaxshi xabardor bo‘lish barobarida uning kelgusidagi taktik va strategik rejalaridan voqif bo‘lib yurishi ayniqsa, shu sohada juda muhimdir.

4. Matbuot kotibi siyosat bobida yetuk tahlilchi bo‘lishi kerak. U siyosiy hayotdagi barcha jarayonlarni tezkorlik bilan tushunib, chuqur idrok etib, mag‘zini chaqa olishi va zarur paytda har qanday vazifani mohirlik bilan uddalay olishi lozim.

5. Matbuot kotibi garchi qanchalik muhim vazifalarni bajarmasin, u doimo kamtar, kamsuqum bo‘lishi va “o‘z o‘rmini bilishi” lozim. Chunki u ikkinchi darajali shaxs hisoblanadi. Birinchi o‘rinda esa hamisha uning rahbari turadi”<sup>4</sup>.

Muallif o‘z asarida Napoleonning mashhur so‘zlarini keltiradi, ya’ni: “dushmanlik ruhi bilan sug‘orilgan bitta gazeta mingta nayzadan xavfliroq. To‘rtta ana shunday gazeta yuz ming askarga ega bo‘lgan qo‘shindan ko‘ra ko‘proq zafar keltirishi mumkin”<sup>5</sup>. Bu haqiqat ayniqsa, jamiyat hayoti uchun xosdir. Lekin, tashkilot yetakchilarining gazetaga (axborot agentliklari, radio va televideniyega ham) bo‘lgan munosabatini matbuot kotiblari ta’minlaydi. Demak, “bitta noqobil matbuot kotibi minglab nayzadan ko‘ra xavfliroq! Bil’aks, bitta iqtidorli va omadli matbuot kotibi, bu – bir necha ittifoqchi diviziya bilan teng. Eng muhimi shuki, aynan matbuot kotibi siyosiy PRda asosiy shaxs hisoblanadi”<sup>6</sup>.

Axborot xizmatlari faoliyati haqida ilg‘or mamlakatlarda o‘rganilgan tajribalar haqida so‘z yuritganda jurnalist Toshpo‘lat Rahmatullayevning “Amerika jurnalist nigohida” kitobidagi ushbu fikrlar e‘tiborga molikdir: “Har kuni bir vaqtda AQSH davlat departamenti matbuot kotibi jurnalistlar uchun brifing o‘tkazar ekan. Ertalab soat 4<sup>45</sup> da axborot xizmati xodimlari gazeta, TV

<sup>4</sup> Олшанский Д. Политический ПР. СПб.: –М.: Гитлер, 2003. –С. 480.

<sup>5</sup> O‘sha asar, 479 b.

<sup>6</sup> O‘sha asar, o‘sha joyda.

materiallarini tahlil qilishga kirishadi. Internet ko‘zdan kechiriladi. Shunday tahlil asosida shu kunning eng dolzarb muammolari aniqlanadi va brifingda jurnalistlar tomonidan berilishi mumkin bo‘lgan savollar ro‘yxati tuziladi. Ushbu materiallarni olgach, matbuot kotibi Pentagon, harbiy razvedka, Markaziy razvedka boshqarmasiga murojaat etib, ayni paytda nimalar haqida ochiq gapirish mumkinu nimalar haqida mumkin emasligini maslahatlashib oladi”<sup>7</sup>.

O‘rganilgan tajribalardan kelib chiqqan holda Axborot xizmati xodimlari kundalik faoliyatida amalga oshirishlari zarur bo‘lgan vazifalarni quyidagicha belgilash mumkin:

1. Har kungi gazetalarni, teleko‘rsatuvlarni va internetni e‘tibor bilan kuzatib, radioeshittirishlarni tinglab borishi zarur. OAVda o‘z tashkilotiga oid mavzular yoritilsa, albatta uni (gazeta, jurnal, radio yoki televideniye kanali, internet saytini), vaqtini, muallifini, sarlavhasi va asosiy fikrini yozib olish lozim.

2. O‘sha mavzular haqida aniq faktlar asosida ma‘lumotnoma yozib, shu bilan bir qatorda ayni vaqtda jurnalistlarni, jamoatchilik vakillarini qiziqtirayotgan savollarni tuzib, tashkilot rahbariga taqdim etishi shart. Shuni aytish joizki, tashkilotga tegishli tanqidiy maqolalar, matbuot orqali bildirilgan takliflardan tashkilot rahbari bexabar qolsa, axborot xizmati xodimi o‘z vazifasini to‘laqonli bajarmagan hisoblanadi.

3. Kecha taqdim etilgan savollar, takliflarning javobini rahbaridan so‘rash, natijasini bilishi zarur. Pirovardida, rahbari bilan kelishgan holda OAVdagi tanqidiy maqolalarga javoblar yozish (ya‘ni, ko‘rilgan chora-tadbirlar haqida aniq faktlar asosida), mabodo, o‘sha tanqid asossiz bo‘lsa, unga raddiya yo tegishli tartibda asosli javob xati yo‘llashi lozim.

4. OAVda bildirilayotgan talab, taklif va istaklar asosida vaqti-vaqti bilan tashkilot mutasaddilari va jurnalistlarning “davra suhbatlari”ni uyushtirib turishi zarur.

5. Tashkilotning viloyat, shahar va tumanlardagi hududiy boshqarmalari orqali joylardagi jamoatchilik fikrini o‘rganib, tegishli xulosalarini rahbari e‘tiboriga havola etib borishi lozim.

<sup>7</sup> Rahmatullayev T. Amerika jurnalist rigohida. –T.: «Yangi asr avlodi», 2003. –B. 36.

6. Axborot xizmati tegishli tashkilotiga OAV, jumladan, internet yoki oddiy xat va hatto telefon orqali berilgan savollarga o'z vaqtida (iloji boricha o'sha kuniyoq) aniq javob qaytarishi shart.

7. Rivojlangan davlatlardagi sohaga oid yangiliklarini internet va boshqa axborot vositalari orqali o'zlashtirib, bu haqdagi xulosalarini yozma ravishda tashkilot rahbari e'tiboriga havola etib borishi maqsadga muvofiqdir.

8. Turdosh yoki bir-biriga yaqin tashkilotlar axborot xizmatlari bilan muntazam aloqada bo'lish, bir-birlarining tadbirlarida ishtirok etish, ayrim anjumanlarni birgalikda o'tkazib turishi maqsadga muvofiqdir.

9. Vaqti-vaqti bilan matbuot konferensiyasi, brifinglar uyushtirib turishi zarur.

10. Qaysiki Axborot xizmati xodimi tashkilot faoliyatini OAVda uzviy ravishda yoritib bormasa, uning faoliyati sustlashib qolaveradi.

Har bir idora va tashkilotda Axborot xizmati faoiyatini muttasil takomillashtirib borish uchun ishni avvalo, ilmiy tashkil etish zarur. Nazariy bilimlardan, mutaxassislarning tegishli tavsiyalaridan unumli foydalanish amaliyotda faqat ijobiy natijalar beradi.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Axborot to'plash va tarqatishda Axborot xizmati va OAVning o'ziga xos jihatlarini qanday izohlaysiz?

2. Axborot xizmatining asosiy vazifalari nimalardan iborat?

3. "PR xizmati" va "Axborot xizmati"ning farqi nimada?

4. Axborot xizmati xodimlarining asosiy vazifalari nimalardan iborat?

5. Axborot xizmati xodimi har bir faktning aniq va to'g'riligini qanday aniqlaydi?

6. Jamoatchilik bilan aloqalardan asosiy maqsad nima?

7. Idoraviy manfaatlar deganda nimani tushunasiz?

8. Axborot xizmati jamoatchilik manfaati uchun xizmat qilishini qanday izohlaysiz?

9. Jamoatchilik axborotni to'liq tushunib yetishi uchun Axborot xizmati xodimi qanday yo'l tutmog'i kerak?

10. Jamoatchilik bilan aloqalar samarali bo'lishi uchun Axborot xizmati nimalarga e'tibor qaratishi lozim?

## **TASHKILOTNING JAMOATCHILIK BILAN ALOQALARINI RIVOJLANTIRISHDA AXBOROT XIZMATINING O‘RNI**

- 1. Tashkilotning jamoatchiligini aniqlab olish va o‘rganish.*
- 2. Jamoatchilik fikrini o‘rganish usullari.*
- 3. Tashkilot faoliyatiga oid axborotlar o‘rganilishi.*

Tashkilotning jamoatchiligi deganda kimlar, aholining qaysi qatlami nazarda tutiladi? Jamoatchilik bilan aloqalarni rivojlantirishda avvalo, har bir tashkilotning jamoatchiligini aniqlab olishi zarur. U qanday aniqlanadi, degan savolga oddiy kuzatishlar orqali javob topish mumkin.

Odamlar qaysiki soha iste‘molchisi bo‘lsa, ular o‘sha soha yo tizimning jamoatchiligi hisoblanadi. Masalan, Qishloq xo‘jaligi vazirligi jamoatchiligi – dehqonlar, bog‘bonlar, chorvadorlar, soha olimlari va boshqa manfaatdor kishilardir.

Shifoxonaga tushgan bemorlar shak-shubhasiz Sog‘liqni saqlash vazirligi jamoatchiligini tashkil qiladilar. Bemorlardan tashqari sog‘lom kishilar o‘rtasida tibbiyot xodimlari tushuntirish yo profilaktik ishlarni amalga oshiryaptimi, demak, undan manfaatdor odamlar ham vazirlik jamoatchiligi hisoblanadi.

Maktab o‘quvchilari va qolaversa ularning ota-onalari respublika Xalq ta‘limi vazirligi hamda viloyat, shahar, tuman boshqarmalari jamoatchiligi hisoblanadi.

Talabalar va ota-onalari – Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligining jamoatchiligini tashkil etadilar.

Demak, fuqaro qaysiki sohadan manfaatdor bo‘lsa, u respublika, viloyat, shahar va tumanlarda shu soha mutasaddi tashkilotlarining jamoatchiligi hisoblanadi.

Ayni paytda inson har kuni turli tashkilotlarning jamoatchiligiga aylanishi ham tabiiy. Aytaylik, u mahallasida – o‘sha hududdagi fuqarolar yig‘ini jamoatchiligi hisoblanadi.



Avtobusga chiqqanida avtotransport tashkiloti, do'konga kirganida savdo tashkiloti, telefonda so'zlashganida aloqa tarmog'i va hokazo tashkilotlarning jamoatchiligiga aylana-veradi.

Shu o'rinda "jamoatchilik" bilan "jamoat a'zosi" degan tushunchalarga ham oydinlik kiritish zarur. Yuqorida, inson qaysiki soha iste'molchisi bo'lsa, u o'sha soha jamoatchiligi hisoblanadi, dedik. Ayni paytda muayyan sohada faoliyat ko'rsatayotganlar ham o'sha tashkilot jamoasi a'zosi, ham uning jamoatchiligi bo'ladi. Masalan, ta'lim muassasasida faoliyat ko'rsatayotgan o'qituvchi birinchi galda o'sha muassasa jamoasi a'zosidir. Jamoat a'zosi – mas'ul xodim sifatida avvalo, o'sha ta'lim muassasasi topshiriqlarini bajaradi. Ikkinchi jihatdan, u ham jamoatchilik vakili bo'lishi va yuqori tashkiloti (vazirligi, qo'mitasi, uyushmasi) faoliyatiga o'z munosabati, takliflarini bildirishlari mumkin.

E'tibor bergan bo'lsangiz, oddiy militsiya xodimlarining kiyim-boshlarida Ichki ishlari vazirligi emblemasi va uning tagida "IIV" degan yozuv bor. Bu – o'sha xodimning IIV tizimi xodimi degan ma'noni anglatadi. Demak, militsiya xodimi avvalo, IIV tizimi (jamoasi) a'zosi hisoblanib, vazirlik buyruqlarini, topshiriqlarni bajaradi.

Tajribali militsiya xodimidan sohani yanada rivojlantirishga oid fikr so'rasangiz, u o'z bilim va tajribalaridan kelib chiqqan holda takliflar bildirishi mumkin. Bu o'rinda u shu soha jamoatchiligi qatori munosabat bildirgan hisoblanadi. Aytish joizki, har bir sohani rivojlantirishda tajribali mutaxassis-kadrlarning fikrlari g'oyat qimmatlidir.

Tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini yo'lga qo'yishga xizmat qiladigan axborot xizmati avvalo, o'sha jamoatchilikni aniqlab olishi va muttasil ravishda ularning fikrlarini o'rganib borishi lozim.

Har bir tashkilot o'z jamoatchiligi bilan kuchli. O'sha kuchga amalda erishmog'i uchun axborot xizmati birinchi galda tashkilot faoliyatiga oid axborotlarni muttasil ommaga yetkazib turishi zarur. Shu bilan bir qatorda jamoatchilikning tegishli sohalar

haqidagi fikrlarini o'rganib, undan tashkilot mutasaddilarini xabardor qilib borishlari lozim. Axborot xizmatining asosiy vazifalaridan biri shu.

Odamlarning fikrlari, takliflarini o'rganib bormagan yoki bee'tibor qoldirgan, ular bilan yetarli darajada aloqa o'rnatmagan tashkilot faoliyati zaiflashib, sustlashib qolaveradi.

Jamoatchilik bilan aloqalarda eng muhimi – haqiqatni gapirish. Agar Axborot xizmati xodimi tashkilot nomidan yolg'on xabar tarqatsa, unga zarar keltiradi. Odamlar rost bilan yolg'onning farqini yaxshi anglab yetadilar. Salomga qarab alik, deganlaridek, aldatchilik qilganlarga odamlar ishonmay qo'yadi. Ishonchdan qolgan tashkilotga nisbatan munosabatlar ijobiy bo'lishi qiyin. Basharti, yolg'on xabar tarqatgan shaxs xatosini anglab yetgan taqdirda nima qilmog'i kerak? Albatta, o'sha xatosini tan olib, xalqdan kechirim so'rashi zarur. Qaysi OAV orqali yolg'on xabar tarqatgan bo'lsa, aynan o'sha orqali uzrini aytishi lozim. Bag'ri keng xalq kechirimli bo'ladi, unga imkon beradi.

Qaysiki tashkilot jamoatchilik bilan aloqalarni uzviy ravishda yo'lga qo'ymasa, uning faol jamoatchiligi bo'lmaydi. Ya'ni, odamlar uni tashkilot sifatida tan olmaydi, zarur paytda qo'llab-quvvatlamaydi.

Jamoatchilik bilan aloqalar odamlarni ishontirish san'ati bilan amalga oshiriladi. Ishonchga qanday erishiladi? Buning usuli oddiy. Ya'ni, odamlarga e'tiborli bo'lish, ularga berilgan va'daning ustidan chiqish, ishini amalda ko'rsatish, so'zini isbotlash orqaligina xalqning ishonchiga sazovor bo'lish mumkin. Aytish joizki, jamoatchilik e'tiborini muttasil qozonib kelayotgan tashkilotlar talaygina. Taassufki, faoliyati haminqadar, jamoatchilik bilan aloqalari qoniqarsiz tashkilotlar ham yo'q emas...

Qaysidir tashkilotning jamoatchiligini ko'psonli fuqarolar tashkil etadilar, boshqasini esa nisbatan kamroq. Biz bu borada kengroq tasavvurga ega bo'lish maqsadida jamoatchiligi butun mamlakatimiz xalqi, hatto, chet ellardagi elchilarimiz va xorijda ta'lim olishayotgan vatandoshlarimizgacha tashkil etadigan oliy

vakillik organimiz – O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi jamoatchiligi bilan tanishamiz.

O‘zbekiston Respublikasi Konstitusiyasining 76-moddasida: “O‘zbekiston Respublikasining Oliy Majlisi oliy davlat vakillik organi bo‘lib, qonun chiqaruvchi hokimiyatni amalga oshiradi”<sup>1</sup> deb belgilangan. Rivojlangan mamlakatlar parlamentlari faoliyatida jamoatchilik bilan aloqalar muhim o‘rin tutadi. Buni “parlament” so‘zining lug‘aviy ma‘nosi – fransuzcha “parle” – bahs-munozara, “ment” – joy, o‘rin degan ma‘noni anglatishidan ham anglash mumkin. “Oliy vakillik organlari bir necha mamlakatlarda, jumladan, Angliya, Fransiya, Italiya, Kanada, Belgiyada to‘g‘ridan-to‘g‘ri parlament deb ataladi”.

Jamoatchilik bilan aloqalar har bir deputat, qolaversa, butun Oliy Majlis faoliyatida u yoki bu shakllarda namoyon bo‘ladi. U OAVda o‘z aksini topadi. Matbuotdagi jamoatchilik bahs-munozarasi orqali xilma-xil fikrlar aniqlanadi. Bu bilan maqbul takliflar o‘rganilishi uchun zamin yaratiladi. OAV parlamentning jamoatchilik bilan aloqalarini yo‘lga qo‘yishga ham xizmat qiladi. Unda bir tomondan, parlament faoliyati, deputatlarning fikr-mulohazalari, o‘tkaziladigan tadbirlar yoritilsa, ikkinchi tomondan, jamoatchilik fikri muntazam ravishda o‘z ifodasini topadi. “Har bir publikatsiya, har bir bosma material, har bir bosma so‘z ma‘lum bir aniq maqsadlarni nazarda tutayotgan, muvofiqlashtirgan dasturning qismi bo‘lishi zarur”, deb yozadi PR sohasi nazariyotchilari.

Parlament faoliyati qonunlar chiqarish bilan bir qatorda jamoatchilik bilan aloqalari jarayonida ham namoyon bo‘ladi. Bu vakolatlar esa tegishli qonun hujjatlarida belgilab qo‘yilgan.

Inson huquqlari Umumjahon deklaratsiyasi 21-moddasida: “Har bir inson bevosita yoki erkinlik bilan saylangan vakillari vositasida o‘z mamlakatini boshqarishda ishtirok etish huquqiga egadir” deb yozilgan. Shunga monand O‘zbekiston Respublikasi

<sup>1</sup> O‘zbekiston Respublikasining Konstitusiyasi. –T.: «O‘zbekiston», 2010. B. 14.

<sup>2</sup> Azizov J. Jeyev A., Husanov O., Azizov X. Konstitusiyaviy huquq. –T.: «Akademiy», 2001. B. 76.

<sup>3</sup> Катлан С.М., Сенгер А.Х., Брун Г.М. Психология. Назария ва амалиёт. –М.: «Вильямс», 2003. Б. 323.

<sup>4</sup> Inson huquqlari Umumjahon deklaratsiyasiga sharhlar. –T.: «Adolat», 1999. B.51.

<sup>5</sup> O‘zbekiston Respublikasining Konstitusiyasi. –T.: «O‘zbekiston», 2003. B. 8.

Konstitusiyasining 32-moddasida “O‘zbekiston Respublikasining fuqarolari jamiyat va davlat ishlarini boshqarishda bevosita hamda o‘z vakillari orqali ishtirok etish huquqiga egadirlar”, deb belgilab qo‘yilgan.

Demak, har bir fuqaro o‘z taqdirini o‘zi belgilash masalasi tegishli huquqiy hujjatlarda aks etgan. Qonun chiqaruvchi hokimiyat mamlakatimizda saylovlar yo‘li bilan shakllanar ekan, aytish mumkinki, Oliy Majlisning jamoatchiligi – barcha saylovchilar, shuningdek, o‘sha saylovchilar ortida turgan oila a‘zolari (saylov yoshiga yetmagan o‘g‘il-qizlar, vaqtincha saylov huquqidan mahrum etilgan shaxslar) hamdir.

Qiyosan olib qaraydigan bo‘lsak, jamoatchilik bu – tabiat. Tabiat bag‘rida inson yashaydi. Jamoatchilik bag‘rida tashkilot, soha yashaydi. Shu nuqtai nazardan qaralganda qonun chiqaruvchi hokimiyat o‘z jamoatchiligi bilan kuchli. O‘sha jamoatchilikka axborot yetkazib tura olishi bilan kuchli.

Deputatlar vaqti-vaqti bilan o‘z saylovchilari bilan uchrashadilar. Ular uchrashuvda Oliy Majlis Qonunchilik palatasi deputati yoki Senati a‘zosi sifatida parlament faoliyati haqida so‘z aytishi ma’lum.

Shu bilan bir qatorda ular jamoatchilik fikrlarini o‘rganadilar. Har bir saylovchi qonun chiqaruvchi hokimiyat faoliyatiga o‘z deputati orqali daxldor. Parlament tomonidan qonun loyihasi e‘lon qilinishidan tortib, uning muhokamasida aholining deyarli barcha qatlamlari ishtirok etadi. Jamoatchilik bilan aloqalar mamlakat qonun chiqaruvchi hokimiyatining funksiyalaridan biriga aylangan.

Oliy Majlis Qonunchilik palatasi qo‘mitalari va komissiyalari qonun loyihalarini ishlab chiqadilar, ishchi guruhlari tuzib, o‘z xulosalarini beradilar, qonunchilik tashabbusi huquqiga ega bo‘lgan subyektlar tomonidan kiritilgan qonun loyihalarini sessiyada ko‘rib chiqishga jiddiy tayyorgarlik ko‘radilar va muhim qarorlar tayyorlashda ishtirok etadilar. Ko‘rinib turibdiki, bu jarayonlarda jamoatchilik bilan har tomonlama aloqalar o‘rnatiladi.

Ishchi guruhlari, mutaxassislar jalb etilishi, ularning faoliyatlari to'g'risida OAV orqali keng jamoatchilikka axborot berilishi, qolaversa, o'sha qonun loyihalarining matbuotda e'lon qilinishi, muhokama etilishi – jamoatchilik bilan aloqalarning o'ziga xos ko'rinishidir. Oliy Majlis qo'mitalari va komissiyalari o'z faoliyatlarini (joylarda o'tkaziladigan muloqotlar, suhbatlar, turli tadbirlar orqali) xalq bilan uzviy aloqada amalga oshirmoqda.

Nazariy jihatdan olib qaralganda, piarmening auditoriya bilan munosabatlari – uning faoliyatida asosiy yo'nalishlardan biridir. Ushbu munosabatlar ham xalqaro va idoraviy, turli kodekslar tomonidan tartibga solinadi. Idoraviy manfaatlar bilan adolat manfaatlarini uyg'unlashgan holida ko'zlangan umumiy maqsadga erishish mumkin.

Jamoatchilik bilan aloqalar jarayonida parlament ham, boshqa tashkilot ham o'z faoliyatining samarasini oshirish maqsadida Axborot xizmati orqali axborot tarqatib borishi muhimdir. Bu axborot maqsadli ravishda amalga oshiriladi.

Qonunchilik hokimiyati rolini va ta'sirini kuchaytirish aholining mamlakat ijtimoiy va siyosiy hayotidagi ishtiroki ko'lamini yanada kengaytirishga xizmat qiladi. Bu parlamentning jamoatchilik bilan aloqalarida o'z ifodasini topadi.

Parlamentning o'z jamoatchiligi bilan aloqalari ko'لامي va sifati qay darajada ekanligini matbuotda yoritilayotgan maqolalar misolida ham ko'rish mumkin. Shu o'rinda aytish joizki, ilgari "deputatlarni faqat saylov davridagina ko'rib qolamiz, so'ng xalqqa qorasini ham ko'rsatmaydi" degan e'tirozlar behuda aytilmasdi. Ayni vaqtda esa deputatlarning xalq bilan munosabatlarini bo'rttirib ko'rsatishga ham hojat yo'q. Oliy Majlis Qonunchilik palatasi deputatlari va Senati a'zolarining OAVda chiqishlari ancha faollashgani kuzatilmoqda.

Ikki palatali parlament faoliyatini jamoatchilik bilan aloqalarsiz tasavvur etib bo'lmaydi. Bunday evolyutsion yuksalish izchil davom etgani sayin uning samarasi namoyon bo'laveradi.

Oliy Majlis o'z auditoriyasi bilan aloqalarini keng yo'lga qo'yishi uchun Axborot xizmati xodimi yetuk piarmen va mohir

jurnalist bo'lishi lozim. Topshiriqlarni o'z vaqtida bajarish, o'ziga xos uslubni yo'qotmaslik, auditoriyaga murojaat qilish – har bir ommaviy axborot vositasi tavsifidir va buni bajarish har bir PR xodimi ishining muhim tomoni hisoblanadi. Televideniye, radio va gazetalarda yoritilayotgan saylovga oid mavzular zamirida jamoatchilik fikri atroflicha ifoda etilayotir. Bunday xulosalar esa parlament a'zolari jurnalistlar bilan yoki jurnalistlar parlament bilan uzviy aloqa o'rnatishlari natijasida paydo bo'ladi.

Jamoatchilikning parlamentga munosabati qay darajadiligini OAV orqali anglash mumkin. Odamlarning oliy vakillik organiga nisbatan bildirgan fikrlari ham amalda u bilan munosabatini ko'rsatadi.

Qonun loyihalarini tayyorlashda jamoatchilik ishtiroki va umumxalq muhokamasidan o'tkazilishi tegishli qonunlarda belgilab qo'yilgani parlamentning jamoatchilik bilan aloqalarini yo'lga qo'yishga huquqiy asos bo'lib xizmat qiladi.

Xulosa o'rinda aytish joizki, Axborot xizmati xodimlari o'z faoliyatini talab darajasida amalga oshirish uchun avvalo, tashkilotning jamoatchiligini yaxshi bilishi zarur. Tegishli qonunlar va hukumat qarorlarini o'rganishi lozim. Sohaga oid ilmiy-ommabop adabiyotlar bilan muttasil tanishib borishi, mutaxassislar fikrini e'tibor bilan o'rganishi taqozo etiladi. Qaysiki Axborot xizmati xodimi o'sha soha sirlarini qanchalik puxta egallasa, bu mavzuda xalq bilan muloqotda mutaxassislar qatori fikrlasha olsa, demak, u o'ziga yarasha yetuk mutaxassis hisoblanadi.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Tashkilotning jamoatchiligi haqida qanday tushunchalarga egasiz?
2. Parlamentning jamoatchiligini kimlar tashkil etadi?
3. Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi jamoatchiligini kimlar tashkil etadi?

4. Jamoatchilik fikrini o'rganishning qanday usullarini bilasiz?

5. Tashkilot faoliyatiga oid axborotlar qay tarzda o'rganiladi?

6. Har bir shaxs turli tashkilotlarning jamoatchiligiga mansub bo'lishini qanday izohlaysiz?

7. "Jamoatchilik" bilan "jamo'a a'zosi" degan tushunchalarni qanday izohlaysiz?

## **AXBOROT XIZMATI FAOLIYATIDA OQ VA QORA PIAR (TEXNOLOGIYALAR)**

- 1. Ommaviy aloqalarda munosabatlarning xilma-xilligi.*
- 2. Oq yoki qora piar (texnologiyalar) tushunchasi.*
- 4. Oq PRning o'ziga xos xususiyatlari.*
- 5. Qora PR va uning salbiy jihatlari.*

Tashkilot Axborot xizmati faoliyatida oq va qora texnologiyalar, degan tushuncha mavjud. Bu tushuncha mohiyatini teranroq anglash uchun biz Axborot xizmatining nazariy asoslaridan biri hisoblangan jamoatchilik bilan aloqalar (PR) faniga murojaat qilamiz.

Soha mutaxassislari qayd etishlaricha, jamoatchilik bilan aloqalar, xususan, odamlar bilan munosabatlar rang-barang bo'lishi mumkin. Kimdir sermulohazakorlik bilan munosabatda bo'lsa, boshqasi qiziqqonlik qiladi. Kim haqdadir ijobiy fikr aytilsa, boshqasi haqida salbiy gaplar quloqqa chalinadi. PR nuqtai nazaridan bu: oq yoki qora piar, deya ta'riflanadi. Bu atamalardan ularning mazmun-mohiyati aks etib turibdi.

Oq piarda – oqko'ngillik bilan qilinadigan samimiy munosabatlar o'z ifodasini topadi.

Qora piarda – ichiqoralik, ko'ngli qoralik bilan qilinadigan say-harakatlar aks etib turgandek... (Ba'zilar shunaqa gaplar aytayotganida hatto kimdir “bo'yab gapirishga usta ekan” deb pisanda qilishini eshitgansiz).

Axborot tarqatilishida ma'lum mavzular tegishli rangga “bo'yab” talqin etiladi. Buni nazariyotchilar: oq yoki qora piar deb ataydilar. Axborot mohiyatiga ko'ra PRda boshqa ranglar ham uchraydi.

E'tibor qilsangiz, deyarli barcha munosabatlar mohiyatida oqko'ngillik yoki ichiqoralik nafasi sezilib turadi. Aksariyat ezgu niyatli kishilar yaxshi maqsadlar bilan ishga kirishsa, qaysidir



kimsalar hatti-harakatida yomon, xatarli, o'z manfaatlari yo'lida g'arazli niyatlarini ham sezish mushkul emas.

Endi, jamoatchilik bilan aloqalar (PR) bu – axborotlarni boshqarishga xizmat qiladi. Axborot qurilishi va tarqatilish mexanizmining bir xil metodlarini qabul qilish va ta'sir qilish jarayonlari muhim ahamiyat kasb etadi. Axborot yetkazish kanallari va auditoriyaga ta'siri juda jiddiy masaladir.

Endi ana shu oq va qora piar o'rtasidagi tafovutlarni aniqlashtiramiz.

Oq piarning maqsadi bu – haqiqiy, chin axborotni tashkil qilish va uni yaxshi maqsadlarga to'g'ri, oq usullar yordamida yetkazishdir. Oq piarlarni ham tushunish oson emas. Aytaylik, Axborot xizmatlari o'z tashkilotlari haqida asosan oq piar yaratishga harakat qiladi. Tashkilotlar faoliyati haqida doim ijobiy fikr aytishning esa o'ziga yarasha mas'uliyati borligini to'g'ri tushunmoq kerak. Muxtasar qilib aytganda, oq piar vositasida asosan haqqoniy voqe'liklar ko'tarinki ruhda yoritiladi. Bunday axborot zamirida yolg'on, yuzaki gaplarga o'rin qolmaydi. Oq piar zamirida hamisha haqiqat aks etadi.

Oq piarning to'g'ri piardan ozmi-ko'pmi farqi bo'ladi. To'g'ri piarda butun voqe'liklar to'g'rilikcha, ortiqcha sharhlarsiz, biror rangga bo'yamasdan bayon etiladi. Afsuski, bunday axborotlar odamlarda unchalik qiziqish uyg'otmaydi. Odamlarni qiziqtirish uchun axborotga "rang" kerak bo'ladi. Ba'zi ijodkorlar buni "badiiy mahorat bilan tasvirlash", "so'z san'ati mahsuli" sifatida talqin qiladilar. PR fanida esa uni tegishli ranglarga "bo'yash" deb ta'riflanadi.

Qora piardan asosan sovuq xabarlar, noxush axborotlarni hosil qilish va yomon maqsadlarda ishlatishda foydalaniladi. Aksariyat qora piarlar zamirida yolg'on-yashiq, salbiy ma'nodagi to'qimalar, uydirmalar yotadi. Asli ichiqoralik bilan to'qilgan gap hech qachon yaxshilikka xizmat qilmaydi.

Matbuotda qora piar deb ataluvchi tushunchani ba'zilar "kir siyosiy texnologiyalar" deb talqin qiladi. Ularning fikricha, qora piarlarning faol qo'llanish davri – saylovlar jarayonida yaqqolroq aks etadi. Afsuski, qora piarlar demokratik asosda o'tadigan

saylovlar jarayonida ko‘proq qo‘llaniladi. Ya’ni, saylovoldi tashviqoti davrida ba’zi siyosiy partiyalar hamda nomzodlar o‘zaro kurashlarda bir-birlarini ustalik bilan yomonotliq qilishga kirishib ketadilar.

Ko‘p hollarda ustamonlar qora piarni madaniyatli shaklda, bezab-bejab amalga oshirishga harakat qiladi. Afsuski, bunday PRning qoraligini yoki qoralik darajasini anglab olish ancha mushkul...

Shu yerda rangli piarni bizga yaxshi tanish bo‘lgan rangli targ‘ibotga qiyoslab, oydinlik kiritaylik. Oq piar deb oddiy targ‘ibotga aytiladi. U ko‘pincha ma’lum bo‘lgan jismoniy va huquqiy shaxslar tomonidan OAV orqali amalga oshiriladi. Shuning uchun oq piarlarni biz hayotga qonuniy yo‘l bilan ijobiy maqsadlarda va vositalarda qo‘llanilishini tushunamiz.

Qora piar ko‘proq mablag‘lar orqali amalga oshiriladi va bu to‘lovlar qonuniy manbalardan qoplanishi mumkin. Masalan, saylovoldi tashviqoti davrida siyosiy partiyalar kurashi uchun ancha-muncha pul sarflanadi. Qora niyatda ba’zi kimsalar qancha hatti-harakat qilishsa, qora piarni amalga oshirish uchun ham shunday yo‘l tutishi mumkin. Bu yo‘lda kerak bo‘lsa, kimlardir sotib oladi, yomon ishlarga yollaydi... Ming afsuski, bunaqa mo‘may daromadni qo‘lga kiritish uchun shay turganlar hamisha topiladi... Bu qora maqsadlarda amalga oshirilgani uchun ham ushbu usul qora piar deb nomlangan bo‘lsa ajabmas.

Niyati buzuq, yomon maqsad harakat qilayotganlar internetda yo boshqa ommaviy axborot vositalarida ko‘pincha “niqob” bilan paydo bo‘ladi. Bunaqa “niqob”ni taxallus deya xaspo‘shlash noo‘rin. Negaki, taxallus egasini hamma bilishi kerak. Aytaylik, Julqunboy asli Abdulla Qodiriy ekanligini o‘z davrida zamondoshlari yaxshi bilganlar. Mutaxassislar fikricha, qora targ‘ibot ismi-sharifi noma’lum shaxs tomonidan yoxud ruhiy ta’sir yo‘li bilan olib boriladi...

Qora piarning turlari ko‘p, har biri ma’lum ma’noga ega.

Birinchidan, qora piarni o‘ziga xos “majburiy targ‘ibot”, deb hisoblash mumkin. Bunda kimdir boshqalarni shu ishga da’vat etadi, o‘rtaga pul yo boshqa boylikni tikadi, xullas, majbur qiladi.

Uncha-muncha aqliraso inson o‘zicha qora piar bilan shug‘ullanmaydi.

Ikkinchidan, qora niyatda buyurtma berish usullari ham o‘ziga xos qora piar bo‘lib qoladi. Ayrim nufuzli tashkilotlar, mas‘ul shaxslar, taniqli kishilarning obro‘cini to‘kish uchun atay maxsus buyurtma berib qora piar qiladigan kimsalar ham kam emas. (Ming afsuski, bunaqa qora axborotlarga tez ishonib qoladigan soddadil kishilar ham ko‘p. Masalan, “domla poraxo‘r” yo falon “san‘atkor ma‘naviy buzuq”, pimadonchi “mutasaddi ta‘magir” desa darrov ishonadilar. Isboting bormi, deb so‘rab ham o‘tirishmaydi. Shunaqa kir gaplarga moyil ba‘zi kimsalar hatto “bu isbot talab etilmaydigan gap” deya pisanda qilishni xo‘sh ko‘radi, shunaqa holatlardan huzur qiladi...).

Uchinchidan, nashrga mas‘ul shaxs (rahbar, muharrir) tomonidan tavsiya qilinmagan, lekin chop etilgan maqola yoki surat ham qora piar materiali bo‘lishi mumkin. Bu tahririyatlarda kam uchraydigan hodisa, biroq, onda-sonda bo‘lsa-da gazetalarda shunday materiallar chiqib ketadi. (Masalan, bir ommabop gazetada yoritilayotgan fohishalar haqidagi maqolaga dzaynerlar internetdan bir ayolning suratini olib joylashtirgan. U hayotda yaxshi ayol bo‘lib chiqqan va farzandlari gazetani sudga bergan...)

To‘rtinchidan, siyosiy raqiblar bir-birlarining obro‘cini to‘kish uchun qiladigan hatti-harakatlari – qora piarning keng tarqalgan turidir. (Buni kengroq ma‘noda: o‘zlarini “muxolifatchi” deb atab taniqli siyosiy arboblarning sha‘niga bo‘lmag‘ur gaplar yozishi misolida ham ko‘rish mumkin. Vaholanki, “muxolifatchi” bo‘lishning ham o‘z tartib-qoidalari bor...)

Mutaxassislar qora piarning OAVga nisbatan sinonimini – “Jinsa” deb ataydilar. “Jinsa”ni OAVda ishlatilgan qora piarning bitta turi deb ta‘riflash ham mumkin. Jurnalistikada ancha ilgari paydo bo‘lgan “Jinsa” ma‘nosi – radio, televideniya efir vaqtlari va gazeta sahifalari sotilishi bilan izohlanadi<sup>1</sup>. Bu masalada mutaxassislardan biri Yevgeniy Pashensev o‘z fikrini quyidagi so‘zlari bilan oydinlashtirishga harakat qiladi: “Saylovchi yuragini

<sup>1</sup> Муминов Ф. А. Паблик рилейшнз: история и теория. –Т.: «Ижод дунеси», 2003. Стр.97-98.

zabt etish qiyin va qimmat, uni aldash osonroq”<sup>2</sup>. Ko‘rinib turibdiki, barcha notoza piarlarni – qora piar deyish o‘rinlidir. Shuni aytish joizki, qora qilmishlari uchun jazo olmaslik oqibatida birgina jamiyatda emas, balki yagona axborot makoniga aylangan butun jahonda qora PR avj olib ketmoqda...

Muxtasar qilib aytganda, qora PR hech qachon yaxshilikka, taraqqiyotga xizmat qilmaydi. Uni “raqobatchi” deb ham bo‘lmaydi. Chunki, raqobat avvalo, sog‘lom, o‘zaro hurmatga asoslangan munosabatlar zaminida paydo bo‘ladi.

Ba’zi mutaxassislar PRLarni – cariq, yashil va boshqa ranglar bilan ham ataydilar. Masalan, ba’zilar xususiy gazetalarni “sariq PR” deb atashadi. PRni shu tariqa turli ranglarga ajratish mumkin.

Tashkilot va jurnalistlarning jamoatchilik bilan munosabatlari, fikr almashishlar jarayonida nazariy asoslarga va odob-axloq meyorlari PR talablariga mos ravishda amalga oshishi ushbu amaliyotning dunyo miqyosida keng tarqalishiga, jumladan, O‘zbekistonda ham ravnaq topishiga yordam beradi.

Saylovlar jarayonini OAVda yoritish texnologiyalarini ilmiy jihatdan tahlil qilish va o‘zlashtirish O‘zbekiston sharoitida alohida e’tiborga molik hodisa. Bunda OAV va siyosiy partiyalar vakillari oq va qora PR to‘g‘risida ham tasavvurga ega bo‘lishi maqsadga muvofiqdir<sup>3</sup>.

Kundalik barcha tashkilotlarning jamoatchilik bilan aloqalari asosan ommaviy axborot vositalari orqali amalga oshadi. Shu nuqtai nazardan olib qaralganda PR va jurnalistika uzviy bog‘liq ekan, mazkur fan nazariyasini, jumladan, oq va qora piar sirlarini chuqur o‘rganish jamiyat rivojiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Ommaviy aloqalarda munosabatlarning xilma-xilligini qanday izohlaysiz?
2. Oq PR deganda nimani tushunasiz?
3. Oq PRning maqsadlari nimalardan iborat?

<sup>2</sup> Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. 136-б.

<sup>3</sup> Qarang: Shukurov B. Oq va qora ranglar. (Mo‘minov F. b-n suhbat) // O‘zbekiston ovozi, 2004-yil. 4-noyabr.

4. Qora PR deganda nimani tushunasiz?
5. Qora PR maqsadlari nimalardan iborat?
6. To'g'ri PR deganda nimani tushunasiz?
7. Jamoatchilik bilan aloqalar jarayonida oq va qora piarni qanday farqlash mumkin?
8. "Jinsa" deganda nimani tushunasiz?

## TASHKILOT IMIJINI YARATISHDA AXBOROT XIZMATINING O'RNI

1. *Imij tushunasi.*
2. *Imijeologiya – fan sifatida.*
3. *Imijning asosiy funksiyalari.*
4. *Tashkilot imijini yaratish usullari*

Jamoatchilik bilan aloqalar jarayonida “Imij” tushunchasi alohida o‘rin tutadi. Manbalarda qayd etilishicha, tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullangan iqtisodchilar faoliyatida imij yaratish zarurati paydo bo‘lgan va shu tariqa XX asr 60-yillarida amerikalik iqtisodchi Bolduing “Imij” so‘zini muomalaga kiritgani, u ishbilarmonlikda muvaffaqiyat qozonishda foydali vosita ekanini isbotlab bergan ekan.

O‘zbekiston Milliy ensiklopediyasi 4-tomi 129-betida unga shunday ta’rif berilgan: IMIJ (inglizcha image, lotincha imago – timsol, ko‘rinish) – shaxs, hodisa, narsaning ommalashtirish, reklama qilish va h.k. maqsadlarda odamlarga hissiy-ruhiy ta’sir ko‘rsatishni ko‘zlab shakllantiriladigan qiyofasi; targ‘ib qilish vositalaridan biri. (Masalan, siyosiy arbob imiji)<sup>1</sup>.

Keyinchalik yangidan vujudga kelayotgan siyosatshunoslik sohasi vakillari tomonidan “Imij” favqulodda hodisa sifatida alohida e’tiborga olinadi, ular bu hodisada o‘z faoliyatlarining muhim yo‘nalishini ko‘rishadi. Siyosatshunoslar shu hodisaning amaliy ahamiyati ilmiy-amaliy asoslab berilgan Nikkolo Makiavellining “Podshoh” hamda G.Lebonning “Sotsializm psixologiyasi” asarlarini yaxshi bilishadi. Makiavelli, davlat kishisi (rahbari) uchun tegishli “yuz, qiyofa” naqadar muhimligini asoslab bergan bo‘lsa, Lebon Imij yaratishni “shaxsiy joziba” samarasi o‘laroq siyosiy muvaffaqiyatga erishish vositasi sifatida ta’riflaydi.

<sup>1</sup> Qarang: Imij. O‘zbekiston Milliy ensiklopediyasi, 4-tom. –T., 2002. B. 129.

Imij yaratishning psixologik asosini ta'riflab berish ijtimoiy va siyosiy psixologiyaning obyekti va predmeti bo'lib qoldi. Tashqi timsolni, qiyofani ijtimoiy idrok qilish va subyektiv anglash jarayoni qonunlariga oid bilimlarni egallagan holda, ular bu muammoga nazariy-amaliy ta'rif berishdi.

Aniqlikning "ko'z bilan kuzatish samarasi" ko'plab tadqiqotlarning predmeti hisoblanadi. Gippokrat ushbu muammo xususida fikr yuritir ekan, odamlarning temperamentini aniqlashda ularning yuz ifodasidan foydalanishni tavsiya qiladi<sup>2</sup>.

Mutaxassislar fikricha, hozirgi davrda ishbilarmonlik va siyosiy faoliyat bilan shug'ullanayotgan kishilar uchun imij yaratib borish zaruratga aylanib qoldi.

Saylovoldi kompaniyalari davrida siyosiy partiyalar o'z nomzodlarining imijini yaratish masalasiga alohida e'tibor bilan qarashini izohlashga hojat yo'q.

Jamiyatda har bir tashkilot imijini yaratib borish maqsadga muvofiq ekanligini barcha mutaxassislar e'tirof etishadi.

Imijga bo'lgan bunday talab esa yangi kasbga – Imijmeykerlikka asos soldi. Bu kasb egasi shaxslarning, ishbilarmon va siyosiy doiralarning, kuchlarning (masalan, siyosiy partiyalar, jamoat tashkilotlari va boshqalar) imijini yaratish bilan shug'ullanadi<sup>3</sup>.

Imij borasidagi tadqiqotlar, ilmiy izlanishlar – Imijeologiya fanini vujudga keltirdi. Bu fan orqali imij sirlarini nazariy jihatdan o'rganish va amaliyotga tatbiq etish mumkin.

Mutaxassislar fikricha, imij inson ruhiyatining quyi qatlamlarida paydo bo'ladi. Shu bois ham u odamlarning idrok qilishi uchun qulay hamda ular ongida muhim joy olgandir.

Imij haqida aniq bir psixologik mahsulot sifatida gapirganda esa u ijtimoiy ko'rsatma, urf bo'lgan timsol tarzida namoyon bo'ladi. Uning inson ruhiyatining sanab o'tilgan barcha sferalarida bir vaqtda paydo bo'lishi ham hech gap emas.

<sup>2</sup> Qarang: Shepel V.M. va boshq. Imijeologiya. Insonlarga qanday yoqish mumkin? O'quv qo'llanma. /[www.evartist.narod.ru](http://www.evartist.narod.ru)

<sup>3</sup> Qarang: Shepel V.M. va boshq. Imijeologiya. Insonlarga qanday yoqish mumkin? O'quv qo'llanma. /[www.evartist.narod.ru](http://www.evartist.narod.ru)

Chet tilidan tarjima qilindigan birorta tushunchaning izohi har doim ham odamlar uchun birdek ma'qul va qo'llanishga loyiq bo'lavermasligi mumkin. Masalan, yunon tilidan tarjimada maktab so'zi "quvonch uyi" degan ma'no anglatar ekan. Ammo barcha o'qituvchi va o'quvchilar bu so'zga nisbatan aynan mana shu ma'noni qabul qilmaydi. Imij tushunchasi semantikasini tushuntirishda ham shu narsani e'tiborga olish lozim. Agar Vladimir Dalning "Izohli lug'at"iga murojaat etadigan bo'lsak, timsol tushunchasi bilan birga qiyofa tushunchasi ham keltiriladi: "fizionomiya, tashqi qiyofa va yuz ifodasi, yuz tuzilishi". Bundan ko'rinadiki, timsolning qiyofa shaklidagi izohi xorijiy ko'rishidan ancha keng qamrovli ekan.

Buyuk san'atkor F.Shalyapin shunday yozadi: "tashqi qiyofa deganda faqat yuz ko'rinishini, soch rangini va shu kabilarnigina emas, balki kishining yurish, eshitish, gapirish, kulish, yig'lash kabi xislatlarini ham tushunaman". U o'z fikrida davom etib: "agar kishining ichki olami yaxshi anglab yetilsa, uning tashqi qiyofasini ham to'g'ri bilib olish qiyin emas", deb ta'kidlaydi<sup>4</sup>.

Imijeologiya – zamonaviy insonshunoslik ham hisoblanadi. Imij yaratish texnologiyalari insonshunoslik tushunchasi bilan chambarchas bog'liq. Imijeologiyaning asosiy maqsadi – qanday qilib jozibali imij yaratish mumkinligini, hayotda biz duch keladigan vaziyatlarga qarab munosib hatti-harakatlar modelini to'g'ri qurishni ilmiy asoslab berishdan iboratdir.

*Imijeologiya* – jozibali bo'lish va odamlarga yorug'lik olib kelish to'g'risida har bir insonga qaratilgan chaqiriqdir. U odamning munosib shaxs bo'lib shakllanishiga yordam beradi.

*Imijeologiya* – har bir fuqaroning oliymaqom qiyofa egasi bo'lish haqidagi orzusi, u esa demokratik va insonparvarlik jamiyati barpo etishning muhim shartidir.

*Imijeologiya* – biror davlat mentaliteti o'ziga xosligining nazariy aks etishidir. Masalan, o'zbeklar o'zaro oqibatli, erkaklari oriyatli, ayollari hayoli!

---

<sup>4</sup>Qarang: o'sha manba.



*Imijeologiya* – insonga ruhiy ta’sir etish texnologiyalaridan biri hisoblanadi. Blez Paskal odamlarga ta’sir ko’rsatishning ikki usuli bor, deb hisoblaydi, ya’ni, “ishontirish usuli” va “yoqish usuli”. Ularning ikkinchisi ayniqsa, samarali, deb hisoblagan edi u va bu usulni to’la egallay olmaganidan afsus bildirgan ekan<sup>5</sup>.

Bizning davrimizda odamlarga, ayniqsa, yoshlarga shaxsiy ta’sir ko’rsatish juda qiyin. Buning sabablari ko’p, ammo ularning eng muhimlaridan biri axborot kommunikatsiya tizimlari taraqqiy etgan zamonda jonli muloqot va bevosita shaxsiy ta’sirning samarasi odamlar psixikasida axborot klishesining mavjudligi tufayli yopib qo’yilmoqda. Shu bois B.Paskal avval odamlarga yoqish, undan keyingina ularni nimagadir ishontirishga urinib ko’rish lozimligini ta’kidlaganda haq edi. Jozibali imijga ega bo’lmay, ya’ni odamlarning qalbidan joy olishga layoqatli bo’lmay turib bu muammoni ijobiy hal etish mumkin emas. Imijeologiyaning pragmatik vazifasi ham shunda ko’rinadi.

Bugun ataylab imijmeykerlarga murojaat etmaydigan yirik siyosiy arboblarni topish mushkul. Bunday shaxslarning imiji eng mayda detallarigacha belgilab qo’yiladi. Masalan, yoshi ulug’ kishilarning yuz ifodalari, mimikalari yosh bilan bog’liq o’zgarishlarni kuchli namoyon etadi. Shu bois teleko’rsatuvlar paytida ularning yuzlari ma’lum masofa saqlagan holda ko’rsatiladi. Yana bir jihat: shaxs aks ettirilayotgan fonga ham ko’p narsa bog’liq.

*Imijeologiya* – umumta’lim fani ham hisoblanadi. Mamlatimizda nazariy-amaliy yo’nalishdagi yangi tarmoqning yaratilishi bejiz emas. Shaxs ko’ngil mulkinging axloqiy tarkibi – bir davlat mentalitetining fundamental tavsiflaridan biri sanaladi. Imijeologiya milliy madaniyatning fundamental an’analariga asoslanadi.

Uning asosiy tarmoqlari sifatida quyidagilarni ko’rsatish mumkin:

- oilaviy;
- maktabgacha bo’lgan davr;
- maktabga oid;

<sup>5</sup> Qarang: Shepel V.M. va boshq. Imijeologiya. Insonlarga qanday yoqish mumkin? O’quv qo’llanma. [www.evartist.narod.ru](http://www.evartist.narod.ru)

– oliy ta’limga oid (va hokazolar).

• Kasbiy faoliyatga qarab imijeologiyaning quyidagi turlari ajratib ko’rsatilish mumkin:

– ishbilarmonlik;

– siyosiy;

– pedagogik;

– tibbiy;

– ommaviy axborot vositalariga oid;

– bank;

– servis;

– huquq-tartibot sohalari;

– diplomatik (va boshqalar).

Alohida sinf sifatida boshqaruv imijeologiyasini ajratib ko’rsatish mumkin. Boshqaruv imijeologiyasining ahamiyati ortib, u insonlar hayotiy faoliyatining barcha sohalariga kirib bormoqda. Demak, boshqaruv tizimida faoliyat ko’rsatuvchi shaxslar munosib ravishda imijga ega bo’lishlari shart.

*Imijeologiya* – shunday ilm va san’atki, unda insonning tashqi ko’rinishiga shaxsiy jozibadorlikni berish sirlari ham o’rgatiladi. Bu fanga ko’ra, imiji baland inson boshqalardan o’z nufuzi va jozibasi bilan jaralib turadi.

Har bir odam o’ziga xos qiyofada yaralgan. Kimdir tabiiy jozibaga ega, yoqimtoy, boshqasi esa hatto o’ziga ham xunuk ko’rinib ketadi. Biroq, hamma birdek jozibador bo’lgisi keladi. Xo’sh, buning uchun nima qilish kerak? Mana, yo’li topildi; aynan imijeologiya san’atiga murojaat etish mumkin! Shu orqali ko’pchilik o’zining ajoyib qiyofasini yaratishga harakat qiladi.

Imijeologiyasiz har qanday faoliyatda ham muvaffaqiyatga erishish mumkin emas, oilada ham, ishda ham, hamkasblar bilan muloqotda ham odam aynan shu orqali o’ziga bo’lgan ishonchni qaror toptiradi.

Imij – insonning ishbilarmonlik va boshqa ijobiy xususiyatlarini kattalashtirib ko’rsatadigan oynaga o’xshaydi. Uning eng yaxshi jihatlarini namoyon etishga xizmat qiladi.

Pedagog, shifokor va umuman, aholiga xizmat ko’rsatadigan har qanday sohada inson faoliyati birinchi galda uning tashqi

qiyofasi bilan bog'liq. Hamma inson ham birdek har tomonlama yoqimtoy, boshqalarni o'ziga rom qiladigan darajada jozibador bo'lishi qiyin, ammo u bunga harakat qilmasa undan ham qiyinroq ahvolga tushishi mumkin...

Har qanday tashkilot ham o'z imijiga ega bo'lishi zarur. Imiji past tashkilot odamlar e'tiboridan qolib ketaveradi. Demak, tashkilot imijini yaratib borish juda muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Bu vazifa avvalo, o'sha tashkilot rahbarlari zimmasiga yuklatiladi.

Tashkilot imijini yaratish uchun rahbarlar o'z xodimlari bilan tez-tez suhbatlar, bu borada o'quv-seminarlari o'tkazib turish maqsadga muvofiq. Jamoatchilik bilan aloqalarni yo'lga qo'yish asnosida tashkilot imijini oshirish mumkin. Odamlar qaysiki tashkilot faoliyatidan qancha ko'p xabardor bo'lishsa, demak, ular uchun o'sha tashkilotning imiji shuncha yuqori darajada bo'lishi aniq. Har bir tashkilot Axborot xizmati o'z tashkiloti faoliyati va uning samaralari, odamlar uchun eng foydali jihatlari haqida axborot tarqatib borishi zarur. Bu borada axborotlar shunchaki xabar yoki quruqqina ma'lumot tarzida tarqatilishi kutilgan natijani bermaydi.

### **Mutaxassislar Imijeologiya amaliyoti sifatida quyidagi mashg'ulotlarni tavsiya etadilar:**

#### **“Men – haqiqiy” mashqi**

Bu mashqning maqsadi – o'zingizni o'rganishingiz imkoniyatlari va o'zingiz haqingizdagi tasavvurni kengaytirishdir.

1. O'zingizga “Men kimman?” savolini bering va miyangizga kelgan birinchi 10 ta javobni yozing;
2. O'zingizga muhim bo'lgan odam siz haqingizda nima deyishi mumkin? Bunga ham 10 ta javobni yozing;
3. 1- va 2-javoblarini qiyoslab ko'ring.

## **“Men – ideal” mashqi**

Bu mashqning maqsadi – oldingi tajribangizni o‘rganib chiqish, yo‘qotilgan imkoniyatlarni topish, ularni hayotga tadbqiq etish yo‘llarini qidirish. O‘zingizga “Agar bor imkoniyatlarimni ishga solganimda kim bo‘lishim mumkin edi?” degan savolni bering va unga 10 ta javob yozing.

Ijtimoiy muhit (Boshqalarning shartli munosabati).

Haqiqatdagi men.

Idealdagi men.

K.Rojers o‘z-o‘zini mustahkamlash gipotezasini ishlab chiqqan. Uning ma‘nosi shundaki, o‘z-o‘zini mustahkamlash – bu niqoblarni birma-bir yechishdir. Niqoblarni yeching – kimligingizni ko‘rasiz.

Agar siz o‘zingizni anglay boshlasangiz – bu ma‘naviy yetuk insonga aylanayotganingizdan dalolat. Buni qanchalik amalga oshira olsangiz, shunchalik o‘zingizni hurmat qila boshlaysiz.

“O‘zingiz haqingizdagi yaxshi fikr – baxtning yarmi” deyiladi bir masalda.

## **“Mening hayotdagi rejalarim” mashqi**

O‘zingizga kerakli natijalar ro‘yxatini tuzing va ularni zaruridan nozaruriga tomon qarab chiqing va shunga muvofiq joylang.

Quyidagi savollarga javob bering:

“Men nimaga erishdim?” (Mening omadim)

“Yaqin orada nimaga erishmoqchiman? Mening global maqsadlarim?”

Bularning hammasi o‘zingizni topishingizga olib keluvchi dastur vazifasini o‘taydi<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Qarang: Shepel V.M. va boshq. Imijologiya. Insonlarga qanday yoqish mumkin? O‘quv qo‘llanma. /[www.eartist.narod.ru](http://www.eartist.narod.ru)

## Optimizm formulasi.

“Men – konsepsiya” – bu o‘zingizga kichik bir madhiya, o‘zingizga bo‘lgan sevgi singdirishning bir yo‘li.

“Men ajoyib!” kichik madhiyasini tayyorlash va yod olish.

1. Matnni o‘qing;

2. Yana ikki marta yoqqan so‘zlarga e‘tibor bergan holda o‘qib chiqing;

3. Madhiyaga xohishingizga muvofiq o‘zgartirish kiriting;

4. Yana bir marta ichingizda o‘qing;

5. “Men – ajoyib!” madhiyasini ovoziningizni chiqarib o‘qing.

O‘zingizga bo‘lgan madhiyani kuniga uch marta 15-30 soniya oralig‘i bilan o‘qib turing. Zaruriyat bo‘lsa, ko‘proq o‘qing<sup>7</sup>.

*Sizlarga “Men – ajoyib!” madhiyasi namunasini ko‘rsatamiz*

### “Men – ajoyib!” madhiyasi

Men baxtli odamman!

Men dunyodagi eng baxtli odamman!

Mening kayfiyatim yaxshi!

Har doim mening kayfiyatim yaxshi!

Mening kayfiyatim zo‘r!

Mening ko‘zlarimda baxt yog‘dusi!

Mening yuragimda baxt yog‘dusi!

Men yashayapman, shuning uchun baxtliman!

Men optimistman!

Quyosh men uchun yorqin, osmon esa musaffo!

Menga ishonish mumkin.

Men ishonchni oqlayman!

Men do‘st bo‘la olaman.

Oilaning tinchligi men uchun muhim!

Men e‘tiborli va mehribonman.

<sup>7</sup> Qarang: Shepel V.M. va boshq. Imijeologiya. Insonlarga qanday yoqish mumkin? O‘quv qo‘llanma. /[www.evartist.narod.ru](http://www.evartist.narod.ru)

Meni do'stlarim qadrlashadi va hurmat qilishadi.

Men bilan hamisha oson va serfayz-quvnoq.

Men har doim o'z ustimda ishlayman.

Buni men o'z ishim bilan, g'ururimni qadrlashim bilan, oilaviy nomusim bilan isbotlayman.

Men ota-onamga hayot va muloqot quvonchi uchun rahmat aytaman!

Ana endi xulosaga o'tamiz; mana shunday ko'tarinki kayfiyatda yashayotgan insonning hayotda, jamiyatda o'rni qanday bo'ladi? Albatta, a'lo darajada!

### **Fiziognamika asoslari**

Har o'nta odamdan sakkiztasi o'z suhbatdoshining tashqi ko'rinishiga qarab baho berar ekan. Odamning tashqi ko'rinishida uning yuzi va ko'zlari muhim rol o'ynaydi.

Jozibadorlik sari birinchi qadam – yuzning tuzilishini yaratish – feysbilding. Demak, biz tashqi ko'rinishni “qurishni” yuz tuzilishi orqali o'rganamiz. Buni yaxshi bilgan odam o'z suhbatdoshi bilan tezda til topishib ketadi.

Fiziognamika – tabiatni o'rganish, tushunish demakdir. Ayrim odamlar uni san'at deb, boshqalari fan deb biladi. Sharqda omadga erishish uchun tug'ma psixatlarning o'rni katta, fiziognamika esa buning uchun yo'l, deb hisoblashgan. Masalan, yuzning uzunligi peshonaning pastki qismining eniga bo'lgan nisbati, keng burun parraklari, bo'rtib chiqqan jag' – odamning o'ziga ishonganligidan dalolatdir.

Fiziognamikaning “otasi” deb Pifagorni aytishadi. U nafaqat matematik masalalarni, balki odamning tashqi ko'rinishini bemalol baholay olgan. O'ziga shogirdlikka qabul qilishdan oldin bo'lajak shogirdlarni sinchkovlik bilan ko'zdan kechirgan. Uning maktabiga kiraverishda “O'lchanmagan odamning kirishi ta'qiqlanadi” degan yozuv bo'lgan. Aristotel esa fiziognamikaga oid ilk asarni yozgan va yuz haqidagi fanga asos solgan. Abu Ali

ibn Sino ham uning qarashlarini ma'qullagan. Muolaja jarayonida ham fiziognamikani ishga solgan<sup>8</sup>.

Ko'rinib turibdiki, imij yaratish qadim zamonlardan buyon allomalar e'tiborini tortgan.

Xulosa o'rnida aytish mumkin, PR tizimida imij yaratish har bir tashkilotning o'zi, kundalik faoliyati haqida muttasil axborot tarqatish orqali amalga oshiriladi. Mazkur vazifani amalga oshiradigan Axborot xizmati bu borada tashkilotning imijmeykeri ham hisoblanadi.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Imij deganda nimani tushunasiz?
2. Tashkilot imiji qanday shakllantiriladi?
3. Qanday omillar tashkilot imijiga ijobiy va salbiy ta'sir qilishi mumkin?
4. Imijeologiyani fan sifatida qanday tushunasiz?
5. Imijning asosiy funksiyalarini qanday izohlaysiz?
6. Tashkilot imijini yaratishning qanday usullarini bilasiz?
7. Zamonaviy insonshunoslik degan tushunchani qanday izohlaysiz?

---

<sup>8</sup> Qarang: Shepel V.M. va boshq. Imijeologiya. Insonlarga qanday yoqish mumkin? O'quv qo'llanma. / [www.evartist.narod.ru](http://www.evartist.narod.ru)

## **AXBOROT MANBALARINI YARATISH USULLARI**

*1. Axborot xizmati har kuni yangi axborot va ma'lumotlar to'plashi va OAVga taqdim etish rejasini.*

*2. Veb-saytda axborot manbaini yaratish usullari.*

*3. Axborot xizmati xodimining vazifalari.*

Axborot xizmati xodimlari har kuni o'z tashkilotidan yangi axborot va ma'lumotlar olish, to'plash va qaysi OAVga taqdim etish rejasini ishlab chiqishi zarur. Bu reja albatta tashkilot rahbari tomonidan tasdiqlanishi kerak. Ya'ni, har bir mutasaddi tashkilot rahbari tomonidan tasdiqlangan rejaga binoan ish yuritishi, binobarin, Axborot xizmati tomonidan talab etilgan axborotlarni berishi lozim. Bu borada matbuot kotibi tashkilot rahbari bilan bamaslahat ish qilishi shart. Axborot olishda ham, OAVga taqdim etishda ham o'zboshimchalik qilish salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkin.

Axborot xizmati muntazam ravishda tashkilot tomonidan axborot oqimini vujudga keltirishi talab etiladi. Bugungi kunda bu muhim vazifani amalga oshirishda internetdan samarali foydalanishi maqsadga muvofiqdir. Hozirgi kunda internet tizimida respublikamizning deyarli barcha yetakchi tashkilotlari internetda veb-saytlariga ega. O'sha veb-saytda axborot manbaini yaratish uchun quyidagi ma'lumotlarni joylashtirish zarur:

1. Tashkilot nomi, manzili, xaritasi, binosi surati, telefon raqamlari, elektron pochta va hokazolar to'liq va aniq yozilishi, bu o'rinda qisqartma so'zlar imkon qadar ishlatilmasligi yoxud avval to'liq nomi yozilgach qavs ichida qisqartma shakli berilishi maqsadga muvofiqdir;

2. Tashkilotning Nizomi, Dasturi, turli meyoriy hujjatlari;

3. Tashkilotga tegishli bo'lgan O'zbekiston Respublikasining qonunlari, Prezident Farmonlari, hukumat qarorlari (shuningdek,



ularga vaqti-vaqti bilan kiritilgan o'zgartish va qo'shimchalar hozirjavoblik bilan tuzatib qo'yilishi shart);

4. Tashkilot mutasaddilarining ismi-familiyalari, lavozimlari, iloji boricha tarjimai hollari, faoliyatini aks ettiruvchi suratlar;

5. Tashkilotning kundalik faoliyatini yoritishga qaratilgan axborotlar, yangiliklar turli tadbirlar, anjumanlar, davra suhbatlari haqida suratli lavhalar.

Buning uchun Axborot xizmati xodimi quyidagi vazifalarni amalga oshirishi zarur:

A). Tashkilot xodimlarining kundalik faoliyatlari bilan tanishib borishlari va eng muhim axborotlarni to'plashlari;

B). Olingan ma'lumotlar, fakt va raqamlar to'g'riligini sinchkovlik bilan tekshirishlari, bu borada mutasaddi va mas'ul xodimlar bilan hamkorlikda ish yuritishlari;

D). Tashkilot faoliyatiga oid qaysi ma'lumotlar sir saqlanishi zarurligini aniqlab olishi, axborot xavfsizligini ta'minlashga jiddiy e'tibor berishi;

E). Axborotda nomlari qayd etiladigan kishilarning ismi-familiyasi, vazifasi to'liq ko'rsatilishi shart (inson ismining bosh harfinigina yozib qo'yish yaramaydi);

F). Axborot matnini jurnalistika talablariga mos ravishda; ijodiy mahorat bilan mazmunli, qisqa va lo'nda yozishi (toki, uni tahririyat xodimlari qayta ishlab yo tahrir qilishlariga hojat qoldirmasligi) shart.

6. Tashkilotga kelgan xatlar, arizalar, takliflar va ularning ijrosiga oid ma'lumotlar;

7. Tashkilot muassisligida chiqadigan gazeta-jurnallarda, shuningdek, boshqa OAVda tashkilot haqida yoritilayotgan muhim maqolalar;

8. Tashkilotning hududiy (viloyat, shahar va tuman) boshqarmalari yo bo'limlari haqida ma'lumotlar;

9. Tashkilot faoliyatini rivojlantirishga qaratilgan yangi rejalar, loyihalar, shuningdek, turdosh sohalar tashkilotlari bilan aloqalar;

10. Tashkilot tomonidan amalga oshirilgan ishlar haqida oylik, chorak va-yillik hisobotlar.

Axborot xizmati xodimlari ushbu vazifani har kuni amalga oshirib borishlari zarur. Toki, ularning veb-saytlarida har kuni yangi axborotlar yoritib borilmasa, uni ko'pchilik kuzatmay qo'yadi.

Agar Axborot xizmati veb-saytini zarur axborotlar bilan to'ldirib bormasa, o'ziga yarasha "mafkuraviy bo'shliq" paydo bo'lishi va u haqida turli bo'htonlar to'qib chiqarishiga "imkon yaratib" qo'yishi mumkin.

Har kuni turli ma'lumotlar, yangi-yangi axborotlar bilan to'ldirib borilgan veb-saytlarni birinchi galda OAV xodimlari kuzatadilar va o'zlarini qiziqtirgan ma'lumotlar, yangiliklarni olib, hozirjavoblik bilan yoritib boradilar. Bundan tashqari har bir Axborot xizmati o'z tashkiloti haqida ma'lumotlar beruvchi kitoblar, risolalar, bukletlar chop qilishi va OAV vakillariga, turli anjumanlarda mehmonlarga, umuman, jamoatchilikka taqdim etishi maqsadga muvofiqdir.

Axborot manbalaridan foydalanayotgan OAV vakillariga avvalo, o'sha tashkilot Axborot xizmati bilan bu borada maslahatlashish, fikr almashish lozimligini "eslatma" shaklida (telefon orqali bo'lsa-da) berib borish maqsadga muvofiqdir. Qaysiki OAV mazkur axborot manбайдan foydalanar ekan, o'sha manbani albatta ko'rsatishi shart.

Axborot oqimini kuchaytirishning samarali yo'li – viloyat, shahar va tuman tashkilotlarida ham axborot xizmatlarini tashkil etish va ular orqali muntazam ma'lumotlar, axborotlar to'plashga erishishdir.

Tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirish uchun ijtimoiy fikrni muttasil o'rganib borish taqozo etiladi. Buning uchun Axborot xizmati xodimi har bir fikrni e'tibor bilan tinglab, xulosa chiqarishi zarur. Ya'ni, odamlar nimalar haqida o'ylayapti, ularning faoliyati haqida qanday fikrlarga ega va hokazolar.

Shiddatkor davr har bir muassasa, vazirlik va tashkilotlarning axborot xizmatlari oldiga ulkan vazifalar qo'yimoqda. Axborot xizmatlari qay darajada faoliyat ko'rsatayotganini ularning say-

harakatlari bilan OAVda yoritilayotgan rang-barang maqolalardan bilsa bo'ladi.

Aytish joizki, ba'zi jurnalistlar tashkilotlardan axborot olishda kimga murojaat qilishga qiynaladilar. Xolisona o'ylab qaralsa, o'sha paytda tashkilot rahbari boshqa muhim ishi bilan band bo'lishi mumkin. U jurnalistga intervyu berishga tayyor bo'lmasligini ham nazarda tutish joiz. Bu paytda uni axborot bermaganlikda ayblash noo'rin. Demak, OAV xodimi axborotni qayerdan olishi, kimdan talab qilishi zarurligini bilishi lozim. Ya'ni, ular uchun Axborot xizmati hamisha ishonchli axborot manbai bo'la oladi. O'z navbatida tashkilotning Axborot xizmati zarur axborotlarni berish uchun mas'uldir. Bunda Axborot xizmati hech ikkilanmasdan, qiynalmasdan o'zi yaratgan axborot manbaini taqdim eta oladi.

Axborot xizmati xodimi o'z tashkilotida yuz berayotgan yangiliklardan doimo boxabar yurishi va muhim axborotlarni hozirjavoblik bilan tegishli veb-saytiga joylashtirishi, zaruratiga qarab u haqda OAVda o'z munosabatini yoritib borishi maqsadga muvofiqdir.

Bu borada Dmitriy Olshanskiyning quyidagi so'zlarini eslash joiz: "PR hech qachon o'z ixtiyori bilan va o'zi xohlaganidek biror ishni amalga oshirmaydi. Ommaviy axborot vositalari uning qo'li hisoblanadi. Matbuot kotibi bor-yo'g'i bosma va elektron ommaviy axborot vositalarining pinhon boshqaruvchisidir"<sup>2</sup>. Demak, Axborot xizmati xodimi OAVda chiqadigan materiallarni tahlil qila olishi, yetakchi jurnalistlarning uslubini bilishi ham lozim.

Har qanday axborotni ommaga OAV hozirjavoblik bilan yetkazib berishi lozim. Bu jarayonda Axborot xizmati muntazam ravishda zarur axborot manbalarini yaratishi maqsadga muvofiqdir. Asosiy gap, zarur axborot manbalarini yaratish haqida. Mamlakatimizda faoliyat ko'rsatayotgan turli tashkilotlarning axborot xizmatlari asosan axborot manbalarini yaratish bilan shug'ullanmoqda.

<sup>2</sup> Олшанский Д.В. Политический ПР. Б. 467.

Qaysiki OAV xodimi biror tashkilotdan axborot olishni istasa avval, uning tegishli veb-saytini kuzatishi mumkin. Bugungi kunda qator davlat, nodavlat notijorat tashkilotlari, jamoat birlashmalari, siyosiy partiyalarning veb-saytini kuzatsangiz tegishli ma'lumotlar, zarur axborotlarni topishingiz mumkin. Bu esa yurtimizda davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining jamoatchilik bilan aloqalari tobora rivojlanib borishga xizmat qilishi shak-shubhasiz. Biroq, axborot manbalarini yaratish, pirovardida, axborot tarqatish borasidagi bu ilg'or usuldan hali-hanuzgacha ba'zi tashkilotlarning axborot xizmatlari yetarli darajada foydalanmayotgani ayondir. Buni ularning veb-saytlari deyarli bo'm-bo'sh yoki bir paytlar nomigagina bir-ikkita xabar joylashtirilgan "sahifalari" misolida ko'rish mumkin. Bu o'rinda asosiy gap – axborot tarqatishda ilg'or usullarni o'z vaqtida samarali foydalanish haqida bormoqda.

Axborot xizmati muntazam ravishda tashkiloti tomonidan axborot oqimini tashkil qilishi zarur. Buning uchun Axborot xizmati xodimi ham ijodkor, ham tashkilotchi bo'lishi maqsadga muvofiqdir. Axborot xizmati xodimi yaxshi notiq ham bo'lishi taqozo etiladi. U intervyu berayotganida yoxud boshqa suhbatlarda ishtirok etayotganida adabiy til normalariga qat'iy rioya etishi muhimdir. Shevaga oid so'zlarni ko'p ishlatishi, so'z va iboralarni aytishda talaffuzi noaniq bo'lishi uning obro'siga putur yetkazishi mumkin.

Har qanday jurnalist ham istalgan vazirlik yoki tashkilotdan axborot olishda muayyan qiyinchilikka duch kelishi mumkin. Ya'ni, shu sohaga oid atamalar, iboralar, hujjatlar nomlarini yozishda goho chalkashib ketadi. Shunday paytda Axborot xizmati jurnalistlarga yaqindan yordam beradi. Biror anjuman haqida yozganda xatolikka yo'l qo'ymaslik uchun OAV xodimi albatta Axborot xizmatiga murojaat qilishi maqsadga muvofiqdir.

Bu borada Birinchi Prezidentimizning quyidagi so'zlarini eslash o'rinli: "Nega viloyat hokimlari, tuman hokimlari, vazirlar va boshqa mutasaddi rahbarlar matbuotdan o'zini olib qochadi? Zaifligi, tili qisq joyi bormi? Nega ochiq muloqotga chorlasangiz, duduqlanib qoladi? Yoki, ochig'ini aytadigan bo'lsak, mazmunli

javob berish uchun qurbi, saviyasi, malakasi yetishmaydimi?” E’tibor bersangiz bu masala yechimini ijobiy hal etishda PR talabalariga mos ilg’or fikrlar ilgari surilgan. Fikrni tahlil etishda davom etamiz. “Prezident ham, vazirlar ham, oddiy fuqaro ham, hokimlar ham ochiq bahsdan, ochiq muloqotdan o’zini tortmasligi shart. Bizni saylagan odamlar hokimiyat faoliyatidan xabardor bo’lishi va unga baho berishida matbuot vositachi rolini bajarishi lozim”<sup>3</sup>.

Bu borada jurnalistlar, Axborot xizmatlari xodimlari o’z ustilarida ko’p ishlashlari, muttasil izlanishlari talab etiladi. “Ommaviy axborot vositalari so’zda emas, amalda “to’rtinchi hokimiyat” darajasiga ko’tarilishi zarur. Bu – zamon talabi, islohotlarimiz talabi,— deb ta’kidladi Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev.— Birinchi navbatda media tarmoqlari faoliyati samarasini oshirish, ularni xalq bilan muloqotning ishonchli vositasiga aylantirish, zamonaviy axborot xizmatlari bozorini, sog’lom raqobat muhitini shakllantirish singari dolzarb masalalar doimiy e’tiborimiz markazida bo’lishi kerak”<sup>4</sup>.

Demak, Axborot xizmati tashkilot tomonidan berilishi zarur bo’lgan axborotlarni izchil ravishda to’plab, tegishli veb-saytida manba sifatida taqdim etib borishi maqsadga muvofiqdir.

Axborot xizmati xodimi kun bo’yi shu idora mutasaddilari bilan birga ishlaydi, u tashkilotning faoliyati bilan bog’liq qonunlar, hujjatlar, ish jarayoni, atamalar, fakt va raqamlardan yaxshi xabardor bo’ladi. Axborot manbalarini yaratishda biror noaniqlik yoki xatolikka yo’l qo’ymaslik lozim. Axborot xizmati tomonidan taqdim etilgan axborot oqimi OAV uchun ishonchli manba bo’lishi kerak.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Axborot manbalari qanday yaratiladi?
2. Axborot to’plashning qanday usullarini bilasiz?
3. OAVga axborot qay tarzda taqdim etiladi?

<sup>3</sup> Kerimov I.A. Yangicha fikrlash va ishlash – davr talabi. T.5. – T.: «O’zbekiston», 1997. B. 351-352.

<sup>4</sup> Mirziyoyev SH.M. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga. – [www.uza.uz](http://www.uza.uz), 27.06.2018.

4. Axborot oqimi qanday vujudga keltiriladi?
5. Tashkilotga tegishli veb-saytga qanday axborot va ma'lumotlarni joylashtirish zarur?
6. Tashkilot veb-saytiga necha kunda yangi axborot joylashtirish kerak?
7. OAV xodimlari taqdim etilgan axborot manbaidan foydalanishda nimalarga e'tibor qaratishi zarur?
8. Axborot oqimini kuchaytirishning qanday samarali yo'llarini bilasiz?
9. Tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirish uchun Axborot xizmati qanday vazifalarni amalga oshirib borishi kerak?
10. Axborot xizmati xodimining vazifalari nimalardan iborat?

## PRESS-RELIZ TAYYORLASH MAHORATI

1. *Press-reliz – Axborot xizmati xabarnomasi.*
2. *Press-reliz – ishonchli axborot manbai sifatida.*
3. *Press-relizga qo'yiladigan talablar.*
4. *Press-reliz tayyorlashda Axborot xizmati xodimining ijodiy mahorati.*

Axborot xizmati xodimining ijodiy mahorati OAVga tarqatayotgan press-relizida yaqqol namoyon bo'ladi. Tashkilot tomonidan o'tkazilayotgan katta anjumanga kelgan jurnalistlarga Axborot xizmati xodimi press-reliz taqdim etishi zarur. Ular shu joyning o'zidayoq bu ixcham, aniq va lo'nda axborot matni bilan tanishadi. Qo'shimcha ma'lumotlar zarur bo'lsa, Axborot xizmati xodimidan so'raydi.

Lisonimizga yangi kirib kelgan "press-reliz" atamasining lug'aviy ma'nosini ba'zi mutaxassislar dastlab: "matbuot xabarnomasi" deb so'zma-so'z tarjima qilgan edilar. Mantiqan olib qaralganda, ona tilimizda "matbuot xabarnomasi" degan ibora g'aliz, mohiyati noaniq. Uni "Axborot xizmati xabarnomasi" deb atash to'g'ri bo'ladi. Ya'ni, tashkilotning Axborot xizmati tomonidan tarqatiladigan xabarnoma!

U qisqa, lo'nda, maqsadi aniq, tili ravon, ortiqcha "tushuntirish"lardan yiroq, faktlarga boy bo'lgan muhim xabar matnidir. Mohiyatan uni axborot manbai, deyish mumkin. Press-relizni tayyorlash uchun Axborot xizmati xodimi nimalarga e'tibor berishi kerak?

1. Qog'oz tepasiga katta-katta harflar bilan press-reliz deb yozilgach, tashkilotning to'liq nomi, manzili, telefon raqami, elektron pochta, oxirida esa tayyorlangan sanasi ko'rsatilishi zarur.

2. Press-relizda avvalo, tashkilot haqida qisqacha ma'lumot berish, so'ng o'sha anjumanga oid fakt va raqamlar, anjuman o'tkazilishidan maqsad hamda uning mohiyati yoritilishi lozim.

3. Press-relizni o'qigan kishi bu material nima haqida, anjuman qachon va qayerda bo'ladi, uning jamoatchilik uchun qanday ahamiyati borligi aniq aks etishi kerak. Bir yoki ikki bet hajmda (A-4 formatda bir intervalda) tadbir o'tkazishdan maqsad, asosiy mavzu to'la aks ettirilishi taqozo etiladi<sup>1</sup>.

4. Press-relizda joy nomlari to'liq va bexato yozilishi shart. Masalan, YEXHT-DIHHB degan qisqartma so'zni gazetada shundoq yoritsa, hamma birdek tushunmaydi. Avvalo, Yevropada Xavfsizlik va Hamkorlik Tashkilotining Demokratik institutlar va inson huquqlari bo'yicha Byurosi, deb yozish, so'ng qavs ichida (keyingi o'rinda – YEXHT-DIHHB) deb ko'rsatish maqsadga muvofiqdir. Aytaylik, "MSK" degan yozuvga ilgari duch kelmagan kishi uning – Markaziy saylov komissiyasi ekanini bilmaydi. Ayrim nomlar qisqartma holida qo'pol so'zlarga aylanadigan bo'lsa, yaxshisi uni to'liq holida yozgan ma'qul. Shu o'rinda, ingliz olimi Sem Blekning fikricha, qisqartma nomlarni ham to'g'ri yozish kerak. Aytaylik, BMTni B.M.T. yoki AQSHni A.Q.SH. tarzida yozish noto'g'ridir<sup>2</sup>.

5. Press-relizda kishilarning ismi shariflarini to'liq va to'g'ri yozish shart. (Aytaylik, J.K. Taxtayev emas, balki Jo'raqul Komilovich To'xtayev qabilida yozish zarur). O'shanda uni televideniye yoki radioda o'qib eshittirishda ham noqulaylik tug'ilmaydi.

6. Joy nomlarini to'g'ri yozish muhim. (Masalan, Farg'onani – Fergana, Toshkentni – Tashkent yo Toshkan qabilida yozilishi mumkin emas. Shuningdek, Moskvani – Maskov, Rossiyani – Rusiya deb yozish mantiqqa zid). Boshqa mamlakatlar haqida so'z ketganda ularning nomini ham asl holicha yozish zarur. (Masalan, Indiya emas – Hindiston, Yegipet emas – Misr Arab Respublikasi, Emiratas – Birlashgan Arab Amirliklari, Kirgiziyamas – Qirg'iziston va hokazo).

<sup>1</sup> Qarang: Sullivan M. Mas'ul matbuot xizmati. Regional Program Office. Vienna. RPO. –T.: 2002. B. 43.

<sup>2</sup> Qarang: Блек С. Введение в публик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. Б. 83-85.



7. Raqamlarni tushunib yozish, xatolikka yo‘l qo‘ymaslik, kerak bo‘lsa, bu borada mutaxassislardan maslahat so‘rashdan tortinmaslik darkor. Ba‘zilar raqamlar mohiyatini tushunmasdan shundoq yozadilar: “Mazkur o‘quv dargohida 1000 ming nafar o‘quvchi ta‘lim olmoqda”. Bu yerda o‘quvchilar soni – millionta deb ko‘rsatilmoqda. Bunday payt eng maqbuli raqamdan so‘nggi so‘zni qavs ichida “1000 (ming) nafar” qabilida yozish maqsadga muvofiqdir.

8. Sohaga oid atamalarni qo‘llashda tegishli mutaxassislar bilan maslahatlashish zarur. Ba‘zan shunday jumla yozishadi: “disketda yozishni mashq qilmoqdalar...” Asli kompyuterda yozish mumkin. Undagi yozuv disketga va undan boshqa kompyuterga ko‘chirilishi mumkin.

9. Press-relizda imloviy xatolikka yo‘l qo‘yish mumkin emas. Tilimiz shu qadar boy va serjiloki, undagi so‘zlardan atigi bitta harfi xato yozilsa, ma‘nosi butunlay o‘zgarib ketishi hech gapmas. Aytaylik, “kuzga yaqin” bilan “ko‘zga yaqin” iboralarining ma‘nolari butunlay boshqa...

10 Press-relizni mutasaddilar bilan maslahatlashgan holda tayyorlashi va tashkilot rahbariga ko‘rsatib olishi lozim.

Press-relizni talab darajasida tayyorlay olmagan xodimlar Axborot xizmatida ishlashga noloyiq deb hisoblanadi. OAVga tarqatiladigan press-reliz tahrirtalab bo‘lishi nafaqat Axborot xizmati xodimi, balki tashkilotning ham obro‘sig a putur yetkazadi.

Soha mutaxassislaridan biri professor Fayzulla Mo‘minov bu mavzuda quyidagi ma‘lumotlarni taqdim etgan:

O‘tkazilayotgan tadbirlarning press-relizi risoladagidek bo‘lishi uchun birinchi galda nimalarga ahamiyat berish zarur? Press-relizni tayyorlash taxminan 15 ta talabdan iborat:

1. Predmet, voqea, harakat (shaxs, partiya, dastur...) haqidagi ma‘lumot matnning birinchi jumlasida bo‘lishi shart;

2. Birinchi jumlada voqeaning qisqacha mazmuni bo‘lishi kerak;

3. Press-relizning mazmuni yettita asosiy savolga javob berishi zarur:

- a). Tadbir predmeti (voqea...).
  - b). Tashkilot (uning nomi).
  - d). Tashkilot qayerda joylashgan (uning manzili).
  - e). Yutuqlar nimalardan iborat (tadbir nega o'tkazilmoqda).
  - f). Ilova (qo'shimcha ravishda yana nimadan foydalanish mumkin).
  - g). Detallar (raqamlar, miqdorlar, o'lchovlar, ranglar...).
  - j). Predmet manbasi (manzilning to'liq nomi, telefon, bog'lanish mumkin bo'lgan shaxs, elektron manzil va h.k.).
4. Press-reliz asosan elektron shaklda tarqatiladi, bu usul oson, qulay, tezkor va keng qamrovli.
  5. Press-reliz tashkilot nomi aks ettirilgan varaqa (blank)da tayyorlangani ma'qulroq.
  6. Press-reliz yorqin, jonli sarlavha zarur.
  7. Press-reliz qog'ozning bir tomonida 1,5 intervalda bosiladi.
  8. Abzatslar qisqa, 5-6 qatordan bo'lishi kerak.
  9. Press-reliz hajmi – 200-220 so'zdan iborat bo'lishi maqsadga muvofiqdir.
  10. Zarur bo'lganda press-reliz ikki variantda tayyorlanadi:  
– umumiy va ixtisoslashgan press-relizlar.
  11. OAV qo'shimcha materiallar so'rashi mumkin bunga tayyor bo'lib turish kerak.
  12. Agar rasmlar va boshqa shunga o'xshash ilova (chizmalar, diagramma)lar bo'lsa, bu haqda press-relizda aytish zarur va so'ralganda yuborish mumkin.
  13. Odatda press-reliz imzolanadi, ya'ni, kimning nomidan yuborilayotgani ko'rsatiladi.
  14. Matn oddiy matn shaklida yuborilishi maqsadga muvofiqdir.
  15. Mavzuning nomi rus va ingliz tillarida takrorlanishi maqsadga muvofiqdir.
- Axborot xizmati xodimi tahririyatlarga yuborilgan press-relizlar ro'yxatini qayd etib qo'yishi darkor.
- Agar press-reliz axborot xizmati xodimi tomonidan risoladagidek yozilgan bo'lsa, jurnalist hech bir o'zgartirishsiz uni xabar holida chop ettirishi yoki mazkur voqea haqida kattaroq

maqola yozayotganda birinchi xatboshida to'liq keltirishi mumkin (Faqat, u qaysi tashkilot Axborot xizmati tomonidan taqdim etilganini ko'rsatishi shart).

Press-relizning muhimligi abzatsdan-abzatsga kamayib borgani ma'qul, chunki jurnalistlar ularni pastdan qirqib qo'yaveradi.

Press-relizlarni yuborish usullari ularni tarqatishdan maqsad qanday ekanligiga bog'liq. Agar shunchaki tashkilotdagi yangilik haqida kimlarga ma'lumot uzatish bo'lsa, unda matbuot relizlari pochta orqali yuboriladi. Agar press-reliz e'lon qilinishi zarur bo'lsa, uning matni xatga ilova qilinib, maxsus odam bilan tahririyat (boshqa bir muassasa, idoraga) yuboriladi.

Agar press-reliz adresatni biror-bir tadbirga chaqirish bilan bog'liq bo'lsa, unda ikkita variant bor:

1. Press-relizning birinchi, qisqartirilgan matni bir hafta oldin tadbir dasturiga ilova shaklida taklif etilgan idora yoki shaxsga yuboriladi, tadbir kuni esa uning yana bir nusxasi yoki ikkinchi kengaytirilgan varianti tarqatma materiallarga qo'shib beriladi.

2. Press-reliz tadbir kuni dastur va tarqatma materiallar bilan birgalikda OAV va mehmonlarga topshiriladi. Bunday press-relizlar bir hafta-o'n kun oldin tarqatiladi, tadbirga bir-ikki kun qolganda telefonda yana eslatiladi.

Agar bitta idoradan ikki yoki undan ko'proq odam chaqirilsa, ularni ro'yxat qilmasdan har biriga alohida taklifnoma va press-reliz yuborish ma'qulroq. Xuddi shunday agar jurnalistdan tashqari mazkur OAVning bosh muharriri chaqirilsa, unga alohida, jurnalistga alohida taklifnoma va press-reliz yubormoq zarur: taklifnoma tadbirni eslatadi, press-reliz esa ishlashga imkoniyat yaratadi.

Press-relizda imloviy, stilistik va hatto, tinish belgilarida xatolar bo'lmasligi zarur. Agar shunday xatolarga yo'l qo'yilsa, bu tashkilotning obro'yiga putur yetkazadi.

Demak, Axborot xizmatining haqiqiy ijodiy mahorati Press-relizda yorqin namoyon bo'ladi.

## **Nazorat uchun savollar:**

1. "Press-reliz" atamasi qanday ma'noni anglatadi?
2. Ishonchli axborot manbai, degan fikrni qanday izohlaysiz?
3. Press-reliz qanday tayyorlanadi?
4. Press-reliz tayyorlashda Axborot xizmati xodimining ijodiy mahorati qanday baholanadi?
5. Press-reliz OAV vakillariga qanday taqdim etiladi?

## AXBOROT XIZMATI XODIMLARINING TASHKILOTCHILIK VA IJODIY MAHORATI

- 1. Axborot xizmati xodimining tashkilotchilik mahorati;*
- 2. Axborot xizmati xodimlari har kuni o'z tashkilotidan yangi axborot va ma'lumotlar to'plashi va OAVga taqdim etish rejasini ishlab chiqishi;*
- 3. Axborot xizmati tomonidan muntazam ravishda axborot oqimini vujudga keltirishi;*
- 4. Veb-saytda axborot manbaini yaratishda axborot xizmati xodimining ijodiy mahorati.*

Axborot xizmati xodimi o'z tashkiloti jamoasi – rahbaridan tortib oddiy xodimlarigacha to'la ma'lumotga ega bo'lishi darkor. (Tashkilotning kadrlar bo'limida har bir xodimga tegishli hujjatlar saqlanadi, axborot xizmatida esa ularning ilmiy, ijodiy va boshqa salohiyatini ko'rsatadigan ma'lumotlargacha to'plab borilishi maqsadga muvofiqdir) U butun faoliyati davomida ana shu jamoadan axborot oladi, ularni OAV bilan hamkorlikka chorlaydi, birgalikda tadbirlar, anjumanlar uyushtiradi, imijini yaratadi. Bil'aks, ularning jamoatchilik bilan aloqalar borasidagi tushunchalari mavhum bo'lib qolaveradi.

Jamoatchilik bilan aloqalardan ko'zlangan maqsad – tashkilotning dastur va rejalaridan, kundalik faoliyatidan ommani uzluksiz boxabar qilib borish, ikkinchi tomondan, sohada katta tajribaga ega kishilar, mutaxassislarining unga munosabati, fikr-mulohazalarini, taklif va e'tirozlarini o'rganib borishdir. Tashkilotda ana shu vazifani bajarish Axborot xizmati zimmasiga tushadi. Axborot xizmatini tashkil etgan tashkilot rahbari avvalo, uning ana shu vazifalarini to'g'ri anglab olmog'i lozim.

Qaysiki tashkilot rahbari Axborot xizmatining shu vazifalaridan kelib chiqqan holda ish tutsa, uning dastur va rejalari to'la amalga oshishiga imkon yaraladi. Bunday tashkilotning imiji

ortib boraveradi. Axborot xizmatidan samarali foydalangan tashkilot rahbarining imiji shunga yarasha yuqori bo'ladi. Axborot xizmati, birinchi galda, tashkilot rahbarining jurnalistlar bilan aloqasini mustahkamlaydi. O'z navbatida OAV xodimlari tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini izchil rivojlantirishga yordam beradi. Ishni shu asosda tashkil etgan rahbar amalda tashkilotning faoliyatini muttasil rivojlantira olishi mumkinligini hayotning o'zi isbotlamoqda.

Afsuski, ba'zi tashkilot rahbarlari Axborot xizmatini tuzishdan maqsad, uning vazifalarini hali to'la anglab yetmayotgani ko'rinib turibdi. Vaholanki, har bir tashkilotda Axborot xizmati o'rni, mavqei qay darajada bo'lishi birinchi galda shu jamoa rahbariga bog'liqdir.

Axborot xizmati birinchi galda tashkilot rahbari va OAV o'rtasida doimiy aloqa o'rnatadi. Jurnalistlar bilan bo'ladigan muloqotlarda matbuot kotibi tashkilot rahbarining ishonchli maslahatchisi bo'lishini to'g'ri tushunish lozim. Afsuski, shuni tushunmagan ayrim rahbarlar Axborot xizmatiga "shunchaki bo'lim" sifatida qaraydi. Oqibatda yuqorida qayd etilgan vazifalar bajarilmay, tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalari rivojlanmay qolaveradi. Demak, bu masala qay darajada hal etilishi tashkilot rahbariga bog'liq. "Barchamizga ayonki, islohot – bu yangilanish, o'zgarish degani. Islohotlar ijobiy natija berishi uchun, avvalo, rahbarlarimiz va odamlarimiz o'zgarishi kerak. Inson o'zgarsa, jamiyat o'zgaradi,– deb ta'kidladi O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasida. – Bu maqsadga erishish uchun birinchi navbatda, barcha darajadagi rahbarlar va xalq deputatlari, barcha yetakchilar o'z faoliyatini tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik asosida tashkil etishlarini bugun hayotning o'zi talab etmoqda. Zamonaviy, oqilona boshqaruv tizimini joriy etish – oldimizga qo'ygan vazifalarni bajarishning asosiy shartidir"<sup>1</sup>. Mazkur Murojaatnomada ta'kidlanganidek, Prezident qabulxonalarining ikki-yillik ish tajribasi shuni ko'rsatdiki, biz yaqin

<sup>1</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi (2018-yil 28 dekabr). – [www.uza.uz](http://www.uza.uz)

o'tmishda xalqdan, uning tashvish va muammolaridan ancha uzoqlashib qolgan ekanmiz. Biz fuqarolar bildirgan fikr-mulohaza va takliflarni inobatga olib, davlat boshqaruv tizimini isloh qilishimiz, ilg'or davlat menejmenti va "aqlli" boshqaruv prinsiplariga bosqichma-bosqich o'tishimiz lozim. Bu shuni bildiradiki, endi davlat muassasalari bevosita fuqaro bilan ishlashga o'tadi. Davlat idoralari xalqqa, jumladan, tadbirkorlarga yaqin ko'makchi bo'lishi zarur.

Bugungi kunda rahbarning tadbirkor va ishchan bo'lishi barobarida o'z jamoatchiligi bilan aloqalarini uzviy ravishda rivojlantirib borishi ustuvor masalalardan biriga aylandi. Zotan, "mamlakatimizning ertasi va taraqqiyoti rahbar xodimlarning fidoyiligi, professional mahorati, ijtimoiy-siyosiy faolligi, g'oyaviy-ma'naviy yetukligiga ko'p jihatdan bog'liq"<sup>2</sup> ekan, bugungi kunda ulardan Axborot xizmatiga to'g'ri munosabatda bo'lishlari talab etilishini izohlashga hojat yo'q.

Bugungi kunda tashkilotlarda Axborot xizmatini tashkil etish hukumat siyosati darajasiga ko'tarilganiga qaramay bu masalaga loqaydlik bilan qarayotganlar kam emas. Bu esa mamlakatimizda PRning rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Buning natijasida "joylarda ochiq va erkin fikrlovchilarning "og'zini yopishga" urinuvchi rahbar shaxslar ham uchrab turadi"<sup>3</sup>, alaloqibat, jamoatchilik fikrini nazar-pisand qilmaslik hollari ham ko'zga tashlanmoqda. Bu oshkoralik siyosatiga ziddir. "Aslida, oshkoralik – kamchiliklarni o'zimiz aniqlaylik, ularga xolisona baho beraylik va bartaraf etaylik degani. Bu esa ochiq muloqot, bahs-munozara orqali ro'yobga chiqadi"<sup>4</sup>. Axborot xizmati esa xuddi ana shu mas'uliyatli vazifani ado etishini har bir tashkilot rahbari to'g'ri tushunmog'i zarur. Qaysiki rahbar shuni to'g'ri tushunmasa, bundan birinchi navbatda tashkiloti va jamoatchiligi zarur ko'rishini izohlashga hojat yo'q. Bu kabi muammolar yechimini esa jamoatchilik fikrini o'rganmasdan turib ijobiy hal etish juda mushkul. Axborot xizmati xuddi shu muhim vazifani

<sup>2</sup> Paxrutdinov SH. Zamonaaviy rahbar: u qanday fazilatlariga ega bo'lishi lozim? //XXI asr. 2005-yil 10-noyabr.

<sup>3</sup> Qarang: O'zbekistonda jamiyatni demokratishtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh qilish yo'lida. –T.: «Akademiy», 2005. 118-b.

<sup>4</sup> O'sha to'plam, o'sha bet.

bajarishini to'g'ri tushungan holda tashkilot rahbari unga imkoniyatlar yaratishi, matbuot kotibiga jiddiy munosabatda bo'lishi, OAV bilan har tomonlama aloqalarni mustahkamlashda u bilan bamaslahat ish tutishi davr taqozosiga aylandi. Rivojlangan mamlakatlarda matbuot kotibining mavqei tashkilot rahbari o'rinbosarlariga tenglashtirilgani bejiz emas.

Biroq, bu ilg'or ish uslubini tushunib yetmayotgan ayrim rahbarlar Axborot xizmatiga "ikkinchi darajali tuzilma" sifatida qarashmoqda. Ular Axborot xizmati xodimlariga ma'ruzalarini yozdirish, qandaydir ma'lumotnoma yoki boshqa hujjatlarini tayyorlatish kabi mayda-chuyda ishlarni yuklab qo'yimoqda. Axborot xizmatining haqiqiy yumushlari bir chetda qolib ketayotir. Bu holda Axborot xizmatini tuzishdan ko'zlangan maqsadga erishib bo'lmaydi.

Axborot xizmatining yana bir vazifasi – tashkilot rahbarining OAVda muntazam chiqishlarini ta'minlashdan iborat. Buning uchun o'sha rahbarning o'zi ham tashabbus ko'rsatishi zarur. Ya'ni, gazetada qanday maqola yoritishi, televideniye yoki radioga qaysi mavzuda intervyu berishi borasida Axborot xizmati rahbari bilan bamaslahat ish tutishi lozim.

Qator tashkilotlarda Axborot xizmati faoliyatini tobora takomillashtirishda poytaxt shahrimizdagi Milliy matbuot markazida, turli tashkilot va muassasalarda vaqti-vaqti bilan o'tkazilayotgan matbuot kotiblari yig'ilishlari, davra suhbatlari muhim o'rin tutmoqda. Bu tadbir va anjmunlarda ayniqsa, yosh matbuot kotiblari bilim hamda tajribalari, malakalarini oshirmoqdalar.

Axborot xizmati matbuot anjumanlari o'tkazilganidan so'ng u haqda OAVda keng yoritilishi uchun ham mas'ul hisoblanadi. OAVni axborot bilan ta'minlash har bir Axborot xizmati xodimining muhim vazifasi hisoblanadi.

Demak, tashkilot rahbari Axborot xizmatini "mayda-chuyda" ishlarga o'ralashtirib qo'ymasdan o'sha salmoqli, zalvorli vazifalarni bajarishga yo'naltirishi davr talabidir. Buning uchun tashkilot rahbarining o'zi Axborot xizmatining qanday maqsadda tashkil etilgani, vazifalari nimalardan iborat ekanligini yaxshi



anglab olmog‘i zarur. Bu borada nazariyotchi Valentin Korolko yozganidek, «PRni xo‘jako‘rsinga tashkil qilmaslik kerak»<sup>5</sup>. Uning fikricha, o‘zlariga yaxshi sharoit yaratish uchun har qanday yo‘l bilan xalqni aldash va omma ishonchini suiiste‘mol qilish noxush oqibatlarga olib keladi. Jamiyatni ma‘lum bir muddat davomida aldash mumkin. Biron-bir qisminigina uzoqroq aldab yurish mumkin. Butun jamiyatni har doim aldab yurish esa hali hech kimga nasib qilmagan<sup>6</sup>. Jahon amaliyotiga nazar tashlaydigan bo‘lsak, qaysiki sohada bo‘lmasin omma ishonchini suiiste‘mol qilish shak-shubhasiz salbiy oqibatlarga olib keladi...

Demak, eng avvalo, har bir tashkilotda Axborot xizmatiga nisbatan munosabatni to‘g‘ri shakllantirish taqozo etiladi. Mutaxassislar fikricha, bunday munosabat mohiyati tubandagicha bo‘lishi mumkin:

- tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirishga doimo e‘tibor berib turish;

- soha mutaxassislari bilan bamaslahat ish yuritish;

- muhim qarorlar qabul qilishda avvalo, undan ko‘zlangan maqsad va oqibatini e‘tiborga olish;

- tashkilotning ichki va jamoatchilik bilan tashqi – ikki tomonlama aloqalarini muntazam ravishda o‘rnatish;

- e‘lon qilingan rejalar, uchrashuvlarda berilgan va‘dalarning to‘la bajarilishi uchun qat‘iy harakat qilish;

- tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarni rivojlantirishdan ko‘zlangan maqsadlarini aniqlab olish.

Davr talabini to‘g‘ri anglay olmayotgan ayrim tashkilot rahbarlarida Axborot xizmati bilan bunday munosabatlar nima uchun zarur, degan g‘ayrioddiy savol paydo bo‘lishi mumkin. Ochig‘i, bunday amaliyotga o‘rganmagan mutasaddilar og‘izda boshqacha gapirsalar-da amalda unga o‘zlari rioya etishi juda qiyin kechmoqda. Xo‘sh, bu borada nima qilmoq kerak, degan savolga muxtasar javob topish kerak. Professor Shukritdin Paxrutdinov iborasi bilan aytganda: "vazifa aniq: rahbar kadrlarni

<sup>5</sup> Korolko V.G. *Osnovniy publik relatsioniz.* –Kiev.: Vaxler, 2000.–С. 11-12

<sup>6</sup> Korolko V.G. *Osnovniy publik relatsioniz.* –Kiev.: Vaxler, 2000.–С. 11-12

professional jihatdan qayta tayyorlashimiz, eng avvalo, ularning ong va tafakkurini tubdan o'zgartirishga erishimiz zarur"<sup>7</sup>.

Toki, ular o'zlari rahbarlik qilayotgan tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini izchil rivojlantirishda Axborot xizmatining o'rni va rolini ham anglab yetishlari lozim.

Xulosa o'rniida aytish mumkinki, Axborot xizmatining asosiy vazifasi – matbuot, radio va televideniye orqali o'z idoralari haqida jamoatchilik o'rtasida ijobiy axborotni tarqatib, ushbu jamoatchilikda idoraning imijini yaratishdir. Albatta, mazkur vazifani muvaffaqiyatli bajarish faqatgina Axborot xizmati xodimlarining o'zlariga bog'liq emas. Ularning faoliyati eng avvalo, istiqbolli rejaga asoslanishi zarur.

Axborotlashgan jamiyatda Axborot xizmatini rivojlantirmasdan biror tashkilot faoliyati rivojlanishi mushkul. Axborot xizmatiga ijobiy munosabatda bo'lmalik va unga kerakli yordamni ko'rsatmaslik tashkilotning ertagi faoliyatini ta'minlay olmaslik bilan tengdir. Tashkilot rahbari va Axborot xizmati rahbari o'rtasida doimiy samimiy va ishonarli muloqot bo'lishi zarur. Ko'p idoralarda Axborot xizmati rahbari idora boshlig'ining axborot texnologiyalari yo jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha o'rinbosari hisoblanadi. Bunday rasmiy maqom Axborot xizmati uchun o'z vazifalarini muvaffaqiyatli bajarish imkonini oshiraveradi.

## **Axborot xizmatining boshqa bo'limlar bilan munosabatlari**

Ushbu mavzu asosan soha mutaxassislaridan biri – filologiya fanlari doktori, professor Fayzulla Mo'minov (muallifning ilmiy rahbari) bilan hamkorlikda tayyorlandi.

Har bir tashkilot bir nechta boshqarma, guruh yo bo'limlardan (keyingi o'rinlarda – bo'lim) tarkib topishini izohlashga bo'lmasa kerak. Ular bir maqsad yo'lida faoliyat ko'rsatadilar. Faqat, kundalik ishlari, rejalari turlicha bo'lishi mumkin. Aytaylik, gazeta tahririyatida ham o'sha nashr yo'nalishiga monand "Ijtimoiy hayot", "Iqtisodiyot", "Adabiyot va san'at",

<sup>7</sup> Paxitdinov SH. Zamonaviy rahbar: u qanday fazilatlariga ega bo'lishi lozim? //XXI asr. 2005-yil 10-noyabr.

"Jamoatchilik bilan aloqalar" kabi bo'limlarning rejaları turlicha bo'lsa-da, ular shu tahririyatni tashkil etgan holda bitta nomda gazeta chiqaradilar. Demak, tahririyat umumiy maqsad yo'lida faoliyat ko'rsatadi.

Turli mahsulotlar ishlab chiqarishga ixtisoslashgan korxonalar, yirik tashkilot va muassasalarda ham faoliyatlari bir-biri bilan chambarchas bo'lgan bo'limlar faoliyat ko'rsatmoqda. Axborot xizmati tashkilot rahbariyati bilan qanday munosabat o'rnatgan bo'lsa, o'sha bo'limlar bilan ham xuddi shunday uzviy aloqada bo'lishi lozim. Ochiq aytish kerak, hozircha Axborot xizmatining boshqa bo'limlar bilan munosabatlariga yetarli darajada e'tibor berilmayotir.

Yuqorida Axborot xizmatining tashkilot rahbari va jamoa xodimlari o'rtasidagi aloqalarni rivojlantirish borasidagi vazifalari haqida so'z yuritdik. (Buni, ichki PR deb atadik). Axborot xizmatining navbatdagi vazifasi – tashkilotdagi boshqa bo'limlar bilan ham hamkorlikni yo'lga qo'yishdan iborat. Bu ham aslida ichki PRni takomillashtirishga xizmat qiladi.

Tashkilotdagi har bir bo'lim bilan uzviy aloqada bo'lish ijtimoiy fikrni teranroq o'rganishga yordam beradi. Zero, "jamoatchilik fikri mohiyatini teranroq anglamoq uchun mazkur ijtimoiy hodisa tarkibini atroflicha o'rganish maqsadga muvofiqdir, – deb yozadi professor Mansur Bekmurodov. – Har bir fikr o'z ko'lami va sifatiga ko'ra xususiy, guruhiy, mahalliy, milliy, tabaqaviy bo'lishi mumkin"<sup>8</sup>. Tashkilotda esa bir nechta bo'limlar bilan aloqa o'rnatish asnosida butun jamoa fikrini teranroq o'rganish imkoni paydo bo'ladi. Chunki, ularning fikrlari "biror bir ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan masala xususida bildirilgan e'tiqodi, fikr-qarashlarining namoyishidir"<sup>9</sup>.

Demak, har qanday tashkilotda ichki PRni rivojlantirish uchun Axborot xizmati faqat rahbariyati bilan munosabat o'rnatishi kamlik qiladi. Axborot xizmati barcha bo'limlar bilan birdek aloqa o'rnatgan taqdirdagina ko'zlangan maqsadga erishishi

<sup>8</sup> Bekmurodov M. O'zbekistonda jamoatchilik fikri. –T.: O'zbekiston Respublikasi Ijtimoiy fikr jamoatchilik markazi. 1999. – 25 b.

<sup>9</sup> Баккер Г., Босков А. Современная социологическая теория и ее предметности и изменения. –М.: 1963. С-632.

mumkin. U har bir bo'limning faoliyati, rejalari, yutuq va kamchiliklari, erishayotgan natijalaridan boxabar bo'lib borishi zarur. (Hozircha Axborot xizmati umumiy yig'ilishlarda rahbarning gap-so'zlaridan so'ngina boshqa bo'limlar faoliyatidan qisman xabardor bo'lmoqda).

Agar Axborot xizmati boshqa bo'limlar bilan o'zaro aloqalarni muntazam yo'lga qo'ygan holda faoliyat ko'rsatsa, bu tashkilotning rivojlanishiga qay darajada ijobiy ta'sir ko'rsatishini tasavvur etish qiyin emas. Demak, bu masalaga tashkilot rahbari jiddiy e'tibor qaratib, tashkilotining bo'limlari bilan Axborot xizmati o'rtasidagi aloqalarni rivojlantirishga yordam berishi maqsadga muvofiqdir. Aslida, har bir rahbarning eng muqaddas burchi – odamlarga g'amxo'rlik qilish, ularni birlashtirishdan iboratdir.

Axborot xizmatining barcha bo'limlar bilan aloqalarni mustahkamlab borishi eng avvalo, umum manfaatiga xizmat qiladi. Har bir bo'lim Axborot xizmati orqali bir-birlarining ishlaridan boxabar bo'lib boradi. Shu asnoda ular hamfikir, maslakdoshga aylanadilar. Umum manfaatiga to'g'ri kelmaydigan yoxud ular faoliyatiga to'sqinlik qiladigan muammolarni bahamjihatlik bilan hal etib borish imkoniyatiga ega bo'ladilar. "Gap shaxs nuqtai nazarini umum manfaatlariga nechog'li muvofiq tushishiga, har bir individning jamoa xohish-irodasi, maqsad va intilishlari doirasida ish tutishiga bog'liqligi ustidadir, – deb yozadi professor Mansur Bekmurodov. – Zero, jamiyatning ildam taraqqiyoti fikrlar mo'l-ko'lligi, masalani hal etishning rang-barang yo'l va usullari mavjudligi va bu erkin qarashlarni ochiq-oydin o'rtaga tashlash, muhokama etish imkoniyatlari yaratilgan hollardagina amalga oshishi mumkin"<sup>10</sup>.

Axborot xizmati tashkilotdagi boshqa bo'limlar bilan qanday munosabat o'rnatadi?

Bu biror buyruq yo qandaydir ko'rsatma bilan amalga oshadigan ish emas.

<sup>10</sup> Bekmurodov M. O'zbekistonda jamoatchilik fikri. –T.: O'zbekiston Respublikasi Ijtimoiy fikr jamoatchilik markazi. 1999. – 7-8 b.

Axborot xizmati xodimi ishni avvalo, barcha xodimlar bilan samimiy munosabatlar, o'zaro hamkorlik o'rnatishdan boshlashi zarur. Boshqa bo'limlar Axborot xizmatiga qilayotgan ishlari haqida ma'lumotlar berib borishdan qanchalik manfaat ko'rishini tushuntirish kerak. Bo'limlar nafaqat qo'lga kiritilayotgan yutuqlar, ayni vaqtda ishga to'sqinlik qilayotgan muammolar xususida ham Axborot xizmatiga ochiq-oydin aytishlari odatiy holga aylanib qolishi darkor. Bunday holni esa tashkilotlarda ish yuritishning – muvofiqlashtirish usuli deb atashadi. Bu borada AQSHlik mutaxassis Margerit Sallivan ayrim nazariyotchilarning fikriga tayangan holda shunday yozgan: "Muvofiqlashtirishsiz ishni yaxshi bajarib bo'lmaydi". Muallifning fikricha, matbuot kotibi xodimlarning OAV bilan barcha aloqalarini muvofiqlashtirgani durust. Matbuot kotibi, hech bo'lmasa, biron-bir xodim matbuot vakillari bilan muloqotda bo'lgan-bo'lmaganini, qanday mavzularni muhokama qilganini imkon qadar tezroq bilishi zarur<sup>11</sup>.

Shuni ochiq aytish joizki, aksariyat tashkilotlarda xodimlar OAV vakillari bilan o'zlaricha suhbatlashavermaydilar. Ularga biror axborot berishga iymnadilar (yoki "qovun tushirib" qo'yishdan qo'rqadilar). Nega shunday, degan savolga esa hech kim jo'yali javob ayta olmaydi. Bu butun dunyoda kuzatilgan g'alati hodisadir. Biroq, ijtimoiy hayotda eng muhim axborotlar aynan ularning faoliyatlari bilan bog'liqligini e'tirof etish joiz. U ishlab chiqarish yo boshqa sohadami, baribir, axborotning birinchi manbai – oddiy mehnatkashlarning faoliyatlari bilan bog'liq hodisalardan boshlanishini izohlashga hojat yo'q. Shunday ekan, har bir jamoada Axborot xizmati boshqa bo'limlar bilan uzviy aloqada bo'lib, ular axborotini hushyorlik bilan o'rganib, lozim topsa, OAVda yoritib borishi darkor. Shu boisdan Axborot xizmati faoliyatining "ahamiyati yana shu sababdan ham ortadiki, ular umumiy hokimiyat instituti nomidan harakat qiladi, bu institut o'z irodasini fuqarolarga yetkazmasdan, o'z qarorlarini e'lon qilmasdan va tushuntirmasdan ishlay olmaydi"<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Qarang: Sallivan M.X. Mas'ul matbuot xizmati. –T.: 2005. – 13 b.

<sup>12</sup> Qarang: Matbuot xizmatlari faoliyatini tashkil etish bo'yicha qo'llanma. –T.: «Adolat», 2006. – 6-b.

Tashkilotda Axborot xizmati faoliyati, vazifalari va maqsadlari barchaga ma'lum bo'lgach, unga bo'lgan e'tibor ham ortadi.

Xo'sh, boshqa bo'lim xodimlari Axborot xizmatiga qachon axborot berib turishi, muammolarini oshkora aytishi mumkin? Qachonki, undan biror ijobiy natija chiqishiga ishonsa!

Aytaylik, biror bo'lim Axborot xizmati zarur axborotini aytganidan so'ng u haqda OAVda maqola yoritilsa va undan o'sha bo'lim manfaat ko'rsa, so'zsiz boshqa axborotlaridan ham boxabar qilib turadi. Yoki muammosini Axborot xizmatiga aytgach, uning ijobiy hal etilishiga yo'l ochilsa, shundan so'ng o'sha bo'limning Axborot xizmati bilan aloqalari mutahkamlana boshlaydi. Axborot xizmati boshqa bo'lim axborotini shunchaki tinglab, undan keyin biror say-harakat qilmasa, ularning hafsalasi pir bo'ladi. So'ng, unga biror axborot berish foydasiz, degan xulosaga keladi. Bunday jamoada Axborot xizmatining boshqa bo'limlar bilan aloqasi kutilgan darajada bo'lmaydi.

Boshqa bo'limlardan olingan axborotlarni Axborot xizmati nima qiladi, degan savolga quyidagicha javob berish mumkin:

1. Ma'lumot sifatida o'rganadi, tahlil qiladi va tashkilot rahbari bilan kelishgan holda internetdagi tegishli veb-saytiga joylashtiradi.

2. Mavzuning dolzarbligiga qarab OAVda yoritishi mumkin.

3. Jamoatchilikning unga nisbatan fikrini, ta'bir joiz bo'lsa, tajribali mutaxassislarining takliflarini, e'tirozlarini o'rganib, bu haqda bo'lim xodimlarini xabardor etadi.

Bu, albatta, o'sha bo'lim faoliyatining yanada rivojlanishiga xizmat qiladi. Demak, har bir bo'lim Axborot xizmatini o'z faoliyati haqidagi yangi axborot va ma'lumotlar bilan ta'minlab turishi maqsadga muvofiqdir. O'z navbatida Axborot xizmati bo'lim faoliyati, yutuqlari va muammolari, xodimlar faoliyati haqida jamoatchilikni xabardor etib borishi darkor. Aholi ularning faoliyati, chiqarayotgan mahsulotlari yoki ko'rsatayotgan xizmati va hokazolardan muntazam boxabar bo'lishi lozim. Bu bilan Axborot xizmati mazkur tashkilotda bo'limlararo axborot almashinuvini ta'minlashga xizmat qiladi. Shuning barobarida

boshqa bo'limlar Axborot xizmati say-harakatlariga qarab yo'l tutishlari odatiy holga aylanadi.

Xo'sh, bu borada yurtimizdagi tashkilotlarda ahvol qay darajada? Bu masalada Axborot xizmati birinchi galda quyidagi savollarga aniq va to'liq javob bera olishi darkor:

1. Tashkilot jamoasini, uning bo'limlarini qanday mutaxassislar tashkil etadi?

2. Ular tashkilotga tegishli qonunlar, hukumat qarorlari va boshqa meyoriy hujjatlardan qay darajada boxabar?

3 Tashkilot nizomi, dasturi, rejalari bilan tanishib chiqishganmi?

4. Ana shu hujjatlar yuzasidan qanday fikrlar bildirishgan? (O'sha bildirilgan fikrlar monitoringi olib borilganmi? Uning natijalari tashkilot rahbariga va jamoaga ma'lum qilinganmi?)

5. Xodimlar tashkilot rahbarining tarjimai holini, ish uslubini bilishadimi, unga ishonishadimi, zarur paytda qo'llab-quvvatlashadimi?

6. Tashkilotning istiqbol rejalari, dasturlari bilan har bir xodim tanishganmi va bu borada ularning fikrlari o'rganilganmi?

7. Jamoa shartnomasi – korxonada ish beruvchi bilan xodimlar o'rtasidagi mehnat, ijtimoiy-iqtisodiy va kasbga oid munosabatlarni tartibga soladigan meyoriy hujjat<sup>13</sup> bormi va unga qay darajada amal qilinmoqda?

8. Bo'limlarning kundalik faoliyati: erishayotgan natijalari, paydo bo'layotgan muammolar va ularning yechimi qanday hal etilayotganidan butun jamoa mudom xabardor bo'lib boradimi?

Tasavvur qiling, barcha xodimlardan o'sha savollarga ijobiy javob olinsa, u holda bu jamoa a'zolarining huquqiy saviyasi, madaniyati qay darajada yuksak bo'lishi mumkin! U holda har bir xodim qanday jamoada ishlayotganini anglab, ongli ravishda mehant qiladi! Tashkilotining bu jamiyatda nima uchun kerakligini his etadi. Odamlarga qanday foyda keltirayotganini, buning kelajagi qanday bo'lishini yaxshi biladi. Axborot xizmati o'z faoliyatida jamoa a'zolariga ana shular haqida uzluksiz ravishda zarur ma'lumotlarni yetkazib turishi shart.

<sup>13</sup> Qarang: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. –T.: 2002. – 3-jild, 545-b.

Agar xodim ulardan bexabar bo'lib, faqat rahbarining topshirig'ini bajarish bilangina kifoyalanayotgan bo'lsa-chi? (Ma'muriy-buyruqbozlik usuli shunaqa edi-da). Bu holda tashkilot faoliyatini qanday baholash mumkin? Bunday tashkilot o'z maqsadlariga qay darajada erisha oladi?

Yuqorida aytib o'tganimizdek, ana shu ichki PR vazifalarini o'z nomi bilan – piarmentlar, ya'ni, Axborot xizmati bajaradi. U birinchi galda tashkilot rahbariyati va mehnat jamoasi o'rtasida doimiy aloqa o'rnatishi zarur. Bu aloqa – jamoa a'zolarini yuqorida sanab o'tilgan hujjatlar bilan tanishtirishdan boshlanadi. O'z sohasiga oid qonunlar, tashkilotning meyoriy hujjatlari, rejalari va boshqa ma'lumotlar bilan tanishgan har bir xodimda ularga nisbatan fikr paydo bo'ladi. Ana shu fikrlarni, taklif va e'tirozlarni o'rganib, ulardan tashkilot rahbarini xabardor qilib borish Axborot xizmatining galdagi muhim vazifasi hisoblanadi. Ilmiy nuqtai nazardan qaralganda, Axborot xizmati shu asnoda ikki tomonlama fikr tinglashni, pirovardida, jamoatchilik bilan aloqalarni yo'lga qo'ygan bo'ladi.

Aniqlanishicha, ba'zi tashkilotlarda bu masalalarga na rahbari va na Axborot xizmati xodimi e'tibor beradi. Aynan shu masalada bir guruh jurnalistlar o'rtasida so'rov o'tkazilganida ayrimlar o'z tahririyati nizomi, dasturi, bosh muharrirning rejalari, moliyaviy ahvoli bilan tanish emasligi ma'lum ham bo'ldi.

"Tahririyat nizomi bilan tanishmisiz?"– degan savolga bir adabiy xodim shunday javob bergan:

"O'sha hujjatlar bosh muharrirning seyfidan turadi. So'rasak, nega kavlashtirib qolding?"– deya g'alati qaraydi...

Ikkinchi xodimning javobi haqiqatga ancha yaqin bo'ldi:

"Aslida o'zimiz loqaydmiz. To ishimiz tushmaguncha na qonunni va na boshqa zarur hujjatlarni o'qib ko'ramiz".

Uchinchi xodim masalaga yanada oydinlik kiritdi:

"Faqat rahbarning topshirig'ini bajarishga odatlanib qolganmiz".

To'rtinchi xodim beparvoligini oshkor qildi:

"O'sha hujjatlarni bilganimizdan nima foyda?"

Unga shunday javob qaytarish o'rindir:



"Avval o'sha hujjatlar bilan to'liq tanishing, so'ng, huquqiy bilim va saviyangiz oshganida savolingizga o'zingiz muxtasar javob topasiz!"

Yashirishga hojat yo'q, bunday achinarli holni respublikamizdagi qator tashkilotlarda ham kuzatish mumkin. Aksariyat hollarda xodimlar o'zlarini qandaydir vazifani bajarish uchungina ishga qabul qilingan, deb hisoblaydilar. Ular tashkilot rejalari bilan qiziqmaydi. Demak, o'sha tashkilotlarda hozircha ichki PR ham, Axborot xizmatining boshqa bo'limlar bilan aloqalari ham qoniqarli darajada deb bo'lmaydi. Xalqona tilda aytganda, bunday tashkilotlarda ahvol – eski tos, eski hammomligicha qolmoqda.

Qaysiki tashkilotda Axborot xizmati faoliyatiga jiddiy e'tibor qaratilsa va yuqorida qayd etilgan vazifalar to'la amalga oshirilsa, o'sha muammolar yechimi ijobiy hal etilishi mumkin.

Axborot olish ham, jurnalistning savollariga to'laqonli javob berish ham katta mas'uliyat talab qiladi. Buning uchun jurnalist ham, tashkilot mutasaddisi ham muayyan tayyorgarlik ko'rmasdan biror natijaga erishishi mushkul. Xo'sh, bu muammoni osonroq hal etishning imkoni bormi? Axborot xizmati xuddi ana shu mas'uliyatli va muhim vazifani ijobiy hal etadi!

Ya'ni, u tashkilotlar va OAVni bog'lovchi bo'g'in bo'la oladi.

Bugungi kunda respublikamizning ko'p tashkilotlari o'z axborot xizmati, gazeta-jurnallari, teleradiostudiyasi, internetda veb-saytlariga ega. Ular tashkilot axborotlarini ommaga yetkazishga xizmat qilishi talab etiladi. O'z navbatida jamoatchilik fikri o'rganib borilishi zarur.

Tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini uzviy bog'lab turadigan mas'ul shaxslar – Axborot xizmati xodimlari hisoblanadi. Ular avvalo, tashkilotning OAV bilan aloqalarini muntazam ravishda yo'lga qo'yadi. O'z navbatida OAV tashkilot axborotini tarqatish bilan bir qatorda uning jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirishda ham muhim o'rin tutadi.

Axborot xizmati qanchalik samarali faoliyat ko'rsatsa, tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalari shunchalik mustahkamlanib boraveradi. Shuni aytish joizki, odamlar oq bilan qorani, rost bilan yolg'onni, haqiqat bilan soxtalikni yaxshi ajratib oladi.

Shul bois PR ko‘proq psixologik munosabat o‘rnatadi, odamlar bilan ruhiy muloqotda bo‘ladi. Bu quyidagicha kechadi: “...o‘zaro aloqadan e‘tiborga, e‘tibordan tushunchaga, tushunchadan tan olishga, tan olishdan ishonchga, ishonchdan hurmatga, o‘zaro hurmatdan hamkorlikka, o‘zaro hamkorlikdan hamohanglikka”<sup>14</sup>. Bunday o‘zaro bog‘lanish jamoatchilik bilan aloqalarni mustahkamlashga xizmat qiladi.

PR nazariyasi va amaliyotini yaxshi bilgan matbuot kotiblari turli murakkab vaziyatlarda qanday yo‘l tutishini haqida D.Butrinning ushbu fikrlari e‘tiborga molik: “Yaxshi matbuot kotibi jurnaistlar bilan shunday asosda ishlashi kerak: “haqiqat shunchalik serqirradi, yolg‘on gapirishga hech qanday hojat yo‘q”<sup>15</sup>. Matbuot kotibi zimmasiga tushadigan murakkab vazifalar haqida so‘z borar ekan, axborot xizmati instituti hozirgi paytda ommaviy axborot vositalari olamining muhim bir segmenti bo‘lib qolayotganini to‘g‘ri anglamoq darkor.

### Nazorat uchun savollar:

1. Tashkilotchilik mahorati degan tushunchani qanday izohlaysiz?
2. Axborot xizmati xodimi qanday tashkilotchilik mahoratiga ega bo‘lishi kerak?
3. OAVga taqdim etiladigan axborot va ma‘lumotlar rejasini ishlab chiqishda nimalarga e‘tibor qaratish zarur?
4. Axborot oqimini vujudga keltirishda nimalarga e‘tibor qaratish zarur?
5. Tashkilotda Axborot xizmatiga nisbatan munosabat qanday shakllantiriladi?
6. Tashkilot rahbari o‘z Axborot xizmati bilan qanday munosabatda bo‘lmog‘i zarur?
7. Tashkilotda Axborot xizmatining boshqa bo‘limlar bilan munosabatlari qanday yo‘lga qo‘yiladi?

<sup>14</sup> Муминов Ф.А. Публик рилейшнз: теория и историй. –Т.: Ижод дунёси. 2003. Б. 77.

<sup>15</sup> Бутрин Д. Год открытих дверей. //Коммерсант. –2002, 24 декабр. Б. 30.

8. Boshqa bo'limlardan olingan axborotlarni Axborot xzmati nima qiladi?

9. Tashkilot rahbarining jurnalistlar bilan aloqasi qay tariqa yo'lga qo'yib boriladi?

10. Jamoatchilik bilan aloqalardan ko'zlangan asosiy maqsad nima?

## MATBUOT KONFERENSIYASI

*1 Matbuot konferensiyasiga tayyorgarlik ko'rish.*

*2 Matbuot anjumani o'tkazish uchun yaratiladigan sharoitlar.*

*3. Matbuot anjumanini boshqarishda matbuot kotibining o'rni.*

Jurnalistlar uchun eng katta muloqot maydoni – matbuot konferensiyasi hisoblanadi. Unda OAV vakillari vazir, qo'mita raisi va boshqa tashkilot, muassasa hamda idoralarning rahbarlari, mutasaddilari bilan yuzma-yuz muloqot qilish imkoniga ega bo'ladi.

Matbuot anjumani qanchalik yuksak saviyada, ochiq-oshkora o'tkazilishi Axborot xizmatining tashkilotchilik mahratiga bog'liq. Bu ishni amalga oshirishdan avval matbuot kotibi dastlab o'z idorasiga rahbari bilan bamaslahat quyidagi vazifalarni amalga oshirishi zarur:

– matbuot anjumani o'tkazishdan maqsad va undagi asosiy mavzuni aniq bilishi (shu asosda Press-reliz tayyorlashi);

– konferensiya o'tkaziladigan vaqti (yil, oy, kun, soat, daqiqasigacha) aniq bo'lishi va bu haqda tegishli OAV xodimlariga kamida uch kun ilgari xabar berilishi shart;

– anjuman jurnalistlar uchun qulay manzilda o'tkazilishi, o'sha xona keng va yorug', shovqin-surondan yiroq bo'lishi lozim. Toki, teleko'rsatuv yo radioeshittirish tayyorlashda noqulaylik bo'lmasligi zarur. Stollar iloji boricha aylana shaklida bo'lishi, anjumanga kelishgan mutasaddi rahbarlar va jurnalistlar bema'lol yuzma-yuz muloqot o'tkazishi uchun qulay bo'lishi kerak. (O'zbekiston Milliy matbuot markazida shu qulayliklar yaratilgan);

– matbuot konferensiyasiga tashrif buyurgan jurnalistlarni ro‘yxatda qayd etish va shu yerning o‘zida Press-relizlarni taqatish lozim;

– matbuot konferensiyasida ishtirok etayotgan tashkilot mutasaddilari oldida ularning ismi shariflari, lavozimlari yozilgan lavha turishi shart. Toki, anjuman ishtirokchilari kimlar bilan muloqot qilishayotganini bilib tursinlar;

– tashkilot rahbarini taklif etilgan jurnalistlar ro‘yxati bilan albatta tanishtirish darkor. Taklif etilmagan jurnalistlar ham tashrif buyurishlari va matbuot konferensiyasida faol ishtirok etishlari, bu haqda OAVda yoritishlari mumkin (faqat akkreditatsyadan o‘tgan jurnalistlar bilangina o‘tkaziladigan matbuot konferensiyalari bundan mustasno);

– anjumanda tashkilot rahbari va yana kimlar nima haqida gapirishini matbuot kotibi ular bilan kelishib olishi muhimdir;

– jurnalistlardan kutilayotgan taxminiy savollar ro‘yxatini rahbarga taqdim etish (bu ishda matbuot kotibidan juda ziyaraklik talab etiladi, u o‘sha mavzu doirasida jurnalistlar qanday savollar berishi mumkinligi haqida so‘rovlar o‘tkazishi, OAV vakillarining fikrlarini o‘rganish yo‘li bilan berilishi mumkin bo‘lgan savollar ro‘yxatini tuzishi mumkin);

– jurnalistlar oldindan matbuot konferensiyasi mavzusini so‘ragan taqdirda ularga albatta to‘g‘ri axborot berish shart. Bunday payt “Press-preliz” taqdim etish maqsadga muvofiqdir. Ayrim jurnalistlar radioda yo teleko‘rsatuvlarda anons berishlari mumkin.

Anjuman belgilangan daqiqada boshlanishi shart. Negaki, ba‘zi radio va hatto, telekanallar uni to‘g‘ridan-to‘g‘ri efirga berishi ham mumkinligini yodda tutish lozim.

Anjumanni matbuot kotibi boshqaradi. U tashkilot mutasaddilariga, so‘ng, navbati bilan jurnalistlarga so‘z beradi. Buning uchun matbuot kotibi imkon qadar jurnalistlarning ismi shariflarini, qaysi OAVdan tashrif buyurganini bilishi darkor.

Axborot xizmati xodimlaridan biri anjumanca berilayotgan savol-javoblarni yozib borishi zarur. Bu haqda uing o‘zi ham maqola yozishi mumkin. Jurnalistlar orasida atay “shov-shuvli”

savol beradiganlari ham uchrab turadi. Bunday paytda esa matbuot kotibi vujudga kelgan noqulay vaziyatdan ustalik bilan chiqib ketishga harakat qilishi zarur.

Matbuot anjumanlaridan asosiy maqsad – OAV xodimlarini axborot bilan ta'minlashdir. Ikkinchisi, ularning fikrlarini o'rganish. Tashkilot mutasaddilari va jurnalistlar o'rtasidagi bunday muloqot maydonida har qanday masalaning yechimi topilishi uchun imkon yaratiladi. OAV vakillari yuzma-yuz muloqotda o'zlarini qiziqtirgan savollariga bevosita tegishli mutasaddidan javob oladilar. Bu axborotning yanada aniq, sermazmun, faktlarga boy bo'lishiga xizmat qiladi. Matbuot anjumanining yana bir muhim jihati – tashkilot mutasaddilari va OAV vakillari tomonidan fikr ikki tomonlama tinglanadi. Matbuot anjumanlarida ham OAV xodimlari avvalo, axborotga ega bo'ladilar va uni hozirjavoblik bilan yoritishga kirishadilar.

Mutaxassislar fikricha, matbuot anjumanidagi “murakkab savollar ko'rilayotgan masalaning tub mohiyatini ochib berishga xizmat qilishi”<sup>1</sup> bu tadbirning qanchalik muhim ekanligini ko'rsatadi. Matbuot anjumani orqali keng jamoatchilik bilan aloqalardan tashkilot faqat yutadi.

Ba'zi tashkilotlar matbuot anjumanini “zarurat paydo bo'lganida” o'tkazish maqsadga muvofiq, deb hisoblaydilar. “Zarurat yo'q” deb, oylab matbuot konferensiyasi o'tkazmaslik jamoatchilik bilan aloqalar amaliyoti mantig'iga ziddir. Chunki, tashkilot va uning jamoatchiligi teng huquqli va o'zaro bog'liqligini yoddan chiqarmaslik darkor.

Axborot xizmati – uni tashkil etgan tashkilot yo muassasa bilan OAV o'rtasida ijtimoiy ko'prik, deyish mumkin. Bu “ko'prik” matbuot konferensiyalarida yaqqol namoyon bo'ladi. “Matbuot konferensiyalarini muttasil o'tkazsangiz, ular hovurni chiqarish imkonini beradi. Biron bir e'lon yoki pozitiv axborot bo'lsa, matbuot konferensiyasini o'tkazish yaxshi tadbir”<sup>2</sup>.

Matbuot konferensiyalaridan kutilgan natijalar, ya'ni, anjumanda tarqatilgan axborotlar, savol-javoblar va ularning

<sup>1</sup> Кятлинд С.М., Сенгер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика – М.: Вильямс, 2003. Б. 372.

<sup>2</sup> Qarag: Sullivan M. Mas'ul matbuot xizmati. Regional Program Office. Vienna. RPO. –T.: 2002. B. 55.

OAVda yoritilishi haqida Margerit Sallivan "Mas'ul axborot xizmati" kitobida shunday yozadi: "OAV jamoatchilikni hukumat faoliyatidan xabardor qiladi hamda munozaraga undaydi"<sup>3</sup>. Muallif bir matbuot kotibining shunday fikrlarini keltiradi: "hukumatlar ixtiyorida juda katta hajmda axborot bo'lib, ular uchun bu axborotni fuqarolarga yetkazishning samarali usuli zarur, shundagina hukumat axborot xizmati vakili sahnaga chiqadi. Bu odam, hukumat ichida ishlovchi reportyor kabi, jamoatchilik uchun axborot to'playdi"<sup>4</sup>.

Demak, matbuot kotibining kasb mahorati butun faoliyati davomida, ayniqsa, matbuot anjumanlarida namoyon bo'ladi. OAV xodimlari bilan muloqot paytida u nima qilishi yo qilmasligi lozim, degan savolga umumlashma fikr sifatida quyidagilar tavsiya etiladi:

– doimo haqiqatni gapirish, hushyor va rostgo'y bo'lish zarur. Sizga bo'lgan ishonch aynan ana shunga bog'liq;

– savolga javobni bilmagan taqdirda, "bilmayman" deb rostini aytish joiz. Bunday vaziyatda hammasini tez orada aniqlashga va'da berganingiz ma'qulroq. Savolga noaniq javob bo'lsa, bunga oydinlik kiritish istagingiz borligini ayting;

– tushunarli va ravon tilda gapiring, adabiy til normalariga rioya etishingiz axborot xizmati faoliyatida muhim o'rin tutadi. So'zlaringiz yozib olinayotgani doimo yodingizda tursin;

– jurnalistlar bilan iloji boricha yaxshi munosabatda bo'ling, OAVda so'zlaringiz noto'g'ri talqin qilingan bo'lsa, o'z vaqtida oydinlik kiriting. Xatolarni muloyimlik bilan ko'rsatib, ularga ishonarli dalil-isbotlar keltiring;

– voqea-hodisalar shunchalik tez sodir bo'ladiki, o'zingiz, rasmiy kishilar, vazirlik yo tashkilotlar nimalarga erishganini yoddan chiqarib qo'ymaslik uchun albatta ular haqida ish daftaringizga yozib boring;

– jurnalistlar qo'ng'irog'iga vaqtida javob qaytaring yo hech bo'lmasa bu ishni yordamchingizga yuklab qo'ying;

<sup>3</sup> O'sha manba. B. 7-15.

<sup>4</sup> Qarang: Sallivan M. Mas'ul matbuot xizmati. Regional Program Office. Vienna. RPO. -T.: 2002. B. 7-15.

– jurnalistlarga muhim bo‘lgan axborotni o‘z vaqtida topib berishga harakat qiling, garchi bunga qo‘shimcha kuch talab qilinsa ham... Bu zarur axborotning OAVda yoritilishida hozirjavoblikni ta‘minlashga xizmat qilishini unutmang;

– yaxshi kayfiyatda yurish Axborot xizmatiga xos xislat va fazilat. Shuni unutmangki, ko‘ngil sovushi ishimizga mudom zarar keltiradi;

Matbuot kotibining nufuzi u xizmat qilayotgan tashkilot imijiga ham so‘zsiz ta‘sir qiladi. Axborot xizmati xodimi jamoatchilik orasida o‘zlarini qanday tutishlari zarurligi haqida mutaxassislar fikriga quloq tutishlari shart. Bu boradagi tajribalardan kelib chiqqan holda Axborot xizmati xodimlariga quyidagi tavsiyalar beriladi:

– OAV xodimlari bilan muloqotda hech qachon yolg‘on so‘zlamang;

– tushunarsiz jumla va iboralarga albatta sharh bering, izohlang;

– o‘zingizga haqiqatdek tuyulgan gapning isboti bo‘lmasa yaxshisi aytmang;

– biror mavzuni o‘zingizcha to‘qib chiqarmang, chunki, tashkilot axborot xizmati nomidan so‘zlayapsiz;

– har bir so‘zingizni jurnalistlar tekshirib ko‘rishi mumkinligini yoddan chiqarmang;

– jurnalistlar, hatto, tashkilotingizga murojaat qilgan fuqarolarning biror savolini javobsiz qoldirmang;

– tashkilot rahbarini vaqti-vaqti bilan OAVda chiqishini uyushtiring. Buning uchun rahbaringiz bilan kelishgan holda jurnalistlarni taklif eting;

– Axborot xizmati faoliyati haqida hisobotlar yozib borishni unutmang.

Har bir Axborot xizmati boshqa tashkilotlarning axborot xizmatlari bilan muntazam aloqada bo‘lishi, ularning veb-saytlarini kuzatib borishi maqsadga muvofiqdir.

Matbuot kotibi o‘z faoliyati davomida qanday dastur zarur yoki zarur emasligini, u jamoatchilikka qanday ta‘sir etishini



bilishi darkor. Dastur qachon amalga oshishini, u orqali qanday samarali natijalarga erishish mumkinligini bilish taqozo etiladi.

\*\*\*

Ushbu mavzuda soha mutaxassislaridan biri – filologiya fanlari doktori, professor Fayzulla Mo‘minov (muallifning ilmiy rahbari) bilan hamkorlikda tayyorlangan quyidagi ma’lumotlar ham taqdim etiladi.

Matbuot anjumanlari muhim axborotdan jamoatchilikni xabardor qilish uchun o‘tkaziladi. Unga puxta tayyorgarlik ko‘rish kerak. Chunki yetkazilayotgan ma’lumotlar ortiqcha bo‘yoqlarsiz, aniq dalillarga tayangan bo‘lishi shart.

Matbuot konferensiyasini tayyorlash va o‘tkazish tartibining umumiy va alohida (konferensiya mavzusiga, xarakteriga bog‘liq) qoidalari bor. Tabiiyki, biz ko‘proq umumiy qoidalar haqida gapiramiz, yaxshisi ularni sanab chiqamiz:

1) matbuot anjumanini tayyorlash haqida tashkilot buyrug‘i, unda barcha kerakli bandler o‘z aksini topishi;

2) anjuman o‘tkazish joyi, kun tartibi, mehmonlar ro‘yxati, mas‘ul xodimlar, moliyaviy ta‘minlash, transport, kelganlarni qayd etadigan odamlar, norasmiy qismning joyi va xakteri, anjumandan tashqari tadbirlar, tashkilot rahbari bilan kelishish;

3) zarur bo‘lganda mehmonxonalardan joylar tayinlanishi;

4) tadbirga qatnashayotgan barcha mehmonlar va rahbarlarning telefonlari ro‘yxati;

5) banner, plakat va boshqa bezatilishga oid vositalar tayyor bo‘lishi;

6) kirish so‘zi tayyor bo‘lishi;

7) VIP mehmonlarni kutib olish (va anjuman davomida ular bilan birga bo‘lish);

8) mehmonlarni qayd etish vaqti ularga kerakli materiallarni tarqatish va ular haqida kerak bo‘lgan ma’lumotlarni yig‘ish (bu vazifalarning har biri alohida odamlar bajarishi ma‘qulroq);

9) adabiyotlar, bosma, reklama va axborot materiallarining tayyorligi;

10) beyjyklarni tarqatish;

11) anjuman kun tartibining bir nusxasini foyega osish;

- 12) anjuman mas'ullari ro'yxati va vazifalari tarqatma materiallarda o'z aksini topishi;
- 13) zarur bo'lganda suvenir va sovg'alar tayyorligi;
- 14) bayroqlar tayyorligi;
- 15) zalda stol va stullar yetarli bo'lishi;
- 16) mikrofon, kompyuter, proyektor va apparaturalar tayyorligi;
- 17) chiqishlarni yozib olish vositalari tayyor bo'lishi;
- 18) tadbirni o'tkazadigan tashkilot logotipi;
- 19) videoga tushirish masalasi;
- 20) suratga tushirish imkoniyatlari;
- 21) xorijiy mehmonlar bo'lsa, ular bilan bog'liq protokol tadbirlari;
- 22) agar shunga zarurat bo'lsa, tadbirda gapirmoqchi bo'lganlar ro'yxati va ular nutqining matni (tezislari) tayyorligi;
- 23) mehmon (OAV)lar uchun yozuv (tablichka, furshetka)lar;
- 24) zarurat bo'lganda, ularning iltimoslariga binoan, ayrim mehmonlarni alohida OAVlar bilan uchrashuvlarini tashkil etish;
- 25) davra stol yoki prezidium (moderator, olib boruvchi) uchun kun tartibi va qatnashchilar ro'yxatidan tashqari muhim mehmonlar haqida batafsil ma'lumotlar;
- 26) OAV uchun maxsus odam biriktirilishi (OAV uchun press-reliz va tarqatma material tayyorlab turish, radio televideniye va matbuotga kim intervyu berishini tashkil etish va h.k.)
- 27) stollarda yozish uchun qog'oz va qalamlarni tashkil etish;
- 28) barcha qatnashchilar uchun suv va stakanlar yetarililigini ta'minlash;
- 29) havo issiq bo'lsa, o'z vaqtida konditsionerlarni yoqib, zalni sovutish;
- 30) ma'ruzachilar yetib kelishi (yoki kelmaganligini) rais (moderator)ga o'z vaqtida bildirish;
- 31) barcha xohlovchilar uchun navbatma-navbat so'z berish (agar buning iloji bo'lmasa, eng muhimlariga imkoniyat yaratish);
- 32) ko'p gapiradiganlarni o'z vaqtida odob bilan to'xtatish;

33) savol-javob qismiga vaqt qoldirish va ular qisqa hamda aniq bo'lishini ta'minlash;

34) savol-javob payti qarashlar plyuralizmini ta'minlash;

35) zarur bo'lganda munozara qismiga vaqt ajratish;

36) munozaraning odob bilan olib borilishini ta'minlash;

37) tadbir boshlangandan keyin rais (moderator)ga kerakli ma'lumotlarni yetkazib turish uchun maxsus bir odamni tayinlash;

38) kechikib kelgan muhim mehmonlar bilan qatnashchilarni qisqa tanishtirish;

39) ayollarga alohida ehtirom ko'rsatish;

40) apparatura simlari yo'l ustida bo'lmasligini ta'minlash;

41) kofe-breyk uchun hamma narsa tayyor ekanligini tekshirish;

42) kofe-breyk payti mehmonlar bemalol gaplasha olishini ta'minlash;

43) tanaffuslarni o'z vaqtida o'tkazib ishni davom ettirish;

44) tadbirga yakun yasash;

45) mehmonlarni kuzatish va hokazolar.

Bu muhim tashkiliy tadbirlar bilan birgalikda ajumanning "asosiy qahramoni" chiqishiga ham alohida e'tibor qaratmoq darkor. Ya'ni, uning ma'ruzasi bugungi auditoriyaga mos tushishi kerak. Shuningdek, uning nutqida mashhur shaxslarning mavzu doirasidagi bir-ikkita qiziqarli fikrlari keltirilsa, maqsadga muvofiq bo'ladi. Shu bilan birga qahramonning tashqi ko'rinishi, nutqining ta'sirchan va esda qolarliligi, jumalarning grammatik jihatdan to'g'ri tuzilganligi, aniq va ravonligi, hatti-harakatlardan, imo-ishoralardan to'g'ri foydalana olishi matbuot anjumanining muvaffaqiyatli o'tishiga zamin yaratadi.

Bundan tashqari, axborot xizmati xodimi avvalo, o'z idorasida tayyorgarlikni boshlaydi. Ya'ni, u rahbari bilan maslahatlashgan holda quyidagilarni aniqlab olishi zarur:

– anjuman jurnalistlar bemalol yetib kelishlari uchun qulay manzilda o'tkazilishi, o'sha xona keng va yorug', shovqin-surondan yiroq bo'lishi lozim. Toki, teleko'rsatuv yo radioeshittirish tayyorlashda noqulaylik bo'lmasligi zarur. Stollar iloji boricha aylana shaklida joylashishi, anjumanga kelgan

mutasaddi rahbarlar va jurnalistlar bimalol yuzma-yuz muloqot o'tkazishi uchun qulay bo'lishi lozim. (Toshkent shahridagi Milliy matbuot markazida ana shu qulayliklar yaratilgan);

– konferensiya o'tkaziladigan vaqti (yil, oy, kun, soat, daqiqasigacha) aniq bo'lishi va bu haqda tegishli OAV xodimlariga bir hafta kamida uch kun ilgari xabar berilishi shart. Bu xabar jurnalistlarga taklif sifatida aytilishi ham mumkin;

– jurnalistlar oldindan konferensiya mavzusini so'ragan taqdirda ularga, albatta, to'g'ri axborot berish muhimdir. Ayrim jurnalistlar radioda yoki teleko'rsatuvlarda anons berishlari ham mumkinligini yodda tutish zarur;

– tashkilot rahbarini taklif etilgan jurnalistlar ro'yxati bilan, albatta, tanishtirish darkor. Taklif etilmagan jurnalistlar ham tashrif buyurishlari va konferensiyada faol ishtirok etishlari va bu haqda OAVda yoritishlari mumkin (faqat akkreditatsiyadan o'tgan jurnalistlar bilangina o'tkaziladigan matbuot konferensiyalari bundan mustasno);

– anjumanda tashkilot rahbari va yana qaysi mas'ul shaxslar nimalar haqida gapirishlari xususida axborot xizmati xodimi kelishib olishi muhimdir;

– jurnalistlardan kutilayotgan taxminiy savollar ro'yxatini rahbarga taqdim etish (bu ishda axborot xizmati xodimidan juda ziyraklik talab etiladi. U o'sha mavzu doirasida jurnalistlar qanday savollar berishi mumkinligi haqida so'rovlar o'tkazishi, OAV vakillarining fikrlarini o'rganish yo'li bilan berilishi mumkin bo'lgan savollar ro'yxatini tuzishi mumkin);

– konferensiyada ishtirok etayotgan tashkilot mutasaddilari oldida ularning ismi shariflari, lavozimlari yozilgan lavha turishi shart. Toki, anjuman ishtirokchilari kimlar bilan muloqot qilayotganini bilib tursinlar;

– konferensiyaga tashrif buyurgan jurnalistlarni ro'yxatda qayd etish va shu yerning o'zida ular uchun qulay bo'lgan tilda yozilgan press-relizlarni tarqatish lozim.

Konferensiyani odatda matbuot kotibi boshqaradi.

U avvalo, tegishli mutasaddilarga, so'ng, navbati bilan jurnalistlarga so'z beradi. Buning uchun matbuot kotibi imkon

qadar o'sha jurnalistlarning ismi shariflarini, qaysi OAVdan tashrif buyurganini bilishi darkor.

Axborot xizmati xodimidan biri anjumanda berilayotgan savol-javoblarni yozib borishi maqsadga muvofiq. Bu haqda uning o'zi ham maqola yozishi mumkin.

Jurnalistlar orasida atay "shov-shuvli" savol beradiganlari ham uchrab turadi. Bunday paytda esa axborot xizmati xodimi vujudga kelgan noqulay vaziyatdan ustalik bilan chiqib ketishga harakat qilishi zarur.

Masalan, Rossiya ichki ishlar vaziriga shunday savol berishgan: "Falon joyda kecha bir militsiya xodimi poraxo'rlik qilganidan xabardormisiz? U haqda nima deya olasiz?"

Shunda davrani boshqarayotgan Rossiya ichki ishlar vazirining axborot xizmati xodimi jurnalistning savoliga savol bilan javob qaytargan: "Siz o'g'lingiz ayni vaqtda nima ishlar bilan shug'ullanayotganini bilasizmi?"

Tabiiyki, anjuman ishtirokchilari axborot xizmati xodimining topqirligiga tan berishgan. Biroz mulzam bo'lgan jurnalisti vazirning o'zi noqulay ahvoldan qutqargan. Ya'ni, o'sha militsiya xodimi haqida yozib berishini so'ragan va unga qanday chora ko'rilgani haqida navbatdagi anjumanda ma'lum qilinishini aytgan.

Tashkilot mutasaddilari va jurnalistlar o'rtasidagi muloqot maydoni – matbuot konferensiyasi hisoblanadi. Bu matbuot anjumanida eng muhimi – tashkilot mutasaddilari va OAV vakillari tomonidan fikr ikki tomonlama tinglanadi. Matbuot anjumanlarida ham OAV xodimlari avvalo, axborotga ega bo'ladilar va uni hozirjavoblik bilan yoritishga kirishadilar. Ikkinchidan, ular yuzma-yuz muloqotda o'zlarini qiziqtirgan savollarga bevosita o'sha mutasaddidan javob oladilar. Bu axborotning yanada sermazmun, faktlarga boy bo'lishiga xizmat qiladi.

Mutaxassislar fikricha, matbuot anjumanidagi "murakkab savollar ko'rilayotgan masalaning tub mohiyatini ochib berishga xizmat qilishi" bu tadbirning qanchalik muhim ekanligini

ko'rsatadi. Matbuot anjumani orqali keng jamoatchilik bilan o'rnatiladigan aloqadan tashkilot faqat yutadi.

Ba'zi tashkilotlar matbuot anjumanini "zarurat paydo bo'lganida" o'tkazish maqsadga muvofiq, deb hisoblaydilar. «Zarurat yo'q» deb, oylab matbuot konferensiyasi o'tkazmaslik ham jamoatchilik bilan aloqalarning mustahkamligiga zid. Chunki tashkilot va uning jamoatchiligi teng huquqli va o'zaro bog'liqligini yoddan chiqarmaslik darkor.

Axborot xizmati – uni tashkil etgan tashkilot yo muassasa bilan OAV o'rtasida ijtimoiy ko'prik, deyish mumkin. Bu "ko'prik" matbuot konferensiyalarida yaqqol namoyon bo'ladi.

Axborot xizmati xodimining kasb mahorati butun faoliyati davomida, ayniqsa, matbuot anjumanlarida namoyon bo'ladi. OAV xodimlari bilan muloqot paytida u nima qilishi yo qilmasligi lozim, degan savolga mutaxassislarning fikrlarini e'tiborga olgan holda quyidagilarni tavsiya etamiz:

– doimo haqiqatni gapirish, hushyor va rostgo'y bo'lish zarur. Sizga bo'lgan ishonch aynan ana shunga bog'liq;

– savolga javobni bilmagan taqdirda, "bilmayman" deb rostini aytish joiz. Bunday vaziyatda hammasini tez orada aniqlab berishingizni va'da qilganingiz ma'qulroq. Savolga noaniq javob bersangiz, bunga oydinlik kiritish istagingiz borligini ayting;

– tushunarli va ravon tilda gapiring, adabiy til normalariga rioya etishingiz axborot xizmati faoliyatida muhim o'rin tutadi. So'zlaringiz yozib olinayotgani doimo yodingizda tursin;

– iloji boricha OAV xodimlari bilan yaxshi munosabatda bo'ling, so'zlaringiz noto'g'ri talqin qilingan bo'lsa, jurnalistlarga qo'ng'iroq qilib, oydinlik kiriting. Xatolarni muloyimlik bilan ko'rsatib, ularga ishonarli dalil-isbotlar keltiring;

– voqea-hodisalar shunchalik tez sodir bo'ladiki, o'zingiz, rasmiy kishilar, vazirlik yo tashkilotlar nimalarga erishganini yoddan chiqarib qo'ymaslik uchun albatta, ular haqida ish daftaringizga yozib boring;

– jurnalistlar qo'ng'irog'iga vaqtida javob qaytaring yo hech bo'lmasa bu ishni yordamchingizga yuklab qo'ying;

– jurnalistlarga muhim bo‘lgan axborotni o‘z vaqtida topib berishga harakat qiling, garchi bunga qo‘shimcha kuch talab qilinsa ham... Bu zarur axborotning OAVda yoritilishida hozirjavoblikni ta‘minlashga xizmat qilishini unutmang;

– xushchaqchaq kayfiyatda yurish axborot xizmati xodimiga xos xislat va fazilatdir. Shuni unutmangki, ko‘ngil sovushi ishimizga mudom zarar keltiradi. Agar sizda xushchaqchaqlik tuyg‘usi bo‘lmasa, ishingiz behuda mashg‘ulotga aylanib qoladi;

Axborot xizmati xodimining nufuzi u xizmat qilayotgan tashkilot imijiga ham so‘zsiz ta‘sir qiladi. Axborot xizmati xodimi jamoatchilik orasida o‘zlarini qanday tutishi zarurligi haqida mutaxassislar fikriga quloq tutishlari foydadan holi bo‘lmaydi.

Soha mutaxassislari ularga shunday tavsiyalar berishadi:

– hech qachon yolg‘on so‘zlamang, hech qachon «sharhlarsiz» gapirmang, xayolingizdagi gapni haqiqat demang, o‘zingizcha to‘qimang, bilmasangiz o‘ylab topmang. Qobiliyatli jurnalistlar barcha narsani tekshirib ko‘radilar. Agar xatoga yo‘l qo‘ygan bo‘lsangiz, sizga bo‘lgan ishonch so‘nadi;

– biror savolni javobsiz qoldirmang, agar yangiliklar borasida yetarli ma‘lumotga ega bo‘lmasangiz, ularni tavsiya qilmang;

– inqirozga duch kelganda undan chiqish rejasi bo‘lsin. Haqiqiy ma‘lumotlar orqali zudlik bilan jurnalistlarga murojaat qiling;

– rahbariyatni vaqti-vaqti bilan matbuotda chiqishga jalb qiling. O‘z xodimlaringizga axborot berib turing. Axborotlar haqqoniyligiga doimo e‘tibor bering.

Axborot xizmati xodimi o‘z faoliyati davomida qanday dastur zarur yoki zarur emasligini, u jamoatchilikka qanday ta‘sir etishini bilishi darkor. Dastur qachon amalga oshishini, u orqali qanday samarali natijalarga erishish mumkinligini bilish taqozo etiladi.

Axborot xizmatlarini tashkil etish va faoliyatini yo‘lga qo‘yishda ilmiy, nazariy va amaliy tajribalarga tayangan holda ish tutgan tashkilot hamda matbuot kotibi ko‘zlagan maqsadlariga erishadi.

PR amaliyotining yorqin ifodasi bo‘lgan matbuot anjumanida xalq fikri, takliflari o‘rganilishi uchun qulay vaziyat vujudga

keladi. Ushbu jarayonda tashkilot o'z faoliyatining samarasini qshirish maqsadida o'z faoliyati haqida axborot tarqatadi. Bu axborot maqsadli ravishda amalga oshiriladi. Jamoatchilik bilan aloqalar jurnalistikada ham eng yaxshi, qulay va samarali aloqalardan hisoblanadi. U «to'rtinchi hokimiyat»ning ham jamoatchilik orasida mavqeini oshiradi.

Axborot xizmati faoliyati samarasini matbuot konferensiyalarida yaqqol kuzatish mumkin. Jurnalistlar nafaqat o'zlarini qiziqtirgan mavzuda, balki, keng ommaning fikrlarini ifoda etishga intiladilar.

Suhbat, bahs, munozaralarda esa jamoatchilikning fikrlari aks etishi shubhasiz. Savollarga berilgan javoblar haqida hozirjavoblik bilan OAVda yoritiladi. Unga o'z navbatida fuqarolar ham munosabatlarini bildirishlari mumkin. Shu tariqa tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalari mustahkamlanib boraveradi.

OAVda aks etayotgan jamoatchilik fikrlari orqali ularning tashkilot faoliyatiga qanchalik qiziqish bilan qarashlarini ilg'ab olish mumkin. Gazetada yoritilgan dolzarb mavzudagi maqolalar birinchi galda shu soha mutaxassislarida qiziqish uyg'otadi. Tashkilot faoliyatining muttasil OAVda yoritilishi g'oyat muhim ahamiyat kasb etadi. Bu o'rinda OAV va matbuot keng ma'noda ijtimoiy-siyosiy, informatsion faoliyatning doimiy ish ko'ruvchi, serko'lam, hozirjavob, ta'sirchan, jangovar ko'rinishi ekanligini namoyon etgan holda jamiyatdagi mavjud g'oyalar va odamlarning ularga qarashlari va munosabatlarini aks ettiradi. Matbuotda rasmiy xabarlar matni qisqa, lo'nda qilib yoziladi. Unda ko'rilgan masalalarning mohiyati, qonun va qarorlar, belgilab olingan vazifalar aniq ifoda etiladi. Odamlar har kuni tanishib borgan gazetasi orqali uni chop etgan tashkilotni tanishi, bilishi va uning jamoatchiligiga aylanishi mumkin. Barcha nashrlar umummaqsad yo'lda xizmat qilsa bas. Ko'pincha tahririyat xodimlari matbuot konferensiyasi haqida yozishda kamchiliklarga yo'l qo'yishadi. U holda, shunday anjuman o'tkazishdan muddao nima, degan savolga gazeta sahifasidan yetarli darajada javob topish qiyin. Bunday xabarlar matbuot



anjumani va unda ko'tarilgan masalalar haqida kerakli axborotni bera olmaydi va tadbir ta'sirchanligini tushiradi.

Aslida, anjumandagi eng muhim axborot avvalo, tashkilot matbuot xizmati tarqatgan press-relizda aks etsa, ikkinchisi, savol-javoblar asnosida yuzaga chiqadi. Bunday savol-javoblar zamirida jamoatchilikka yetkazilishi zarur bo'lgan axborotlar OAVda o'z aksini topishi zarur.

Matbuot xizmati faoliyatining ommaviy axborot vositalarida keng yoritilishi uchun quyidagi vazifalarni amalga oshirishlari lozim:

– tashkilot faoliyati haqida OAV orqali tezkorlik bilan, doimiy ravishda haqqoniy axborot tarqatish;

– tashkilot faoliyati to'g'risida jamoatchilikni muntazam xabardor qilib turish;

– tashkilot tomonidan qabul qilinayotgan huquqiy aktlar, rasmiy axborotlarni aholiga o'z vaqtida yetkazish, ularni tahlil qilib borish;

– tashkilotdan ommaviy axborot vositalari uchun muntazam ravishda hech moneliksiz hamda ishonchli axborot olishni yo'lga qo'yish;

– tashkilot faoliyati haqida axborotlar tarqatish;

– OAV orqali tashkilot va jamoatchilik o'rtasidagi axborot almashinuvini ta'minlash;

– tashkilot faoliyati xususida keng jamoatchilikning fikri hamda munosabatlarini o'rganib borish, ularning ommaviy axborot vositalaridagi ishtirokini kengaytirish.

Qolaversa, axborot xizmati faoliyati va matbuot anjumani qay darajada va qay tarzda yoritish jurnalistlarning ham ijodiy mahoratiga bog'liqdir. Bu borada ham axborot xizmati xodimi jurnalistlar bilan yaqin aloqada bo'lishi va ular bilan ijodiy hamkorlik qilishi maqsadga muvofiqdir. OAVda aks etayotgan jamoatchilik fikrlari orqali ularning tashkilot faoliyatiga qanchalik qiziqish bilan qarashlarini ilg'ab olish mumkin. Gazetada yoritilgan dolzarb mavzudagi maqolalar birinchi galda shu soha mutaxassislarida qiziqish uyg'otadi. Matbuotda rasmiy xabarlar matni qisqa, lo'nda qilib yoziladi. Unda ko'rilgan masalalarning

mohiyati, qonun va qarorlar, belgilab olingan vazifalar aniq ifoda etiladi. Odamlar har kuni tanishib borgan gazetasi orqali uni chop etgan siyosiy tashkilotni tanishi, bilishi va uning jamoatchiligiga aylanishi mumkin. Barcha nashrlar umummaqsad yo'lida xizmat qilsa bas.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Matbuot konferensiyasiga qanday tayyorgarlik ko'riladi?
2. Matbuot konferensiyasi – muloqot maydoni, degan fikrni qanday izohlaysiz?
3. Matbuot anjumani qanday saviyada o'tkazilishi kimlarga bog'liq?
4. Matbuot anjumanini talab darajasida o'tkazish uchun qanday sharoitlar kerak?
5. Matbuot anjumanini o'tkazish uchun Axborot xizmati xodimlari qanday vazifalarni bajarishlari zarur?
6. Matbuot anjumanini kim boshqaradi?
7. Matbuot anjumani davomida Axborot xizmati xodimlari qanday vazifalarni bajarishi zarur?
8. Tashkilot faoliyatining ochiq-oshkoraligini ta'minlashda matbuot anjumani qanday ahamiyatga ega?
9. Matbuot anjumanlari o'tkazishdan asosiy maqsad nima?
10. Tashkilot faoliyati xususida keng jamoatchilikning fikri qanday o'rganiladi?

## **AXBOROT XIZMATI VA JURNALISTLAR HAMKORLIGI**

- 1. Matbuot anjumani haqida yoritishda jurnalistlar bilan hamkorlik samarasi.*
- 2. Tashkilot va jamoatchilik o'rtasida axborot almashinuvi.*
- 3. Tashkilot axborotini tarqatishda OAV qanday o'rni.*
- 4. Axborot xizmati tomonidan axborot tarqatish usullari.*

Bo'lib o'tgan matbuot anjumani haqida OAVda keng yoritish maqsadga muvofiqdir. Taassufki, ba'zi tahririyat xodimlari bu mavzuni yozishga jiddiy e'tibor qilishmaydi. Ba'zi OAV xodimlari anjuman "bo'lib o'tgani", unda mutasaddilar "jurnalistlarning savollariga javob bergani" haqidagi gaplardan nari o'tishmaydi.

U holda, shunday anjuman o'tkazishdan muddao nima, degan savolga gazeta sahifasidan yetarli darajada javob topish qiyin. Bunday xabarlar matbuot anjumani va unda ko'tarilgan masalalar haqida yetarli axborotni bera olmaydi.

Aslida, anjumandagi eng muhim axborot tarqatilgan press-relizda aks etgan bo'ladi. Savol-javoblar zamirida esa jamoatchilikka yetkazilishi zarur bo'lgan ma'lumotlar aytiladi. U OAVda keng yoritilishi zarur. Bu jurnalistning ijodiy mahoratiga bog'liq. Axborot xizmati xodimi jurnalistlar bilan yaqin aloqada bo'lishi va ular bilan ijodiy hamkorlik qilishi maqsadga muvofiqdir.

Jamoatchilik bilan aloqalar – Axborot xizmati xodimining bosh maqsadi. U mazkur auditoriya nomidan harakat qiladi. Shu bois, u odamlar bilan o'zaro hurmat doirasida muloqotda bo'lishni asosiy vazifa deb bilishi zarur. Negaki, odamlar ishonuvchan, u nima gapirsa, ishonadi.

Tashkilot faoliyati haqida asosan OAV orqali axborot tarqatilishini nazarda tutgan holda Axborot xizmati unga izchil

ravishda materiallar yuborib turishi zarur. Bu jarayonda Axborot xizmati xodimi quyidagilarga amal qilishi darkor:

- tashkilot qachon ta'sis etilganidan tortib, qaysi qonunlar, hukumat qarorlari asosida faoliyat ko'rsatishigacha aniq bilishi;
- o'z tashkilotining Nizomi, Harakat dasturi, maqsad va vazifalarini teran anglashi;
- tashkilotdagi har bir mas'ul xodimning lavozimi, vazifalarini aniq bilishi;
- tashkilot faoliyatidagi yutuq va kamchiliklardan voqif bo'lishi;
- jurnalistlarning tashkilot faoliyatiga oid savollariga javob bera oladigan darajada bo'lishi;
- tashkilot faoliyatiga taalluqli fakt va raqamlarni muttasil o'rganib borishi;
- axborotni qog'ozga tushirganda yuksak ijodiy mahorat bilan ishlashi, tahrirga hojat qoldirmasligi;
- imkon qadar qisqa satrlarda ulkan mazmunga ega bo'lgan mavzularni yoritishi;
- Axborot xizmati tomonidan taqdim etilib, OAVda yoritilgan axborotga nisbatan odamlarda qanday munosabat paydo bo'lganini o'rganish.

Taniqli siyosatshunos Dmitriy Olshanskiy ta'biri bilan aytganda, Axborot xizmati xodimi avvalo, axborotga nisbatan javobgarlik hissini tuyishi zarur. Ya'ni, keltirilgan fakt va raqamlarni yoki bo'lmasa, tanqidiy mulohazalarni u asoslay olishi shart. Pishiq-puxta axborotni o'z vaqtida OAVga uzatishda Axborot xizmati xodimining hozirjavobligi, tezkorligi muhim ahamiyat kasb etadi. Agar u o'z tashkiloti haqidagi muhim axborotni tezkorlik bilan uzatmasa, boshqalar bunga ulgurib, u to'plagan axborotning qimmati yo'qoladi. Siyosatshunos olimning "Politicheskiiy PR" kitobida axborot xizmati xodimining bu jarayondagi olti asosiy vazifasini quyidagicha tasniflagan:

1. Axborot xizmati xodimi o'z tashkilotining maqsad va vazifalarini chuqur bilishi, uning Nizomidagi, Harakat dasturidagi aniq maqsadlardan boxabarligi hamda ayni damdagi yutuq va kamchiliklardan voqif bo'lishi. Chunki muloqot paytida u yirik

muammolar bilan birga ko'zga ko'rinmasdek bo'lib tuyulgan ayrim jihatlar haqidagi savollarga javob berishiga to'g'ri kelib qoladi;

2. Fakt va raqamlarga, ishonarli va qiziq dalillarga boy axborot to'plashi. Tashkilot qachon ta'sis etilgan, uning a'zolari qancha qabilida shablon tarzidagi ma'lumotlar odamlarni qiziqtirmaydi;

3. To'plangan axborotlar satrma satr tahrir qilinishi. Qaytariqlar, hisobot tarzidagi zich ma'lumotnomalar auditoriyaning tashkilot haqidagi qiziqishlariga javob bo'la olmaydi. Aksincha, mitti bo'lsa-da, hayotiy, jonli faktlar ularning axborotga bo'lgan ehtiyojini qondirishi mumkin;

4. Uzatilgan axborotga nisbatan kutilayotgan natijani oldindan bilishi. Ya'ni, auditoriyada axborotga nisbatan qanday jonlanish bo'ldi, odamlarning fikr-mulohazalari ijobiymi yoki salbiy? Axborot xizmati xodimining kutilayotgan barcha savollarga javobi tayyor turishi zarur.

5. Axborotga nisbatan javobgarlik hissini tuyishi. Ya'ni, keltirilgan fakt va raqamlarni yoki bo'lmasa, tanqidiy mulohazalarni asoslay olishi shart.

6. Tahrir qilingan pishiq-puxta axborotni o'z vaqtida OAVga uzatish. Bunda axborot xizmati xodimining operativligi, tezkorligi muhim ahamiyat kasb etadi. Agar u o'z tashkiloti haqidagi voqelikni tezkorlik bilan uzatmasa, boshqalar bunga ulgurib, u to'plagan axborotning qimmati yo'qoladi<sup>1</sup>.

Bir narsa ayonki, auditoriya matbuotga jamiyat ko'zgusi, adolat tarozisi sifatida qaraydi. Hatto haqiqatga yaqin kelmaydigan voqea-hodisalar to'g'risida ham "televizorda o'z qulog'im bilan eshitdim, radioda aytishdi, gazetada o'qidim" deb ishonishadi. Jurnalistlarni ayrim paytlari hukumat va xalq o'rtasidagi bog'lab turuvchi xalqa deb ham ta'riflashadi. Xuddi mana shu ishonch Axborot xizmati xodimining zimmasiga katta mas'uliyat yuklaydi.

---

<sup>1</sup> Qa'ang: Олшанский Д. Политический ПР. СПб.: -М.: Питер, 2003. Б. 81.

Axborot xizmati o'z vazifasini birinchi navbatda idora manfaatlaridan kelib chiqib emas, keng jamoatchilik manfaatlaridan kelib chiqqan holda ado etmog'i zarur. Chunki Axborot xizmati ma'muriy ma'noda o'z ta'sislariga bo'ysunsa, ijodiy ma'noda erkindir. Ular tegishli idora yo'nalishidagi mavzumuammolarning keng aholi o'rtasida targ'ib-tashviq qilish, tug'ilajak savollarning javobsiz qolmasligi, tegishli hujjatlarning, huquqiy yangiliklarning o'z vaqtida ommalashtirilishi singari vazifalarni ham ado etishlari zarur. Shu o'rinda davlatimiz rahbari Shavkat Mirziyoyevning "Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga" yo'llagan tabrigidagi quyidagi so'zlarini eslash o'rinlidir: "Biz jamiyatimizda oshkoralik, adolat va qonun ustuvorligini ta'minlashda, huquqiy demokratik davlat asoslarini mustahkamlashda sizlarga, sizlarning bilim va iste'dodingizga tayanamiz, – deb ta'kidlangan tabrikda, – Ayniqsa, hayot va kasb tajribangizni yoshlarga o'rgatish, ularni zamonaviy fikrlaydigan, Vatan va xalq manfaatini muqaddas deb biladigan, sog'lom va barkamol insonlar etib tarbiyalashda ko'pchilikka o'rnak va namuna bo'lasizlar, deb ishonaman"<sup>2</sup>.

Biroq, ba'zi tashkilotlarning axborot xizmatlari bilan OAV hamkorligi u qadar talab darajasida emasligi haqida tanqidiy maqolalar yoritilayotgani ham bejiz emas. Axborot xizmati xodimlari o'z tashkilotlari faoliyati doirasida amalga oshirayotgan ishlarini matbuotda to'la yoritmayapti. Ayrim tashkilotlarda hisobot uchun, shunchaki yengil-yelpi o'tkazilayotgan tadbirlarni efirga berib bo'lmaydi. Bundan na televideniye, na teletomoshabin manfaatdor bo'la oladi. Qolaversa, yuzaki hisobotlar bilan efirning qimmatli vaqtini band etib bo'lmaydi.

Demak, Axborot xizmati bilan OAV hamkorlikni izchil yo'lga qo'ysagina ijobiy natijaga erishishi mumkin. O'rganilgan tajribalardan kelib chiqqan holda bunday hamkorlikning quyidagi turlarini aytilish mumkin:

<sup>2</sup> Mirziyoyev S.H.M. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga. – www.uza.uz, 27.06.2018.

1. Axborot xizmati tahririyatlar bilan muntazam aloqa o'rnatishi zarur. Muharrirga xat yo'llab, tashkilot tomonidan amalga oshirilayotgan ishlar haqida yozishi kerak.

2. Tahririyat tegishli tashkilot haqida kelgan xatlardan boxabar bo'lib borish darkor. Tahririyat uni yoritisa juda yaxshi, aksincha, yoritilmay qolsa, uni talab qilib olishi va mohiyatini o'rganishi lozim. Ta'bir joiz bo'lsa, tashkilotga tegishli muammoni shu yerning o'zida hal etishi va bu haqda muallifni ogohlantirishi shart.

3. Axborot xizmati xodimi o'z tashkiloti haqida axborot tarqatganda uning odamlar uchun qanchalik ahamiyatli ekanligiga ham jiddiy e'tibor qaratishi shart.

Axborot xizmati taqdim etgan materialda tashkilot faoliyati asosan ijobiy nuqtai nazardan xarakterlanadi. Biroq, u faqat maqtovlardan iborat bo'lmasligi zarur. Tashkilot faoliyati haqida aniq faktlarga asoslanib gapiriladi, aks holda unga ishonmaydilar, qiziqmaydilar ham.

OAVga materialdan tashqari elektron xatlar yozib turish kerak – ularga nima yoqdi, nima yoqmad, qanday ma'lumotlar darkor va hokazo.

Har bir Axborot xizmatida OAVning media-kartasi bo'lmog'i lozim. Media-kartaga quyidagi ma'lumotlar kiradi:

– OAV ro'yxati, turi, davriyligi, yo'nalishi, xususiyati, hajmi, (efir vaqti);

– tahririyat strukturasi, manzili, faks, telefon raqamlari, elektron pochta, veb-sayti;

– bosh muharriri, o'rinbosarlari va boshqa mas'ul xodimlari;

– Axborot xizmatiga tegishli tashkilot yo'nalishi bo'yicha ixtisoslashgan bo'lim xodimlarining ism-familiyalari, xizmat, uy va qo'l telefonlari, elektron manzillari va yana boshqa kerakli ma'lumotlar.

Axborot xizmati faoliyati samarali bo'lishi uchun har bir xodimni bittadan OAVga biriktirishi maqsadga muvofiqdir. Ya'ni, biri matbuotga, ikkinchisi radio va televideniye, uchinchisi internet va axborot agentliklariga va hokazo. Ular ana shu OAVda tashkilotga oid yoritilayotgan materiallarni ham izchil o'rganib

borishi zarur. Tashkilotga taalluqli tanqidiy fikrlar, takliflar yoritilsa, bu haqda albatta tashkilot rahbariga ma'lumot berish shart. Toki, rahbar OAVda o'z tashkiloti haqida yoritilgan gaplardan bexabar yurmasligi lozim. Ta'bir joiz bo'lsa, unga nisbatan vaqtda munosabatini bildirishi taqozo etiladi.

\*\*\*

Ushbu mavzuda soha mutaxassislaridan biri – filologiya fanlari doktori, professor Fayzulla Mo'minov (muallifning ilmiy rahbari) bilan hamkorlikda tayyorlangan quyidagi ma'lumotlar ham taqdim etiladi.

Barcha axborot xizmatlari tomonidan OAV uchun tayyorlangan materiallar piar-materiallar deb hisoblanadi, bu ushbu faoliyatning yetakchi qonuniyati. Jamoatchilik bilan aloqalar – axborot xizmati xo'dimini bosh maqsadi. U mazkur auditoriya nomidan harakat qiladi. Shu bois, u odamlar bilan o'zaro hurmat doirasida muloqotda bo'lishni asosiy vazifa deb bilishi zarur. Negaki, odamlar ishonuvchan, u nima gapirsa, ishonadi. Har bir idoraning o'zi haqida jamoatchilik o'rtasida ma'lumot tarqatish bilan bog'liq faoliyatining yarmidan ko'pi OAV orqali amalga oshiriladi. OAV bilan Axborot xizmatining hamkorligini muhim yo'nalishi – turli OAVga idora haqida izchil ravishda materiallar yuborib turish. Albatta, buni o'zaro kelishuv asosida amalga oshirish zarur.

Shu o'rinda OAV o'z ijtimoiy funksiyalarini bajarishini eslab o'tish joiz. Ya'ni:

- a). uning asosiy vazifasi axborot tarqatish;
- b). ana o'sha axborot bilan auditoriyaning dunyoqarashini, bilimni oshirish;
- d). axborotda tilga olinayotgan voqelikka nisbatan auditoriyaning mehri yoki g'azabini qo'zg'atadi. Ani'qrog'i, auditoriyaning hayajonini jilovlab turadi. OAV siyosiy arbobning imijini qay darajada yaratsa, auditoriya huddi shu darajada qabul qiladi;
- e). aloqa o'rnatish funksiyasi. Yakka shaxs yoki butun bir auditoriya bilan tashkilot o'rtasida o'zaro aloqani o'rnatadi<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Krech., Crutchfield. Theory and Problems of Social Psychology. – N. Y.: Plenum, 1948. – R.316.



Axborot xizmati xodimlari bilan OAVning bugungi hamkorligi talab darajasida emasligi haqida turli davra suhbatlarida to'g'ri tanqid qilinmoqda. Axborot xizmati xodimlari o'z tashkilotlari faoliyati doirasida amalga oshirayotgan ishlarini matbuotda to'la yoritmayapti. Chunki hisobot uchun, shunchaki yengil-yelpi o'tkazilayotgan tadbirlarni efirga berib bo'lmaydi, bundan na televideniye, na teletomoshabin manfaatdor bo'lmaydi. Qolaversa, yuzaki hisobotlar bilan efirming qimmatli vaqtini band etib bo'lmaydi. Bundan ko'rinib turibdiki, axborot xizmati xodimi OAV bilan hamkorlikni izchil yo'lga qo'yishi kerak.

Bunday hamkorlikning qanday turlari bor?

1) Muharrirga xat yuborib, o'sha xatda tashkilot yutuqlari va ishlari haqida ma'lumot yetkazish; bu ishni har oyda, har kvartalda muntazam yo'lga qo'ysa, o'z-o'zidan mazkur OAV bilan yaxshi hamkorlikka zamin yaratadi.

2) Yuborilgan materiallarda OAV uchun yangilik bo'lmog'i zarur. Yuqorida ta'kidlaganimizdek, hisobot tarzidagi tadbirlar haqidagi xabarlar OAVga ko'plab kelib tushadi. Ulardagi bir xillik tufayli materiallarning aksariyati efir yoki nashr yuzini ko'rmaydi. Buni hisobga olgan axborot xizmati xodimi axborotni hayot bilan bog'lay oladi. Ana shunda har qanday materialdan bugungi kun nafasi sezilib turadi.

3) Mazkur OAVning auditoriyasi qanday ekanligi haqida tasavvurga ega bo'lmoq lozim. Auditoriya ixtisoslashgan bo'lishini hamisha yodda tutish kerak. Masalan, siz o'zingizning partiyangiz haqida yonib so'zlasangizu, fermerlar yoki kasanachilik bilan shug'ullanayotgan ayollar mudrab o'tirsa, ajablanishning xojati yo'q. Demak, siz ular uchun hech qanday yangilik, qiziqarli ma'lumot berolmadingiz. Bu paytda tashkilotingiz aynan mana shu soha rivoji uchun qanday hissa qo'shayotgani, duch kelinayotgan muammolarni qan tariqa bartaraf etayotgani to'g'risida gapning uchini chiqarib ko'ring-da! Omma sizni bir dunyo savolga ko'mib tashlaydi. Bunday muloqotdan o'zingiz ham huzurlanasiz, tashkilotingizning imijini ham bir qadar yuqorilatasiz.

4) OAV qaysi hududda tarqalishi haqida ma'lumotga ega bo'lish kerak. Axborot xizmati xodimi o'z tashkiloti haqida

axborot tarqatar ekan, auditoriya uchun tanish bo'lgan shaxslardan foydalansa, yuqoriroq natijaga erishadi. Shuni unutmaslik kerakki, sharqona sharoitda ommaviy auditoriya uchun siyosatchining intellekti uncha katta ahamiyatga ega emas. Bizda odamlar kuchli va mashhur shaxslarni hurmat qiladi va ular ortidan ergashadi.

5) gazeta, jurnal, radioeshittirish yoki teleko'rsatuv qanday davriylik bilan chiqmoqda. Bu juda muhim masala. Agar gazeta haftada bir bor – shanba kuni chiqsayu, sizning dushanba kunidagi axborotingizning gazetxon uchun hech qanday yangilik joyi qolmaydi. Televideniye va radio orqali efirga uzatish vaqtini tanlash ham shunchalik muhim. Bu masalaning tashkiliy jihatlaridan biri. Yana bir xususiyat, omma bilan jonli muloqotlarga bog'liq. Bunday muloqotlarning zamonaviy va samarali usullarini topish va qo'llash esa axborot xizmati xodimining tajriba va mahorati orqali ro'yobga chiqadi.

6) Materialni OAVga topshirishning oxirgi muddati qachon (bu ingliz tilida "dedlayn" deyiladi). Bu paytda axborot xizmati xodimi kerak bo'lsa, shaxsan muharrirga qo'ng'iroq qilib, material deyarli tayyorligini, faqat ayrim faktlarga aniqlik kiritayotganini xush muomalada eslatishi, shuning barobarida material topshirishning oxirgi muddatigacha (vaqtini aniq aytishi shart) olib borishga va'da berishi va so'zining ustidan chiqishi zarur.

7) axborotni tarqatish usullari – elektron pochta, xat, disketa, disk, fleshka va boshq.

Materialda tashkilot asosan ijobiy tomondan xarakterlanadi, bu axborot xizmati faoliyatining spetsifikasi. Lekin bu shunchaki maqtanish bo'lmasligi zarur, tashkilot faoliyati haqida aniq faktlarga asoslanib gapiriladi, aks holda auditoriya (va jurnalistlar) ushbu materialga ishonmaydilar.

Material differensiyalashgan (ixtisoslashgan) holda yuboriladi. Agar ushbu OAV tashkilot yo'nalishi bo'yicha ixtisoslashsa, material ko'proq va kengroq tarzda yuboriladi, agar OAV umumsiyosiy bo'lsa – kamroq.

Materialdan foydalanmaydigan OAVni nima uchun bunday ekanligini axborot xizmati xodimi tomonidan o'rganish zarur va

to'siqlarni bartaraf etish kerak, ammo jurnalistlarga yalinish kerak emas.

OAVga materialdan tashqari elektron xatlar yozib turish kerak – ularga nima yoqdi, nima yoqmadi, qanday ma'lumotlar darkor va hokazo.

Har bir axborot xzimatida OAVning media-kartasi bo'lmog'i zarur, bu juda muhim masala. Mediakartaga quyidagi ma'lumotlar kiradi.

OAVning ro'yxati, turi, uning davriyligi, yo'nalishi, spetsifikasi, hajmi, (efir vaqti), rahbari, uning muovinlari, bo'lim (redaksiya)lar mudirlari, tahririyat strukturasi, axborot xizmati faoliyat ko'rsatadigan tashkilotning yo'nalishi bo'yicha ushbu tahririyatda ixtisoslashayotgan jurnalistlar familiya, ismi, shariflari, barchaning xizmat, uy va qo'l telefonlari, oddiy va elektron manzillari va boshqa kerak bo'lishi mumkin bo'lgan ma'lumotlar.

OAVning barchasi bilan yoppasiga ishlash mumkin, lekin bu kerakli natijani har doim ham bermaydi. Shuning uchun har bir tahririyat bilan individual holda ishlab, ularning imkoniyatlaridan maksimal darajada foydalanish zarur.

Agar imkoniyat bo'lsa va axborot xizmati shtatlari soni shuni taqozo etsa, har bir OAV turiga alohida xodimni birlashtirish kerak, ya'ni matbuotga bir kishi, radio va televideniye ga bir kishi, internet va axborot agentliklariga bir kishi va hokazo. Bu o'rta tashkilot uchun optimal variant.

Ko'pincha tahririyat xodimlari partiyalar haqida yozishda no'noqlik qilishadi. Ba'zi OAV xodimlari qaysidir bir partiyada anjuman "bo'lib o'tgani" va unda mutasaddi rahbar "jurnalistlarning savollariga javob bergani" haqidagi gaplardan nariga o'tmaydi.

U holda, shunday anjuman o'tkazishdan muddao nima, degan savolga gazeta sahifasidan yetarli darajada javob topish qiyin. Bunday xabarlar siyosiy partiya faoliyati va uning yutuq hamda kamchiliklari haqida kerakli axborotni bera olmaydi.

Aslida, eng muhim axborot avvalo, tashkilot matbuot xizmati tarqatgan press-revizda aks etsa, ikkinchisi, savol-javoblar asnosida yuzaga chiqadi. Bunday savol-javoblar zamirida

jamoatchilikka yetkazilishi zarur bo'lgan axborotlar OAVda o'z aksini topishi zarur.

\* Axborot xizmati faoliyatining ommaviy axborot vositalarida keng yoritilishi uchun quyidagi vazifalarni amalga oshirishlari zarur:

– tashkilot faoliyati haqida OAV orqali tezkorlik bilan, doimiy ravishda haqqoniy axborot tarqatish;

– tashkilot faoliyati to'g'risida jamoatchilikni muntazam xabardor qilib turish;

– tashkilot tomonidan qabul qilinayotgan huquqiy aktlar, rasmiy axborotlarini aholiga o'z vaqtida yetkazish, ularni tahlil qilib borish;

– tashkilotdan ommaviy axborot vositalari uchun muntazam ravishda hech moneliksiz hamda ishonchli axborot olishni yo'lga qo'yish;

– OAV orqali tashkilot va jamoatchilik o'rtasidagi axborot almashinuvini ta'minlash;

– tashkilot faoliyati xususida keng jamoatchilikning fikri hamda munosabatlarini o'rganib borish, ularning ommaviy axborot vositalaridagi ishtirokini kengaytirish.

Yuqoridagi fikrlarimizga xulosa yasaydigan bo'lsak, turli qarashlar, fikr-mulohazalar to'qnashadigan, beozor bahslashadigan munozara muhiti va maydonini yaratishda esa, turgan gapki, axborot xizmatining o'z o'rnini bor. Uning bosh maqsadi ham aslida shu: odamlarning jamiyat hayotida kechayotgan voqea va hodisalarga nisbatan fikrini shakllantirish. Omma o'rtasida tarqatilayotgan xabar tarzidagi ma'lumotlarining sabab va oqibatlariga ko'ra chuqur tahlil qilinishiga erishishdir.

## **Gazetalar bilan ishlash**

Gazeta tezkorlikda televideniye dan ham ko'ra ko'proq radiodan orqada qoladi. Odatda, radio birinchi bo'lib, deyarli qisqa shaklda bo'lsa-da, yuz bergan voqea-hodisa haqida xabar beradi, undan biroz keyin televideniye o'sha voqea qanday kechganini ko'rsatadi. Voqeaning tafsilotlari, sabablari haqidagi

tahliliy material bilan gazeta esa faqat keyingi kuni yoki undan ham kech chiqadi. Aynan tahliliylik – matbuotning asosiy afzalligi. Televideniye “hamma uchun ishlaydi, radio – dangasalar va shoshqaloqlar uchun.” Gazeta esa “aqlilarga” yoki o‘zini shunday ko‘rsatmoqchi bo‘luvchilarga xizmat qiladi<sup>4</sup>. Gazetani ko‘proq oliy ma‘lumotli kishilar o‘qiydi. Lekin gazetaning tahliliyligi ham o‘ziga yarasha teskari tomoni bor: hech qanday gazeta his-tuyg‘uga ta’sir qilishda radio yoki televideniye yeta olmaydi.

Biroq matbuotning boshqa afzalliklari bor. Masalan, chop etilgan maqolaga yana qaytish, mulohaza qilish imkoniyati mavjud. Gazetani do‘stlaringiz va yaqinlaringizga bera olasiz, yana o‘qib muhokama qilasiz. Gazetadan kerakli joylarini qirqib olib yig‘ish, shu asosda tahlil qilish mumkin. Yana bir muhim afzalligi – uning o‘z o‘quvchilari bor. Obuna tufayli doimiy muxlislariga ega. Bu esa maqsadli auditoriyaga muntazam ta’sir o‘tkazish imkoniyati demakdir. Mutaxassislar fikricha, so‘zdan qudratliroq narsa yo‘q, so‘z yovlarni yakson etadigan, qal’alarni yiqitadigan, dushmanlarni do‘stga aylantiradigan ko‘zga ko‘rinmas quroldir.

Shunday qilib vaqtli matbuot nashrlari tezkorlik, emotsionallikda orqada qolishiga qaramay, tahliliylik tufayli yutuqqa erishadi. Bu o‘quvchi ongiga chuqur, kuchli ta’sir o‘tkazishga xizmat qiladi. Televideniye va radio xabarlarini birdaniga o‘ziga jalb etadi-yu, ammo tez esdan chiqadi. Gazeta materiallari-chi, aksincha, ko‘proq vaqt davomida xotirada saqlanib qoladi.

Xullas, ommaviy texnik kommunikatsiya vositalari (kanallari)ning har biri o‘z afzalligi va kamchiligi bilan xarakterlanadi. Demak, axborot xizmati xodimi PR-ta’sir maqsadida alohida bitta kanalni tanlab, u bilan cheklanishi kerak emas. Ularning hammasidan yoki iloji boricha ko‘pidan bir paytning o‘zida foydalanishgina yaxshi samara beradi.

Bu yerda asosiy e’tiborni Axborot xizmati xodimlari gazeta bilan qanday ishlashlari zarur – gazeta spetsifikasidan kelib

<sup>4</sup> Qatagang: Олшанский Д. Политический ПР. СПб.: –М.: Питер, 2003. –С. 87.

chiqqan holda – shunga qaratish kerak. Asosiy maqsad – tashkilot haqidagi fikr, g‘oyalarni (mahsulot, xizmat, rahbar yoki shu tashkilotda ishlaydigan mutaxassislar imijini tashkil etish maqsadida) gazetxonga xitoy qog‘oziga o‘rab sotish, o‘tkazish.

Bu yerda birinchi yo‘nalish – sotiladigan har bir narsa (shaxs, xizmat, mahsulot), uning ijobiy xususiyatlarining har biri yoki targ‘ibot uchun kerak bo‘lganlari haqida ustalik bilan gapirish, uning ijobiy tomonlarini to‘liq ko‘rsata olish.

Ikkinchi yo‘nalish – gazeta yo‘nalishidan kelib chiqadi. Gazeta asosan mantiqiy fikrlash mahsuli. Ya‘ni, undagi yozma materiallar asosan mantiqiy usullardan iborat, chunki u yozma matn. Shunday ekan, matbuot bilan ishlaydigan axborot xizmati xodimi ushbu spetsifikadan to‘liq foydalana olishi zarur. Bu yo‘nalish (spetsifika) asosan ikki narsadan kelib chiqadi: mantiq va uslub. Har birini alohida ko‘rib chiqish lozim.

*Mantiq.* Matbuot bilan ishlaydigan axborot xizmati xodimi yozma matn tayyorlash sirlarini to‘liq o‘zlashtirishi zarur. Bu yerda ikki xil matndan foydalaniladi: fikrlash mantiqi va bayon mantiqi.

Mantiqiy fikrlash eng avvalo, isbotli yozishdan iborat: yolg‘on gapirmaslik, noaniqliklar bo‘lmasligi, bitta gapni ikki marta takrorlamaslik, muhim faktlarni tushirib qoldirmaslik, hech narsani yashirmaslik, noqulay faktlarni keltirib, ular bo‘yicha tushuntirish berish, xatolar va kamchiliklar haqida ochiq-oydin gaplashish, isbotlanmagan joylarni qoldirmaslik, mantiqiy xatolarga yo‘l qo‘ymaslik.

Mantiqiy xatolarning uch turi mavjud: dalillardagi xatolar, isbotlanadigan fikr (tezis)da xatolar va isbot jarayonida yo‘l qo‘yiladigan xatolar. Bular har birining o‘z tizimi bor. Masalan, dalillardagi xatolar quyidagicha bo‘lishi mumkin: isbotlanmagan faktlarga asoslanib gapirish, dalil sifatida isbotlanadigan fikrning o‘zini keltirish, isbot uchun yetarli asos yo‘qligi, isbot uchun haddan tashqari ko‘p dalil keltirish va boshqalar. Isbotlanadigan fikr, ya‘ni tezis xatolari quyidagilarda mavjud: tezis ortiqcha kengaytiriladi, tezis toraytirilib keltiriladi, tezis almashtiriladi va

boshqalar. Isbot jarayonida xatolar guruhi eng katta, ularning turlari juda ko'p.

Mantiqiy xatolarni to'g'ri tushunish uchun axborot xizmati xodimi mantiq haqidagi kitoblarga murojaat etishi mumkin.

Bayon mantiqi inson yozma materialni qabul qilish psixologiyasi bilan bog'liq. Bu yerda material kompozitsiyasini mantiqan to'g'ri tuzish haqida gap ketmoqda: asosiy gapni so'z boshida aytish, bayon etishda ketma-ketlikka rioya etish, maqola boshlanishining qiziqarliligini ta'minlash, asosiy qismda kerakli narsalarni isbotlab gapirish, isbot bilan xulosalar uyg'unligini ta'minlash va boshqalar.

Gazeta materiali uchun to'g'ri uslub va til tanlash axborot asri xususiyatlari bilan shartlanadi. Bugungi odamlarning ishlari ko'p, ular o'ta band. Demak, birinchi xatboshi (abzats)ning o'zida gap nima haqida ketayotganini lo'nda tushuntirish zarur, aks holda gazetxon ikkinchi xatboshigacha yetmasligi mumkin. Butun material qisqa, aniq uslub va tilda yozilishi shart. O'zbek matbuotiga xos ortiqcha so'zlar, hissiyotlar, pafosli gaplar materialga faqat zarar yetkazadi, xolos. Sergaplik, murakkab yozish, fikrni aylantirib tushuntirish – O'zbekiston matbuotining XX asrning 70-yillardagi uslubi, bulardan allaqachon voz kechish vaqti keldi.

Matbuot bilan ishlaydigan axborot xizmati xodimi matbuot qonuniyatlarini o'sha tahririyatda ishlaydigan jurnalistdan kam bilmasligi lozim. Masalan, taqdim etiladigan material gazetaning qaysi betida joylashtirilishi zarur, betning qaysi joyida u tezroq o'qiladi, sarlavha qanday tanlanadi, tagsarlavhalar kerakmi yo'qmi, kerak bo'lganda qandaylarini keltirish ma'qulroq, matn va sarlavhalar uchun qanday shriftlar topiladi va hokazo.

Yana bir muhim jihat, qisman bo'lsada, gazetada tasvirdan foydalaniladi, rasmlar shaklida. Ulardan unumli foydalanish juda muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki rasmlar katta ta'sir kuchiga ega.

Shu o'rinda partiya Axborot xizmatlari faoliyatini qisqacha tahlil qiladigan bo'lsak, bir qator kamchiliklar bilan birga ijobiy siljishlarni ham kuzatish mumkin. Ma'lumki, har qanday

demokratik davlatda siyosiy partiyalar dasturiy g'oya va maqsadlar yo'lida kurash olib boradi. Bunday kurashlarda har bir partiya o'z mafkurasini keng ommaga tushuntirib, targ'ibot-tashviqot qilishi tabiiy. Ko'ppartiyaviylik har qanday demokratik parlamentning asosiy sharti bo'lib, u jamiyatdagi turli g'oya va fikrlarning raqobatini ta'minlabgina qolmay, ularning yagona maqsad yo'lida faolligini oshiradi. Ko'ppartiyaviylik, avvalo, jamiyatimizda o'z manfaat va qarashlariga ega bo'lgan har qaysi ijtimoiy qatlam va guruhning maqsad va intilishlarini to'liq aks ettirish uchun kerak. Shu ma'noda, har bir partiya o'ziga bo'lgan ishonchni, kuch-quvvatni xalq ichidan oladi. Shuning uchun ham har qaysi partiya xalqning ma'lum qatlami manfaatlarini ifodalovchi kuch sifatida yaqqol namoyon bo'lishi shart, ya'ni o'z imijiga, o'z qiyofasiga ega bo'lishi zarur. Siyosiy nashrlar bu borada muhim rol o'ynaydi. Shu bois, partiya axborot xizmatlari ular bilan mustahkam aloqa o'rnatishi shart. Chunki demokratik jarayonlarni chuqurlashtirishda siyosiy partiyalar va umumsiyosiy nashrlar zimmasiga o'ziga xos alohida vazifa yuklatiladi. Partiyalar dasturida ilgari surilgan g'oyalar esa barchamizga yaxshi ma'lum. Ya'ni, ular o'z dasturlaridan kelib chiqib:

- 1) millatning ma'naviy birligi;
- 2) Vatan – yagona oila;
- 3) kuchli demokratik davlat qurish;
- 4) milliy qadriyatlarni e'zozlash;
- 5) ilmiy-texnikaviy taraqqiyot va integratsiyalashuv;
- 6) milliy istiqbol;
- 7) tadbirkorlik va ishbilarmonlikni rivojlantirish;
- 8) adolatli jamiyat qurish yo'lida faoliyat ko'rsatadilar.

Bundan ko'rinib turibdiki, partiyalarning asosiy vazifasi milliy manfaatlar zaminida kuchli davlat va adolatli jamiyatni barpo etishdan iborat.

Demak, ana shu dasturiy vazifalarni amalga oshirish yo'lida qilinayotgan say-harakatlar siyosiy gazetalarda atroflicha yoritib borilayotgan bo'lsa, partiya axborot xizmatlari o'z tashkilotlarining imijini yaratish borasida katta va xayrli ishning uddasidan chiqayotgan hisoblanadilar.



Partiya gazetolari ma'lum darajada o'z shaklu shamoyilini topgan, o'ziga yarasha yo'nalishi, mavzulari bor. Partiya imijini yaratishga va nufuzini oshirishga xizmat qiladigan maqolalar, suhbatlar ham talaygina. Jumladan, Oliy Majlis Qonunchilik palatasi deputatlarining qator chiqishlari, partiya faollari bilan intervyular, oddiy kishilarning partiya haqidagi fikrlari e'tiborga molikdir. Yuqorida ta'kidlaganimizdek, bu jarayonlarning barchasi, ya'ni, partiyaning amaliy ishlarini yetarli darajada yoritib berish uning imijini yaratishga xizmat qilar ekan, bu borada axborot xizmatining faolligi, tezkorligi muhim ahamiyat kasb etadi.

Siyosiy partiyalarning jamiyatdagi o'rni kundan-kun mustahkamlanib bormoqda. Chunki jamiyat hayotining turli jabhalarida demokratik qadriyatlarining qaror topishi, fuqarolik institutlarining rivojlanishida siyosiy partiyalarning roli juda katta. Ular aholi turli tabaqalarining siyosiy manfaatlarini ifoda etibgina qolmasdan, balki bu manfaatlarini shakllantirishda ham bevosita ishtirok etishayotganini partiya nashrlaridagi "Matbuot xizmati xabar qiladi", "Boshlang'ich tashkilotlarda", "Fraksiya faoliyatidan" ruknlari ostidagi qator materiallardan ko'rish mumkin. Bu jarayondagi ustuvor yo'nalishlar, partiyalarning faoliyat dasturlari, deputatlarning jamoatchilik bilan aloqalari, matbuot xizmati faoliyati va bu boradagi tajribalar hamda samarali natijalar, ayniqsa, "Adolat", "XXI asr," "O'zbekiston ovozi," "Golos Uzbekistana," "Milliy tiklanish" gazetalaridan muntazam ravishda o'rin olganligi e'tiborga molik.

Bundan tashqari partiya matbuot xizmatlari o'zaro samimiy raqobatda bo'lishlari lozim. Shunda

- O'zbekistonda ko'ppartiyaviylik;
- saylovlar jarayonida partiyalar raqobati;
- partiya imijining siyosiy jarayonlardagi ahamiyati;
- partiya imijining siyosiy texnologik uslublarda yaratilishi va uni matbuotda aks ettirilishi;
- matbuotda partiya dasturi asosidagi materiallarni yoritish;
- boshlang'ich partiya tashkilotlari imiji;

– faol deputatlar imijini yaratish borasida namunalı tajriba maktablari yaratiladi.

Aytaylik, matbuotda imij yaratish turli ko‘rinishlarga ega bo‘ladi. Buning isbotini biz xalqaro andozalar tajribasi misolida ham kuzatganmiz. Bu boradagi ilg‘or usullar mahalliy matbuotimiz, xususan, siyosiy partiyalar nashrlarida o‘z aksini asta-sekin topib bormoqda.

Hayot ko‘zgusi hisoblanmish matbuotga qo‘yiladigan talablar ko‘lami juda keng. Modomiki, unga "ko‘zgu" deya ta‘rif berilgan ekan, demak, unda haqiqiy hayot aks etishi zarur. Bugun biz so‘z yuritayotgan mavzudan ham ko‘zlangan maqsad shu: tashkilot imijini yaratishda tarmoq nashrining roli qay darajada? Avvalo shuni aytish kerakki, imij yaratishda sun‘iy, yasama yoki ortiqcha dabdabali gaplarga hojat yo‘q. Bu usulda biror tashkilotning imijini yaratib bo‘lmaydi. Negaki, odamlar, keng jamoatchilik hammasini ko‘rib turibdi. Minglab fuqarolarimiz mana shu tashkilotlar tasarrufida harakat qilishmoqda. Bu borada el orasida qo‘lma-qo‘l bo‘lib yurgan "sariq matbuot" ham ma‘lum darajada samarali natija beradi. Chunki odamlar bugun siyosiy nashrlardan ko‘ra ko‘proq oldi-qochdilar bayon etiladigan mana shunday gazetalarga murojaat etishmoqda. Biroq har bir tashkilot a‘zosi atrofida o‘nlab kishilar ularning say-harakatlarini sinchkovlik bilan kuzatib turganini unutmashlik lozim. Negaki, shu tashkilot faoliyati haqida matbuotda aytilgan jimjimador maqtov gaplar uning obro‘cini to‘kadi xolos.

Kuzatishlar, tahlillar natijasi shuni ko‘rsatmoqdaki, bugungi kunda gazeta ortiqcha maqtov, sun‘iy gaplarni ko‘tarmaydi. Chunki gazetaxonning bunga muhtojlik joyi yo‘q. Ya‘ni, o‘z dasturida bayon qilingan g‘oyalar, maqsadlar, rejalarini amalga oshirish borasida tashkilot nima ishlar qilayotganini ochiq-oydin namoyon etishi lozim.

Shu maqsadda "O‘zbekiston ovozi," "Golos Uzbekistana," "XXI asr," "Milliy tiklanish," "Adolat" gazetalarining mavzu doirasini nazariy va amaliy jihatdan keng o‘rganib, bu borada tadbirkorlar va ishbiarmonlar O‘zbekiston Liberal demokratik partiyasi, Xalq demokratik partiyasida o‘ziga xos maktab yuzaga

kelayotganining guvohi bo'ldik. Ayniqsa, XDP, O'zLiDep Axborot xizmati xodimlari o'z tashkilotlari imijini mustahkam yaratish uchun tarmoq nashri bo'lgan gazetalar bilan birga boshqa ijtimoiy-siyosiy nashrlarda ham tez-tez chiqishlar qilib, bor haqiqatni, ya'ni, tashkilot faollari, fidoyilari amalga oshirayotgan ishlar haqida xolisona yoritib borishmoqda.

Xulosa qilib aytganda, tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarni amalga oshirishida gazetaning o'rni katta. Bu borada jamoatchilikka ta'sir kuchi katta bo'lgan matbuot bilan hamkorlik muhim omil hisoblanadi. OAV to'rtinchi hokimiyat maqomini olishi sari, unga bo'lgan ishonch yanada ortdi. Matbuot chin ma'noda minglar minbariga, xalqning ishonchli hamkoriga aylandi. Shuni hisobga olgan axborot xizmatlar ular bilan doimiy aloqalar o'rnatishi zarur. Fikrlar xilma-xilligi, oshkora mulohazalarning ommaviy axborot vositalari orqali berib borilishi partiya imijini oshiribgina qolmay, elektoratning partiya faoliyati haqidagi dunyoqarashini boyitadi.

### **Radio bilan ishlash**

Axborot xizmati xodimi radioda chiqishni tashkil etishidan maqsad (boshqa OAV bilan bog'lanishdek) – radio orqali tashkilot faoliyati, uning rahbari(yati) yoki xodimi (jamoasi) haqida tinglovchiga ijobiy axborot yetkazish, radio orqali tashkilot imijini oshirish, keng ommada ushbu tashkilot haqida ijobiy munosabatni shakllantirish. Radioning maqsadi, matbuot kabi, o'sha tashkilot haqidagi ma'lumotni ommaga sotish. Demak, radio bilan ishlaydigan axborot xizmati xodimi ushbu OAVga xos xususiyatlarni va radiojurnalist faoliyatining sirlarini bilmog'i darkor.

Radio tez axborot tarqatishning eng qulay vositasi. Chunki unda gazeta va televideniye dan ko'ra operativlik ustunroq. Qolaversa, bugungi kunda gazeta o'qishga, televideniye ko'rishga vaqtini qizg'anadigan odamlar yo'l-yo'lakay – ish jarayonida, yo'lda radioni tinglab ketishi mumkin.

Biroq radioning ham o'ziga xos kamchiliklari bor. Ya'ni, axborot eshitiladi, xolos. Faktlar, raqamlar, dalillar esa eshitgandan ko'ra ko'rganda esda yaxshi qoladi. Tadqiqotlar shuni tasdiqlaydiki, inson xotirasida eshitilgan axborotning 20 foizigina yodda saqlanar ekan. Ko'proq axborotning mavzusi va asosiy detalgina xotiraga muhrlanadi. Shu bois, radioga ma'lumot uzatayotgan axborot xizmati xodimi so'z borayotgan voqea-hodisa haqida turli stilistik usullar orqali bir necha bor (5 martagacha) to'xtalishi lozim. Tayanch axborot qayta-qayta bo'lsa-da, yangi so'zlar, iboralar bilan ifodalansa, tinglovchi auditoriya uni yaxshi qabul qiladi.

Axborot xizmati xodimi shuni ham e'tibordan chetda qoldirmasligi kerak-ki, radioning yana bir obektiv noqulayligi – radioeshittirishni qaytarish mumkin emasligida. Ya'ni, tinglovchi biron narsani tushunmay yoki eshitmay qolsa, eshittirishni ortga qaytarib bo'lmaydi. Shuningdek, axborotlar tez o'qilishi bois, kerakli ma'lumotlarni qog'ozga yozib olish ham mushkul. Shularni hisobga olgan mutaxassislar radio ommaviy auditoriyaga unchalik ham to'g'ri kelavermaydi, deb hisoblashadi. Auditoriyaning ma'lum bir qatlami uchun radioeshittirish tayyorlash va barchaga birdek ma'qul bo'lish qiyin. Chunki OAV ichida radioning doimiy auditoriyasi kamroq, u kun davomida o'zgarib turadi.

Bu bilan radioning imkoniyatlarini puchga chiqarmoqchi emasmiz. Vaholanki, taniqli siyosatshunoslardan R.Reygan hamda M.Tetcherlar televideniyaedagi emas, aynan radiodagi muvaffaqiyatli chiqishlari bilan keng auditoriya ishonchini qozongan. Rossiyaning sobiq prezidenti B.Yelsin anemiya bilan og'riganligi tufayli uning ko'rinishi o'ta horg'in, yuzlarida o'ziga ishonchsizlik va so'lg'inlik zohirligi sababli u ko'proq radioda chiqish qilgan va yaxshigina e'tibor qozongan.

Bundan ko'rinib turibdiki, radioning qulay taraflari ham talaygina. U chegara va masofa bilmaydi, radio uchun tashqi ko'rinish muhim emas. Buni hisobga olgan axborot xizmati xodimi pishiq-puxta tayyorlangan material orqali o'z tashkiloti

imijini oshirishi tayin<sup>5</sup>. Radiojurnalist ish jarayonida to'rtta vositadan (OAVga xos xususiyatlardan) foydalanadi: so'z, badiiy shovqinlar, musiqa va montaj. Bularni har birining radioda o'z o'rni bor. Ushbu vositalar ichida eng katta imkoniyatga ega bo'lgani – jonli so'zdir.

So'zning ikki fazilati mavjud: mazmuni va intonatsiyasi. Bu ilmiy tilda lingvistik va paralingvistik kodlar deb ataladi. Lingvistik kod so'zlar ma'nosini anglatadi, ya'ni, radiojurnalist, axborot xizmati xodimi yoki u ishlaydigan tashkilot vakili (uni efirda gapirishga, albatta, axborot xizmati xodimi tayyorlaydi) nima haqda gapirmoqda. Mazmun – tashkilot faoliyatida biror bir yutuq, taqdimot, dastur, mahsulot, xizmat va hokazolar bo'lishi mumkin. Bu haqda risolaning boshqa joylarida gapirilgan, hozir biz bu masalada to'xtamaymiz.

Paralingvistik kod – ushbu so'zlarni radiodan chiqqan odam qanday qilib gapirayotganini bildiradi. Gapirish uslubi bir qator elementlardan iborat: ovozning samimiyligi, uning jozibadorligi, gapiradigan odam o'z so'zlarining haqqoniyligiga o'zi naqadar ishonishi, so'zlarning to'g'ri talaffuz etilishi, nutq ravonligi, pauzalar, ovoz tembri (har bir odamda o'ziga xos bo'ladi), mantiqiy urg'ular (u yoki bu so'zlarni balandroq yoki pastroq ovoz bilan aytish), nutq tezligi (gapirish sur'atini u yoki bu joylarda o'zgartirish), dialog tarzida suhbatlashish va boshq. Ushbu usullarning har biri radioda katta kuchga ega.

Badiiy shovqinlar – radiochiqishning muhim tarkibiy qismidir. Badiiy shovqin deb radiochiqishni ishonarli qiladigan, xuddi shu voqea joyida bo'layotgan shovqinlarga aytiladi. Bu samolyot, avtomashina, poyezd yurishi, zavod yoki fabrika tovushlari, eshik ochib-yopilishi, ko'cha shovqinlari va boshqalar bo'lishi mumkin. Bunday tovushlarsiz deyarli biror bir eshittirish efirga chiqmaydi. Badiiy shovqin – tashkilotning ish jarayonini yaxshi aks ettira oladigan usul, chunki har bir tashkilot faoliyati o'ziga xos shovqinlardan iborat.

<sup>5</sup> Bu bandga tegishli materiallar qisman: Олшанский Д.В. Политический РР. Питер-2003 kitobidan olindi.

Musiqa masalasiga kelganda, aytish mumkinki, bu ham tinglovchiga ta'sir etadigan juda kuchli vosita. Tashkilot (rahbariyat, xodim) faoliyatiga (hayotiga, qiziqishlariga) xos musiqani tanlash qiyin emas, chunki har bir jamoaning yaxshi ko'rgan musiqasi (ashulalari, xonandasi) bor. Xuddi shunday badiiy shovqinlar hamda musiqa – agar ular axborot xizmati xodimi tomonidan yaxshi tanlansa va radioda amalga oshirilsa, tashkilotning jonli, tovushli obrazini yartadi.

Montaj aslida texnikaviy jarayon bo'lsa-da, katta ta'sir kuchiga ega. Chunki ma'lum darajada mazmuniy o'zgarishlarga olib boradi. Masalan, montaj yordamida bevosita tashkilotda yozib olingan gaplar va shovqinlar boshqa vaqtda va boshqa joylarda bajarilgan tovushli yozuvlar hamda musiqalar bilan to'ldirilishi qiyin emas. Undan tashqari, montaj paytida voqealar ketma-ketligi o'zgartirilishi mumkin. Bu ham radiojurnalistikada ifodalash usullaridan biri deb hisoblanadi.

Yana bir muhim masala – tashkilot rahbari, xodimlarni radioda chiqish qilishga o'rgatish. Bu ishning bir qator o'ziga xos tomonlari bor. Birinchidan, ayrim odamlarni televideniye orqali ko'rsatish qiyin, chunki ular telehusn (telegenichnost) qoidalariga javob bermaydilar. Ular uchun matbuot yoki radio ishlatiladi. Ikkinchidan, agar odamning ovozi jarangdor bo'lsa, radioda chiqish uchun oldindan tayyorlash, mashq qilish zarur: mikrofondan qo'rqmaslik, talaffuzga va tempga o'rgatish va boshqalar.

Respublika Davlat soliq qo'mitasi axborot xizmati rahbari To'rabek To'rayevning e'tirof etishicha, mazkur tashkilotda OAVning barcha turlari uchun alohida mas'ul shaxslar birlashtirilgan. Ular raqamlar ortidan quvib, chiqishlar sonini ko'paytirishga emas, aynan zarur vaqtda zarur ma'lumotni ommaga yetkaza olishga ahamiyat qaratishadi.

### **Televideniye bilan ishlash**

Televideniya chiqishdan maqsad ham, boshqa ommaviy axborot vositalari kabi, tashkilot haqida tomoshabinga yaxshi, mazmunli axborot yetkazish, tashkilotni auditoriyaga taqdim etish,

tomoshabin tashkilotni yaxshi qabul qilishiga ko'maklashish, uni "pardoz qilib sotish". Lekin aldash emas, chunki piar sohasi xodimlarining o'z ahloqiy kodekslari borki, ularga har bir axborot xizmati xodimi rioya qilishi shart. Shu qadar shartki, hatto agar tashkilot manfaatlari va RR xodimlari kodekslarining bandlari bir-biriga to'g'ri kelmasa, axborot xizmati xodimi birinchi o'rinda kodeks talablarini bajarishi zarur, garchi u tashkilotga zarar yetkazsa ham.

Televideniyeining afzalligi o'zi bilan: tasvir va harakat mavjudligida. Aynan ana shu noyob xususiyat televideniyeining kishi hissiyotlariga ta'sirini kuchaytiradi. Tasvir va ovoz birligi, voqea-hodisalarni o'zgarish, rivojlanish jarayonida ko'rsata olish orqali televideniye bugungi kunda eng keng tarqalgan OAV hisoblanadi. Radio, matbuot ko'proq dalil va isbotlar bilan ish ko'rsa, televideniye "namoyishkorlik" deb atash mumkin bo'lgan o'ziga xos quoldan foydalanadi. U to'g'ridan-to'g'ri ruhiyatga va hatti-harakatlarga ta'sir qila oladi.

Ekrandagi tasvirni ko'rar ekan, tomoshabin o'zini o'sha voqealarning guvohi, hatto ishtirokchisi sifatida tasavvur qiladi. Unda "ko'rishmi, demak, bu haqiqat!" degan tushuncha hosil bo'ladi.

Taniqli mutaxassislardan biri G.Pochepsovning ta'kidlashicha, odamlar televideniyeidan gazetaga nisbatan ko'proq narsa "topadi". Negaki, televideniyeidan olingan axborotning 66 foizi so'z bilan emas, harakat bilan ifodalanadi.

To'g'ri, televideniyeining ham o'z obyektiv kamchiliklari bor. Masalan, u radiochalik tezkor emas. Ya'ni suratga olish, kassetani kerakli joyga yetkazish va montaj jarayonlari vaqt talab qiladi. Texnik jihatdan olganda, uzoq masofa, tabiiy halaqitlar tufayli sifatli tasvir bo'lmasligi, teleefirning narxi qimmatligi kabi qiyinchiliklar mavjud. Uning hissiyotga o'ta kuchli yo'naltirilganligi aks ta'sir ko'rsatadi, ya'ni, teledasturning tahliliy bo'lishiga, mazmunini to'liq anglashga halaqit beradi. Shunga qaramay, afzal tomonlari kamchiliklaridan baribir ko'p.

Televideniye paydo bo'lishi bilan siyosiy kommunikatsiyaning asosiy kanalida navbatdagi o'zgarish ro'y berdi.

Avvaliga bu kanal tasvirdan iborat edi, (siyosatchilarning odamlar bilan shaxsan muloqoti), keyinchalik tovush (radio) bilan almashdi. 1950-yillarda televideniye jadal rivojlanishi tufayli global o'zgarishlar sodir bo'ldi.

Televideniye rivojlanishi bilan siyosiy kompaniyalarda tashqi fe'l-atvor va hatti-harakat muhim rol o'ynaydi. Notiqlik uslubi ham o'zgaradi. Maydonga to'plangan olomonni o'ziga qaratish shart emas. Hamma uyida qulay oromkursilarda o'tirib tomosha qiladi. Siyosatchi kerak bo'lsa, aktyorga aylanadi. U bir tomondan, tomoshabinni kuldiradi, ikkinchidan aynan u barcha muammolarni yechishga qodir ekaniga ishontiradi.

Televideniye boshqa OAV ta'sir kanallarini – mantiq va tovushni o'zida birlashtiradi. Demak, televideniye azaldan matbuot va radio kuchiga teng. Undan tashqari televideniye ularga juda kuchli vositani, tasvirni qo'shadi. Ma'lumki, inson bir kun davomida o'zlashtirgan axborotning 90 foizni ko'z orqali qabul qiladi.

Televideniye chiqish qilish – barcha OAV ichida eng qiyin, chunki bu yerda ko'p talablarga javob bera olish zarur. Shular haqida ayrim ma'lumotlarni bermoqchimiz.

Birinchi, televideniye tasvirga tushirish uchun qahramon sifatida tavsiya qilingan odam kameradan qo'rqmasligi lozim. Ushbu risolaning mualliflari telekamera oldida o'zini yo'qotib qo'ygan odamlar sifatida vazirlarni, elchilarni, deputatlarni, katta idoralarda ishlaydigan mas'ul xodimlarni ko'rganlar. Kamerani chetga olgach, ushbu odamlar juda yaxshi gapirgan, lekin kamera yoqilishi bilan yana o'zlarini tutib olishaolmagan. Bundan xulosa chiqarish zarurki, kamera oldida birinchi to'g'ri kelgan odamni gapirtirish qiyin. Buning uchun ma'lum bir qobiliyat, tajriba va dadillik zarur.

Ikkinchi, televideniye tasvir bilan bog'liq, shuning uchun kamera oldidagi shaxs ma'lum darajada telegenichnost talablariga javob berishi kerak. Bu masalani kerakli tadbiri OAVda yoritish uchun javobgar hisoblanadigan shaxs – axborot xizmati xodimi hal qiladi. Shuning uchun u ekranga kimni chiqarish mumkinligini o'ylab ko'rishi zarur.



Uchinchidan, televideniyeqa intervyu beruvchi shaxs yaxshi fikrlaydigan, mantiqan to'g'ri va asosli gapira oladigan, so'z boyligiga qiynalmaydigan odam bo'lishi darkor. Chunki televideniyeqa olish ma'lum bir qiyinchiliklar bilan bog'liq jarayon: telejurnalning vaqti kamroq bo'lishi mumkin, syomkaga bitta odam emas, butun guruh keladi va ularni ovora qilmaslik zarur, odatda texnika qisqa muddatga beriladi, syomkaga tushirilgan syujetni tezda montaj qilib topshirish kerak va hokazo.

Axborot xizmati xodimi o'zi ham televideniyeqa intervyu berishi mumkin, ammo odatda undan ko'ra kamera oldiga ko'proq tashkilot rahbari yoki mutasaddilar chaqiriladi. Shuning uchun u o'z diqqat va harakatini ushbu toifadagi odamlarni ekranga chiqishga tayyorlashga qaratgani ma'qulroq. Bu esa oson ish emas. Bunday talablar uch guruhga bo'linadi.

Eng avvalo, esdan chiqarmaslik kerakki, auditoriya televizorda chiqqan odamni so'zlaridan ko'ra uning tashqi ko'rinishiga, qiyofasiga ko'proq e'tibor beradi. Buni mutaxassislar kinetik, ya'ni harakatlar kodi deb nomlagan. Kinetik kodning auditoriya sezadigan "tili" bor. Tomoshabin ushbu til orqali keladigan ma'lumotni ostki ongi bilan qabul qiladi. Xullas, gapirayotgan payti qahramon meyorda harakat qilishi kerak. Mazkur harakatlar esa aytiladigan ma'lumotni tasdiqlaydigan bo'lmog'i zarur. Undan tashqari, qahramonning kiyimi televideniyeqa intervyu beruvchi odamga munosib bo'lmog'i darkor.

Ikkinchidan, tanlangan odamning paralingvistik kodi meyorida bo'lmog'i lozim. U juda tez yoki juda sekin gapirmasligi zarur. Uning ovozida kuch, o'ziga ishonish intonatsiyasi bo'lmog'i kerak. Paralingvistik kodning boshqa elementlari ham tartib doirasida bo'lishi zarur.

Kinetik va paralingvistik kodlar jami ushbu syujet haqida tomoshabinga 66 foiz ma'lumotni yetkazadi. Lingvistik kod (so'zlar ma'nosi) esa qolgan 34 foiziga ega. Mazkur raqamlar eksperimentlar yordamida olingan bo'lib, isbotlangan deb hisoblanadi.

Axborot xizmati xodimi keltirilgan qoidalarga rioya qilib, kerakli uslubda tashkilot vakilini OAVda chiqish uchun tayyorlamog'i lozim.

Xulosa qilib aytganda, tashkilot Axborot xizmati xodimi oʻrnatilgan vositalari birdan katta auditoriyani qamrab olish imkoniyatiga ega ekanligini yodda tutishi va bu qulaylikdan oqilona foydalanishi lozim. Yuqorida taʼkidlaganimizdek, OAV orqali tarqatiladigan maʼlumotlarga odamlar oʻrgangan va ularga doimo ishonishadi.

Bugungi kunda mamlakatimizda chop etilayotgan gazeta va jumallar, tele va radiokanallar oʻz oʻquvchilariga, auditoriyasiga ega. OAV tarqatayotgan axborotlar yurtimizning barcha olis-yaqin hududiga yetib boradi. Bundan koʻrinib turibdi-ki, Axborot xizmati xodimi OAVning soni koʻpligi va ular auditoriyaning turli qatlamlariga mos boʻlganligini inobatga olib, ular bilan uzviy hamkorlik qilishi darkor. Shunda u oʻz oldiga qoʻygan maqsadiga toʻla erishadi. Yaʼni, tashkiloti haqidagi barcha maʼlumotlar bilan juda katta auditoriyani qamrab oladi.

Bundan tashqari OAV tashkilot imijini yaratish uchun eng qulay vosita. Buning uchun tashkilot axborot xizmati xodimi yuqorida keltirib oʻtilgan tartib-qoidalarga rioya qilsa maqsadga muvofiq boʻlar edi. Jumladan, OAVda tashkilot imijini yaratish uchun bu haqda yaxshi va toʻliq maʼlumotga ega liderni tanlay bilishi kerak. Oʻz navbatida bu shaxsdan telekamera yoki reportyor oldida oʻzini yoʻqotib qoʻymasligi talab etiladi. Tashkilot imijini yaratish uchun elga mashhur shaxslar tanlansa, yanada yaxshi. Chunki xalqimiz mashhur kishilarni hurmat qiladi, ularga ergashadi.

OAV maʼlumotlari koʻpchilikka yetib borishini unutmagan holda tashkilot axborot xizmati xodimi ular bilan ishlashni bir marta oʻrganib, doimo foydalanishi maqsadga muvofiq.

### **Nazorat uchun savollar:**

1. Axborot xizmatining jurnalistlar bilan hamkorligi qanday yoʻlga qoʻyiladi?
2. Matbuot anjumani haqida OAVda yoritishda nimalarga eʼtibor qaratish zarur?

3. Tashkilot va jamoatchilik o'rtasida axborot qay tarzda almashinadi?

4. Axborot tarqatishning qanday usullarini bilasiz?

5. Axborot xizmati xodimining bosh maqsadi nima?

6. Axborot xizmati xodimi OAV tahririyatlari bilan izchil ravishda hamkorlikni davom ettirishi uchun qanday yo'l tutmog'i zarur?

7. Axborot xizmati xodimi javobgarlik hissini tuyishi uchun qanday ishlashi kerak?

8. Axborot xizmati televideniye xodimlari bilan ishlashda nimalarga e'tibor berishi kerak?

9. Axborot xizmati radio xodimlari bilan ishlashda nimalarga e'tibor berishi kerak?

10. Axborot xizmati gazeta xodimlari bilan ishlashda nimalarga e'tibor berishi kerak?

## MATBUOT KOTIBI MAHORATI

(Amaliy mashg'ulot uchun)

Gazeta yo jurnal tahririyatida faoliyat ko'rsatayotgan jurnalistdan asosan dolzarb va qiziqarli mavzularda maqolalar yozish talab etiladi. Televideniye ijodkorlaridan shundoq ko'rsatuvlar, radiojurnalistdan eshittirishlar kutiladi. Tashkilot matbuot kotibi esa xabar, maqolalar yozishda ham, ko'rsatuv yoki eshittirish tayyorlashda ham ijodiy mahorat bobida ulardan kam bo'lmasligi lozim.

Oddiy jurnalist ko'p til bilsa bosh ustiga, mabodo, ona tilidan boshqasini unchalik bilmasa ham bemalol ishlayveradi. Biroq, matbuot kotibi ona tilimiz bilan bir qatorda rus tilini ham mukammal bilishi shart! Chunki, u faoliyati davomida rusiyzabon jurnalistlar bilan ham birdek muloqotda bo'ladi. Matbuot kotibi mohir tashkilotchi ham bo'lishi zarur. Markaziy saylov komissiyasi matbuot guruhi rahbari Sherzodxon Qudratxo'jayevda shu fazilatlarining barchasi birdek mujassam edi.

Biror ko'rsatuv tayyorlayotgan telejurnalistlar intervyu beradigan kishilarga avvalo, qandoq harakatlanishi, telekamera qarshisida o'zini qanday tutishi, so'zlayotganida nimalarga e'tibor qaratishi zarurligini o'rgatayotganlarini ko'p kuzatganman. Saylov jarayonlariga oid ko'rsatuv tayyorlashga kelganlar esa Sherzodxon Qudratxo'jayevdan maslahat so'rardi. Ochig'i, matbuot guruhimiz rahbari ko'rsatuv tayyorlashga kelgan televideniye xodimlariga mahorat bobida saboq ham berardi. Ya'ni, qaysi obyektни qandoq tasvirga tushurish, boshlovchi nimalarga e'tibor qaratishi, qaysi mas'ul shaxsdan qay tarzda intervyu olish lozimligini qoyillatib ko'rsatardi. Chetdan kuzatilganda Sherzodxon Qudratxo'jayev rejessyorlik qilayotganga o'xshardi. Amalda shunday bo'lardi ham.

2000-yil dekabrda O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti saylovi jarayonlari milliy teleradiokompaniyamiz tomonidan keng yoritilishida Sherzodxon Qudratxo‘jayev qanchalik jonbozlik ko‘rsatganini ko‘pchilik yaxshi biladi. O‘sha saylov kuni yuz bergan bir voqeani hanuz hayajon bilan eslab yuramiz. Saylov kuni Toshkentdagi muhtasham Milliy matbuot markazida har ikki soatda matbuot anjumani o‘tkazilishi va “O‘zbekiston” kanalida to‘g‘ridan-to‘g‘ri efirda namoyish etilishi rejalashtirildi. Ertalabdan matbuot anjumaniga hamma narsa taxt qilib qo‘yildi.

Soat 9.00 da birinchi matbuot anjumani boshlandi. Mahalliy va xorijlik jurnalistlar, xalqaro kztuvchilar hozir bo‘lgan davrani O‘zbekiston Respublikasi Markaziy saylov komissiyasi raisining matbuot kotibi Sherzodxon Qudratxo‘jayev o‘zbek va rus tillarida birdek biyron so‘zlab boshqarardi.

Anjumandan so‘ng barcha jurnalistlar saylov uchastkalariga chiqib ketishdi.

Navbatdagi matbuot anjumanlarimiz ham risoladagidek o‘tdi. Katta saylov bo‘layotganiga yarasha biror ko‘ngilsiz voqea yuz bermayotganiga ba‘zi xorijlik jurnalistlar jig‘ibiyron bo‘layotganga o‘xshardi nazdimda.

Adashmagan ekanman, nihoyat ular “bir ko‘ngilsiz voqea yuz berganini” kashf qilgandek tapir-tupir qilgancha kelib qoldilar. Milliy matbuot markazining zalvorli eshigini shaxt ochgancha ichkariga yopirilib kelishdi. Bu payt kamina foyeda turgandim. Guruhimiz rahbari ichkariroqda kim bilandir suhbatlashayotgandi. Xorijlik jurnalistlar o‘z mikrafonlariga qarab aytayotgan gaplarini aniq eshitib turardim:

– Hurmatli radiotinglovchilar! Mana, Toshkentdagi Milliy matbuot markaziga kirib keldik. Suhbatdoshimiz Markaziy saylov komissiyasi matbuot guruhi mas‘ul xodimi To‘lqin Eshbek bo‘ladilar. Hozir ularning so‘zlarini tinglaysiz...

Shu lahzada besh-oltita xorijlik jurnalistlarning mikrofonlari yoppasiga menga qaratildi. (Bunaqasini shu paytgacha faqat chet el kinosida ko‘rgandim). Ana, xolos! Demak, “Amerika ovozi”, “Ozodlik”, “Bi-bi-si”, “Mahshad”, “Frans-press”, “Nemis to‘lqini” kabi radiolarda eshittirish to‘g‘ridan-to‘g‘ri efirga uza-

tilmoqda. Hozir og‘zimdanda chiqqan har bir so‘z shu lahzalarda kurrai zaminga taraladi!

‘Yurtimizga nur emas, kir qidirib kelganlari avzoyidan ko‘rinib turgan xorijliklar qanaqa qitmir savollar bilan gangitib qo‘yishmoqchi? O‘zlaricha “ochko” ishlamoqchimi? Bunday payt uncha-muncha odam dovdirab qolishi hech gapmas... Eng yomoni, ularning savoliga qaytargan eng to‘g‘ri javobing ham teskari aylanib ketmaydi, deb kim kafolat beradi?

Ularga shu kerak-ku. Mana shunday antiqa hol yuz berishi va ular qildan qiyiq topib dunyoga do‘mbira qilish uchun qancha tayyorgarlik qilib kelishmagan deysiz.

Ular orziqib kutgan to‘fon boshlanishi kerak edi shu damda.

Xuddi shu to‘fonga men tushib qolsam-a...

Yuz-ko‘zlarida g‘alati hayajon aks etib turgan xorijliklar o‘zlaricha “nishonga uradigan” savolini berdilar:

– Prezidentlikka nomzodi qo‘yilgan Abdulhafiz Jalolov hozirgina saylovda ovoz bergach, undan kimning nomzodiga ovoz berganini so‘radik. U Islom Karimov nomzodini yoqlab ovoz berganini bildirdi. Ayting-chi, uning bu javobini qandoq izohlash mumkin?

Hurmatli o‘quvchim! Xo‘sh, bunaqa savolga siz nima deb javob bergan bo‘lar edingiz? O‘sha lahzada o‘zingizni mening o‘rnimga qo‘yib ko‘ring-chi... Kutilmaganda bo‘g‘zingga pichoq tiragandek avzoyibuzuz kimsalar shuncha mikrafonni “o‘qtalib” turishsa...

Ularning savoliga qaytargan javobing seni yo bor qiladi yoki...

Bunday payt “Uzr, bu savolingizga javob berolmayman” deb ko‘r...

Keyin ko‘rasan tomoshani...

“Ana, bunday holga hatto falonchi ham javob berolmay gangib qoldi” deb sharhlab (ta‘bir joiz bo‘lsa, shoxlab!) tashlamaydimi?

O‘zimni vazmin tutishga harakat qilib, shunday dedim:

– Sizning bu savolingizga batafsilroq javob berish uchun so‘zni ehtiromla bilan O‘zbekiston Respublikasi Markaziy saylov

komissiyasi raisining matbuot kotibi Sherzodxon Quadratxo‘jayevga beraman.

– Tashakkur, tashakkur,– deyishgancha xorijlik jurnalistlar uch-to‘rt odim narida turgan guruh rahbarimiz tomon duv etib oshiqdilar.

Shu o‘rinda bir gap; biror kishiga tuyqusdan savol berilganida goho o‘sha shaxs biroz dovdirab qolishi mumkin. Uni kuzatib turgan kishi yodiga muxtasar javoblar kelaveradi. Chamasi, o‘sha paytda xuddi shunday hol yuz berdi. Haligi vaziyatni juda e‘tibor bilan kuzatib turgan tajribali jurnalist Sherzodxon Quadratxo‘jayev o‘sha savolga dadillik bilan shunday javob qaytardi:

– Birinchidan, saylovda hamma narsa oshkora, faqat ovoz berish yashirin bo‘lishini hamma yaxshi biladi-ku. Ikkinchidan, Jalolov nomzod bo‘lish bilan bir qatorda saylovchi sifatida xohlagan nomzodiga ovoz berishi mumkin. Uchinchidan, saylovda ovoz bergan kishidan “kimga ovoz berding?” deb so‘rash umuman jurnalist etikasiga, mantiqqa to‘g‘ri keladimi? Jalolov bu savolingizga javob bermasligi ham mumkin edi! Modomiki, savolingizni javobsiz qoldirmagan ekan, uni do‘mbira qilish xalqaro miqyosda qaysi jurnalist odobiga to‘g‘ri keladi?

Matbuot guruhi rahbarining dunyoga tatigulik quyma javoblaridan xorijlik jurnalistlarning nafasi ichiga tushib ketdi chog‘i. Birortasi miq etolmay qoldi... Boya bostirib kelganlaridagi vajohatlaridan asar ham qolmagandi. Or-nomusliroqlari xijolat chekkani gezargan yuzlaridan ko‘rinib turardi. Pushmon qilgandek bittasining shunday pichirlagani quloqqa chalindi:

– Rahmat, iy-y, uzr...

Boshini ham qilib ketayotgan xorijliklar ortidan “ajab bo‘pti!” deb kulib qarab qoldik.

Qissadan hissa shuki, matbuot kotibi o‘rni kelganda o‘z tashkilotining ishonchli qalqoni bo‘lmog‘i lozim.

## GLOSSARIY

### Asosiy tushunchalar:

**Agentlik** – biron-bir muassasaning mahalliy bo‘limi, shuningdek ayrim axborot, vositachilik va shu kabi muassasalarning nomi (mas, telegraf agentligi, O‘zbekistan Milliy axborot agentligi, «Jahon» axborot agentligi va hokazo).

**Axborot** – manbalari va taqdim etilishi shaklidan qat’i nazar shaxslar, predmetlar, faktlar, voqealar, hodisalar va jarayonlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar.

**Axborot xizmati instituti** – tashkilotning axborot xizmati ijtimoiy institut sifatida shakllanganligi, ijtimoiy voqelikka aylanganligi.

**Axborot xizmati** – tashkilot, muassasa va boshqa idoralarning OAV hamda jamoatchilik bilan aloqalarini doimiy ravishda yo‘lga qo‘yadigan bo‘limi (guruhi).

**Deklaratsiya** (lot. declaratio — ma’lum qilaman, e’lon qilaman) – bir nechta ma’nolari bor. Jumladan, bir yoki bir necha hukumatlar, siyosiy partiyalar, xalqaro yoki jamoat tashkilotlarining dasturiy hujjat, muhim xalqaro voqea, qonun va hokazolarni umum e’tiboriga yetkazuvchi bayonoti; umumsiyosiy prinsiplarni tantanali ravishda e’lon etish (mas. Inson huquklari umumjahon deklaratsiyasi, O‘zbekistan Respublikasi Mustaqillik deklaratsiyasi). Xorijlik jurnalistlar boshqa davlatda faoliyat yuritishi uchun tegishli tartibda deklaratsiyadan o‘tishi talab etiladi.



**Demokratiya** (yunoncha demos — xalq va ...kratiya) — fukarolar erkinligi va tengligi qonunlarda mustahkamlangan, xalq hokimiyatchiligining vosita va shakllari amalda oʻrnatilgan va yuzaga chiqarilgan siyosiy tuzum.

**Jamoatchilik bilan aloqalar** — bu oʻrinda PR fani nuqtai nazaridan qaralganda: tashkilot va uning jamoatchiligi oʻrtasida fikrlarning ikki tomonlama tinglanishi nazarda tutiladi.

**Jamoatchilik fikri** — ijtimoiy voqealarga, turli guruhlar, tashkilotlar va ayrim shaxslar faoliyatiga boʻlgan yashirin yoki oshkora munosabatlarni oʻz ichiga oluvchi ommaviy ong shakli; muayyan ijtimoiy masalalarni maʼqullash yoki qoralashda namoyon boʻladi, individlar, ijtimoiy guruhlar hatti-harakatini va ijtimoiy munosabatlarda muayyan meyorlarni belgilaydi; umuman jamiyat doirasida ham, turli ijtimoiy guruhlar doirasida ham amal qiladi.

**Jamoatchilik manfaati** — odamlar manfaatidan kelib chiqqan holda qilinadigan say-harakatlar.

**Idoraviy manfaat** — tashkilot manfaatlaridan kelib chiqqan holda qilinadigan say-harakatlar.

**Ijtimoiy guruhlar** — muntazam ravishda bir-birlari b-n oʻzaro muno-sabatga kirishadigan shaxslar guruhi.

**Ijtimoiy inqiroz** — ijtimoiy sohadagi ayrim inqiroz holatlari.

**Ijtimoiy muhit** — insonning yashashi va ishlashi uchun uni oʻrab turgan ijtimoiy, moddiy va maʼnaviy shart-sharoitlar.

**Ijtimoiy psixologiya** — kishilarning ijtimoiy guruhlariga birlashishini, guruhiy tavsifni, shaxsning ruxiy faoliyati va xulq-atvorini, ijtimoiy psixologik qonuniyatlar, holatlar, hodisalar, ijtimoiy ustanovka kabilarni tadqiq qiluvchi psixologiya sohasi.

**Ijtimoiy tuzum** — jamiyatning muayyan taraqqiyot bosqichiga xos boʻlgan ijtimoiy munosabatlar tizimi.

**Matbuot byurosi** (Byuro fransuzcha – bureau) – biror tashkilot, jamiyat, muassasa yo shaxsga tegishli matbuot guruhining bir turi. Uni asosan ayrim chet davlatlarda uchratish mumkin.

**Matbuot kotibi** – axborot xizmati rahbari.

**Material** – matbuot uchun tayyorlanadigan xabar, maqola va boshqalarning qo‘lyozma shaklini ayrim jurnalistlar shundoq atashadi.

**Mafkura** – (arabcha – fikrlar majmui) – muayyan ijtimoiy guruh, qatlam, millat, jamiyat, davlatning manfaatlari, orzulari, maqsadlari ifodalangan qarashlar va ularni amalga oshirish tizimi. Unda manfaatlari ifodalanayotgan guruh va qatlamlarning o‘tmishi, bugungi kuni va istiqboli o‘z ifodasini topadi.

**Nizom** – tashkilotning huquqiy asoslari, rahbar va xodimlarning huquqlari, maqsad va vazifalari belgilangan hujjat, ustav.

**OAV** – ommaviy axborot vositalari, ya’ni, gazetalar, jurnallar, axborotnomalar, byulletenlar, teleradio, video, kinoxronikal dasturlar, umumfoydalanishdagi telekommunikatsiya tarmoqlaridagi veb-saytlar va hokazolar.

**OAVning media-kartasi** – ommaviy axborot vositasining nomi, muassasi, maqsadi, yo‘nalishi, tahririyat tarkibi, manzili va boshqa ma’lumotlar aks etgan hujjat-xaritasi.

**Oshkoralik** – jamoatchilikka muassasalar, tashkilotlar va mansabdor shaxslar faoliyatiga oid barcha ma’lumot, xabarlarini bilish, muhokama va nazorat etish uchun ro‘yi-rost e’lon qilish.

**Parlament** – fransuzcha “parle” – bahs-munozara, “ment” – joy, o‘rin degan ma’noni anglatadi.

**Pablik rileyshnz** – ingliz tilida “Public Relations”, qisqartma nomi – PR, piar, o‘zbekcha ma’nosi: Jamoatchilik bilan aloqalar.

**Piar-byuro** – ayrim xorij davlatlarida jamoatchilik bilan aloqalarni tashkil etishga xizmat qiladigan maxsus byurolar.

**Piarmen** – piar sohasi bilan muntazam shug‘ullanuvchi shaxs. (Hozirda ayrim reklama bilan shug‘ullanuvchilar ham o‘zlarini piarmen deb atashmoqda).

**Psixologik munosabat** – inson ruhiyati va faoliyatidan kelib chiqqan holda o‘rnatiladigan munosabat bo‘lib, unda e‘tibor ko‘proq voqelikning psixik aks etishi, ruhiy jarayonlar, holatlar, hodisalarga qaratilishi nazarda tutiladi.

**Reklama** (lotincha reklamo — qichqirmoq) – tovarlarning sifati, ularni sotib olishdan ko‘riladigan naf haqidagi axborot; bevosita yoki bilvosita foyda (daromad) olish maqsadida yuridik va jismoniy shaxslar yoki mahsulot to‘g‘risida tarqatiladigan maxsus axborot. U korxonaga imijini yaratish (uzoq davrli ta‘sir ko‘rsatish), joriy sotish hajmini ko‘paytirish (qisqa davrli ta‘sir ko‘rsatish), xaridorlarga nima sotib olishni va uni nima uchun sotib olish zarurligini hal qilishda yordamlashish va boshqa maqsadlarda olib boriladi.

**Targ‘ibot** – biror g‘oya, ta‘limot va shu kabilarni yoyishga, kishilar ongiga singdirishga qaratilgan tushuntirish ishlari.

**Tashviqot** – ommaga siyosiy ta‘sir ko‘rsatish maqsadida yozma yoki og‘zaki ravishda qilinadigan say-harakatlar, undash, da‘vat etish.

**Qonun** – inson, jamiyat va davlat manfaatlarini nuqtai nazaridan eng muhim hisoblanadigan ijtimoiy munosabatlarni mustahkamlash, rivojlantirish va tartibga solish vositasi. U davlat oliy vakillik organlarining eng yuqori kuchga ega bo‘lgan hujjatidir.

**Qonun chiqaruvchi hokimiyat** – hokimiyat bo‘linishi prinsipi va nazariyasiga muvofiq davlatning uch hokimiyat tarmog‘idan biri. U Konstitutsiya va qonunlarni qabul qilish,

ularga tegishli o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish, zarur hollarda ularni belgilangan tartibda bekor qilish vakolatlariga ega bo'ladi. O'zbekistonda Qonun chiqaruvchi hokimiyat yaxlit davlat hokimiyatining mustaqil bir tarmog'i bo'lib, u qonun yaratish jarayonini O'zbekiston Respublikasi parlamenti — Oliy Majlisi faoliyati orqali amalga oshiradi.

**Harakat dasturi** – tashkilotning kelgusidagi maqsadlari, rejalari o'z ifodasini topgan dasturiy hujjati; platformasi.

## ILOVALAR

*1-ilova*

### **O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASINING QONUNI**

### **DAVLAT HOKIMIYATI VA BOSHQARUVI ORGANLARI FAOLIYATINING OCHIQLIGI TO‘G‘RISIDA**

Qonunchilik palatasi tomonidan 2014-yil 11-martda qabul qilingan.

Senat tomonidan 2014-yil 10-aprelda ma’qullangan.

1-bob. Umumiy qoidalar

1-modda. Ushbu Qonunning maqsadi va asosiy vazifalari

Ushbu Qonunning maqsadi davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat.

Ushbu Qonunning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

jismoniy va yuridik shaxslarning davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyati to‘g‘risidagi axborotdan foydalanishini ta’minlash;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to‘g‘risida axborot olish huquqining kafolatlarini ta’minlash;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining hamda ular mansabdor shaxslarining qabul qilinayotgan qarorlar uchun mas’uliyatini oshirish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to‘g‘risidagi axborotni tarqatish tartibini belgilash.

2-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risidagi qonun hujjatlari

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risidagi qonun hujjatlari ushbu Qonun va boshqa qonun hujjatlaridan iboratdir.

Agar O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomasida O'zbekiston Respublikasining davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risidagi qonun hujjatlarida nazarda tutilganidan boshqacha qoidalar belgilangan bo'lsa, xalqaro shartnoma qoidalari qo'llaniladi.

3-modda. Ushbu Qonunning qo'llanilish sohasi

Ushbu Qonun davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari, ularning tarkibiy va hududiy bo'linmalari faoliyatining ochiqligini ta'minlashga nisbatan tatbiq etiladi.

Ushbu Qonunning amal qilishi:

jismoniy shaxslarning shaxsiga doir ma'lumotlardan foydalanishni ta'minlash tartibiga;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan arizalar, takliflar hamda shikoyatlarni ko'rib chiqish tartibiga;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari o'z vakolatlarini amalga oshirishi munosabati bilan ular tomonidan davlat hokimiyati va boshqaruvining boshqa organlariga o'z faoliyati to'g'risida axborot taqdim etish tartibiga;

taqdim etilishining o'ziga xos xususiyatlari boshqa qonun hujjatlarida nazarda tutilgan, davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyatiga taalluqli bo'lgan axborotning ayrim turlariga nisbatan tatbiq etilmaydi.

4-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyati ochiqligining asosiy prinsiplari

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyati ochiqligining asosiy prinsiplari quyidagilardan iborat:

ular tomonidan taqdim etiladigan axborotdan hammaning foydalanishi mumkinligi, uning o'z vaqtida berilishi va ishonchliligi;

ular faoliyatining oshkoraligi va shaffofligi;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni izlash, olish va tarqatish erkinligi;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyati to'g'risida axborot taqdim etishda fuqarolarning o'z sha'ni va qadr-qimmatini tajovuzlardan, o'z shaxsiy hayotiga aralashuvlardan himoya qilishga bo'lgan huquqlari va qonuniy manfaatlariga, shuningdek fuqarolar va yuridik shaxslarning o'z ishchanlik obro'sini himoya qilishga bo'lgan huquqlariga rioya etish.

5-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborot

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborot jumlasiga quyidagilar kiradi:

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining, ularning tarkibiy va hududiy bo'linmalarining huquqiy maqomini belgilovchi normativ-huquqiy hujjatlar;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan qabul qilingan normativ-huquqiy hujjatlar, normativ hamda boshqa hujjatlar, shuningdek, ularning ijro etilishining borishi to'g'risidagi ma'lumotlar;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan qabul qilingan normativ-huquqiy hujjatlarga, normativ va boshqa hujjatlarga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish, shuningdek, ushbu hujjatlarni o'z kuchini yo'qotgan deb topish to'g'risidagi ma'lumotlar;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan ishlab chiqilayotgan normativ-huquqiy hujjatlarning, normativ va boshqa hujjatlarning loyihalari to'g'risidagi ma'lumotlar;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan davlat dasturlari hamda boshqa dasturlar amalga oshirilishi to'g'risidagi ma'lumotlar;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan o'tkaziladigan ommaviy tadbirlar (majlislar, kengashlar, uchrashuvlar,

matbuot konferensiyalari, brifinglar, seminarlar, davra suhbatlari va boshqalar) to'g'risidagi ma'lumotlar;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining davlat hokimiyati va boshqaruvining boshqa organlari, jismoniy va yuridik shaxslar, shuningdek, xorijiy va xalqaro tashkilotlar bilan hamkorligi to'g'risidagi ma'lumotlar;

amalga oshirilishida davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari ishtirok etayotgan O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalari to'g'risidagi ma'lumotlar;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati sohasiga taalluqli bo'lgan tarmoqning (hududning) holatini va uning rivojlanish sur'atini tavsiflovchi asosiy ko'rsatkichlar haqidagi, shu jumladan, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish ko'rsatkichlari to'g'risidagi ma'lumotlar;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan o'tkaziladigan (tashkil etiladigan) ochiq tanlovlar (tenderlar) va kimoshdi savdolari to'g'risidagi ma'lumotlar;

bo'sh ish o'rinlari, ishga qabul qilish shartlari va bo'sh ish o'rinlarini egallash uchun nomzodlarga qo'yiladigan talablar to'g'risidagi ma'lumotlar;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan tuzilgan muvofiqlashtiruvchi va maslahat organlari to'g'risidagi ma'lumotlar;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining ochiq hay'at majlislarini o'tkazish rejalari, shu jumladan, majlislarning kun tartibi loyihalari, ular o'tkaziladigan sana, joy va vaqt, majlislarda hozir bo'lish tartibi.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborot jumlasiga qonun hujjatlariga muvofiq boshqa ma'lumotlar ham kiritilishi mumkin.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari o'z faoliyati to'g'risidagi axborot ro'yxatini ushbu modda qoidalariga muvofiq tasdiqlaydi.



Davlat hokimiyatining vakillik organlari (O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining palatalari, Qoraqalpog'iston Respublikasi Jo'qorg'i Kengesi, xalq deputatlari viloyat, tuman va shahar Kengashlari), ularning qo'mitalari (doimiy komissiyalari), komissiyalari ochiqlikni ta'minlash maqsadida o'z faoliyati to'g'risidagi axborot, shu jumladan, rejalashtirilayotgan majlislar va tadbirlar, ko'rib chiqilishi mo'ljallanayotgan masalalar, qabul qilingan qarorlar haqidagi axborot o'z vaqtida e'lon qilinishini (chop etilishini) ta'minlaydi.

6-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi foydalanilishi cheklab qo'yilgan axborot

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotdan foydalanish, agar mazkur axborot qonunda belgilangan tartibda davlat sirlari yoki qonun bilan qo'riqlanadigan boshqa sirni tashkil etuvchi ma'lumotlar jumlasiga kiritilgan bo'lsa, cheklab qo'yiladi.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi foydalanilishi cheklab qo'yilgan axborotga taalluqli ma'lumotlarning ro'yxati, shuningdek ma'lumotlarni bunday axborot jumlasiga kiritish tartibi qonun hujjatlarida belgilanadi.

7-modda. Axborotdan foydalanuvchi va uning huquqlari

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot izlashni amalga oshirayotgan jismoniy yoki yuridik shaxs axborotdan foydalanuvchidir.

Axborotdan foydalanuvchi quyidagi huquqlarga ega:

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi ishonchli axborotni olish va tarqatish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida ushbu Qonunning 5-moddasida nazarda tutilgan axborotni olish uchun bevosita yoxud o'z vakillari orqali so'rov bilan murojaat etish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot olishni rad etish.

Axborotdan foydalanuvchi qonun hujjatlariga muvofiq boshqa huquqlarga ham ega bo'lishi mumkin.

8-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari rahbarlarining davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash sohasidagi vakolatlari

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari rahbarlarining davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash sohasidagi vakolatlariga quyidagilar kiradi:

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tarkibiy va hududiy bo'linmalarining o'z faoliyati to'g'risidagi axborotdan axborotdan foydalanuvchilarning foydalanishini ta'minlashga doir faoliyatini muvofiqlashtirib borish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot taqdim etish tartibini belgilovchi normativ-huquqiy hujjatlar, normativ va boshqa hujjatlar ishlab chiqilishi hamda qabul qilinishini tashkil etish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash bo'yicha o'tkazilayotgan tadbirlar monitoring qilinishini hamda doimiy ravishda kompleks baholanishini tashkil etish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot taqdim etish uchun mas'ul bo'lgan mansabdor shaxslarni belgilash;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida ularning rasmiy veb-saytlarida joylashtiriladigan axborot ro'yxatini tasdiqlash;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi foydalanilishi qonun hujjatlariga muvofiq cheklab qo'yilgan axborotga taalluqli ma'lumotlarning ro'yxatini tasdiqlash;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi e'lon qilinishi (chop etilishi) lozim bo'lgan axborot materiallarini tasdiqlash;

axborotdan foydalanuvchilarning davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining ochiq hay'at majlislarida hozir bo'lishi tartibini belgilash;

axborotdan foydalanuvchilarning davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotdan moneliksiz foydalanishini ta'minlash, ushbu Qonun 6-moddasining birinchi qismida nazarda tutilgan hol bundan mustasno;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida ularning rasmiy veb-saytlarida joylashtiriladigan axborotning o'z vaqtida berilishini va ishonchliligini ta'minlash;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risidagi qonun hujjatlarini buzganlik uchun davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining mansabdor shaxslariga nisbatan tegishli choralar ko'rish.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rahbarlari davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash sohasida qonun hujjatlariga muvofiq boshqa vakolatlarni ham amalga oshirishi mumkin.

9-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborot manbalari

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborot manbalari quyidagilardan iborat:

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy nashrlari;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari rahbarlarining, shuningdek ushbu organlar tomonidan vakolat berilgan mansabdor shaxslarning chiqishlari va bayonotlari;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari axborot xizmatlarining xabarlari;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari rasmiy veb-saytlarining materiallari;

ommaviy axborot vositalarining materiallari.

Qonun hujjatlariga muvofiq boshqa manbalar ham davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborot manbalari bo'lishi mumkin.

10-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining axborot xizmati

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining o'z faoliyati to'g'risidagi axborotni tayyorlash hamda tarqatish vazifalarini bajaruvchi, shuningdek, ommaviy axborot vositalari va jamoatchilik bilan hamkorlikni ta'minlovchi tarkibiy bo'linmasi yoxud ushbu vazifalarni bajarish zimmasiga yuklatilgan shaxs davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining axborot xizmatidir (bundan buyon matnda axborot xizmati deb yuritiladi).

Axborot xizmati ommaviy tadbirlarni tashkil etish, axborot xabarlarini (press-relizlar, byulletenlar va hokazolarni) tarqatish, shuningdek davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy veb-saytida ularning faoliyati to'g'risidagi axborotni joylashtirish va yangilab borish yo'li bilan davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyatini ommaviy axborot vositalarida yoritish chora-tadbirlarini ko'radi. Axborot xizmati davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot tarqatishning qonun hujjatlariga zid bo'lmagan boshqa usullaridan ham foydalanishi mumkin.

Axborot xizmatining faoliyatini tashkil etish tartibi davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan belgilanadi.

2-bob. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash tartibi

11-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash usullari

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash usullari quyidagilardan iborat:

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni e'lon qilish (chop etish);

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni ularning rasmiy veb-saytlarida joylashtirish va yangilab borish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni hamma kirishi mumkin bo'lgan xonalarga va joylarga joylashtirish hamda yangilab borish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni axborot-kutubxona va arxiv fondlari orqali taqdim etish;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining ochiq hay'at majlislarida axborotdan foydalanuvchilarning hozir bo'lishi uchun sharoitlar yaratish;

axborotdan foydalanuvchilarning so'rovi asosida ularga davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida og'zaki va yozma shaklda (shu jumladan elektron hujjat shaklida) axborot taqdim etish.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash qonun hujjatlariga muvofiq boshqa usullar bilan ham amalga oshirilishi mumkin.

12-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni e'lon qilish (chop etish)

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni e'lon qilish (chop etish) davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy nashrlari, rasmiy veb-saytlari, shuningdek ommaviy axborot vositalari orqali amalga oshiriladi.

13-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy veb-saytlari

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy veb-saytlari Internet jahon axborot tarmog'idagi ushbu organlarga yoki bo'ysunuv tartibida yuqori turuvchi organga tegishli bo'lgan va ularning faoliyati to'g'risidagi axborotni o'z ichiga olgan rasmiy veb-sayt sifatida identifikatsiya qilinadigan, hamma foydalanishi mumkin bo'lgan resursdir.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy veb-saytlarida ushbu Qonun 5-moddasining birinchi qismida nazarda tutilgan axborotdan tashqari quyidagilar joylashtirilishi mumkin:

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rahbarlari to'g'risidagi ma'lumotnoma tarzidagi axborot (biografik ma'lumotlar, fuqarolarni qabul qilish kunlari va hokazo);

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining hamda ular tarkibiy va hududiy bo'linmalarining ish tartibi to'g'risidagi ma'lumotlar, ularning telefon raqamlari hamda pochta manzillari, elektron pochta manzillari, ma'lumot xizmati telefonlarining va ishonch telefonlarining raqamlari, jamoat transportining qatnov yo'llari, to'xtash joylarining nomlari va yo'nalish raqamlari;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rahbarlari, shuningdek ushbu organlar tomonidan vakolat berilgan mansabdor shaxslar chiqishlarining hamda bayonotlarining matnlari;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari huzurida ommaviy axborot vositalari vakillarini akkreditatsiya qilish tartibi to'g'risidagi axborot;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan ko'rsatiladigan davlat xizmatlarining ro'yxati;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi tahliliy ma'ruzalar hamda axborot tusidagi sharhlar;

arizalarni, takliflarni, shikoyatlarni qabul qilish tartibi to'g'risida axborot;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot olishga doir so'rovlarni qabul qilish tartibi haqidagi axborot;

kelib tushgan arizalarni, takliflarni, shikoyatlarni, shuningdek, davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot olishga doir so'rovlarni ko'rib chiqishning umumiy natijalari haqidagi axborot.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy veb-saytlarida qonun hujjatlariga muvofiq ularning faoliyati to'g'risidagi boshqa axborot ham joylashtirilishi mumkin.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy veb-saytlaridagi axborot davlat tilida joylashtirilishi kerak. Rasmiy veb-sayt boshqa tillardagi shakllarga ham ega bo'lishi mumkin.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan o'z rasmiy veb-saytlarida joylashtiriladigan axborotning sanasi qo'yilgan bo'lishi hamda u vaqti-vaqti bilan yangilab borilishi kerak. Axborotni yangilab borish davriyligi davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan belgilanadi, lekin u haftasiga bir martadan kam bo'lmasligi kerak.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy veb-saytlarida joylashtirilgan axborot ishonchli bo'lishi kerak va u ommaviy axborot vositalarida e'lon qilinadigan axborot bilan teng kuchga ega bo'ladi.

14-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni hamma kirishi mumkin bo'lgan xonalar va joylarga joylashtirish

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari o'zlari egallab turgan hamma kirishi mumkin bo'lgan xonalarda va (yoki) boshqa ajratilgan joylarda tegishli organning faoliyati to'g'risidagi axborot bilan axborotdan foydalanuvchilar tanishishi uchun axborot stendlarini va (yoki) shunday maqsad uchun mo'ljallangan boshqa texnik vositalarni joylashtirishi shart.

Ushbu moddaning birinchi qismida ko'rsatilgan axborot stendlarida va (yoki) shunday maqsad uchun mo'ljallangan boshqa texnik vositalarda quyidagilar bo'lishi kerak:

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining huquqiy maqomini belgilovchi normativ-huquqiy hujjatlar ro'yxati;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining ish tartibi to'g'risidagi ma'lumotlar, ma'lumot xizmati telefonlarining, ishonch telefonlarining raqamlari;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rejalashtirilayotgan ochiq hay'at majlislari to'g'risidagi axborot;

arizalarni, takliflarni hamda shikoyatlarni qabul qilish tartibi to'g'risidagi axborot;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot olishga doir so'rovni qabul qilish tartibi haqidagi axborot;

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan ko'rsatiladigan davlat xizmatlarining ro'yxati.

Ushbu moddaning birinchi qismida ko'rsatilgan axborot stendlarida va (yoki) shunday maqsad uchun mo'ljallangan boshqa texnik vositalarda qonun hujjatlariga muvofiq davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi boshqa axborot ham bo'lishi mumkin.

15-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni axborot-kutubxona va arxiv fondlari orqali taqdim etish

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risidagi axborotni axborot-kutubxona va arxiv fondlari orqali qonun hujjatlarida belgilangan tartibda taqdim etadi.

16-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining ochiq hay'at majlislari axborotdan foydalanuvchilarning hozir bo'lishi uchun sharoitlar yaratish

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining hay'at majlislari ochiq tarzda o'tkaziladi, qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollar bundan mustasno.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari o'zlarining ochiq hay'at majlislari axborotdan foydalanuvchilarning hozir bo'lishi uchun sharoitlar yaratadi.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining ochiq hay'at majlislari axborotdan foydalanuvchilarning hozir bo'lishi tartibi ushbu organlarning tegishli normativ hujjatlari bilan belgilanadi.



17-modda. Ommaviy axborot vositalari vakillarining davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyati to'g'risidagi axborotdan foydalanishini ta'minlash

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari o'z faoliyatining ochiqligini ta'minlash maqsadida ommaviy axborot vositalari vakillarining davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari huzurida akkreditatsiya qilinishini amalga oshirishi mumkin.

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari ommaviy axborot vositalarining akkreditatsiya qilingan vakillarini o'tkaziladigan tadbirlar to'g'risida oldindan xabardor qiladi, ularga o'z kasbiga doir vazifalarini bajarishda ko'maklashadi.

Ommaviy axborot vositalarining akkreditatsiya qilingan vakillari quyidagi huquqlarga ega:

bo'lib o'tadigan ochiq hay'at majlislari va boshqa ommaviy tadbirlar to'g'risida oldindan axborot olish;

akkreditatsiya qiluvchi organning binolariga (xonalariga) va boshqa obektlariga akkreditatsiya qiluvchi organ tomonidan belgilangan tartibda kirish;

ochiq hay'at majlislari va boshqa ommaviy tadbirlarda hozir bo'lish;

akkreditatsiya qiluvchi organning mas'ul shaxslaridan zarur hujjatlar va materiallarni so'rash hamda olish, ommaviy tadbirlarning yozuvlari bilan tanishish hamda ulardan ko'chirma nusxalar olish;

olingan yozuvlardan ommaviy axborot vositalari materiallarini tayyorlashda foydalanish.

Ommaviy axborot vositalarining akkreditatsiya qilingan vakillari qonun hujjatlariga muvofiq boshqa huquqlarga ham ega bo'lishi mumkin.

3-bob. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot olishga doir so'rovni ko'rib chiqish tartibi

18-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot olishga doir so'rov

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot olishga doir so'rov (bundan buyon matnda so'rov deb yuritiladi) axborotdan foydalanuvchining davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyati to'g'risida axborot taqdim etish haqida ushbu organlarga va (yoki) ularning mansabdor shaxslariga yo'llanadigan og'zaki yoki yozma shakldagi (shu jumladan elektron hujjat shaklidagi) talabidir.

19-modda. So'rovni ko'rib chiqish muddatlari va tartibi

Axborotdan foydalanuvchining so'rovi ro'yxatdan o'tkazilgan kundan e'tiboran ko'pi bilan o'n besh kunlik muddatda ko'rib chiqilishi kerak.

Ommaviy axborot vositasining davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining faoliyati to'g'risida axborot olishga doir, shuningdek mansabdor shaxslarning intervyusini tashkil etish to'g'risidagi so'rovi ko'pi bilan yetti kunlik muddatda ko'rib chiqiladi.

Agar axborotdan foydalanuvchining so'rovini ko'rib chiqish davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining vakolatlariga kirmasa, so'rov so'ralayotgan axborotni taqdim etish vakolatiga kiritilgan organga ro'yxatdan o'tkazilgan kundan e'tiboran uch ish kuni ichida yuboriladi, axborotdan foydalanuvchi esa bu haqda xabardor qilinadi.

Rasmiy nashrlarda, ommaviy axborot vositalarida e'lon qilingan (chop etilgan) yoxud rasmiy veb-saytlarda joylashtirilgan axborot so'ralganda davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari so'rovga beriladigan javobda so'ralayotgan axborot e'lon qilingan (chop etilgan) rasmiy nashrning, ommaviy axborot vositasining nomi, chiqarilish sanasi hamda raqamini va (yoki) so'ralayotgan axborot joylashtirilgan rasmiy veb-saytning elektron manzilini ko'rsatgan holda havola berishi mumkin.

Agar davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari olingan so'rov bo'yicha davlat hokimiyati va boshqaruvining boshqa organlari vakolatlari to'g'risidagi ma'lumotlarga ega bo'lmasa, axborotdan foydalanuvchiga so'rov ro'yxatdan o'tkazilgan kundan e'tiboran uch ish kuni ichida tegishli javob yuboriladi.

So'rov rad etilgan taqdirda axborotdan foydalanuvchiga asoslantirilgan javob yuboriladi.

#### 20-modda. So'rovga qo'yiladigan talablar

Jismoniy shaxsning so'rovida uning familiyasi, ismi, otasining ismi, yashash joyi to'g'risidagi ma'lumotlar ko'rsatilgan va so'rovning mohiyati bayon etilgan bo'lishi kerak. Yuridik shaxsning so'rovida yuridik shaxsning to'liq firma nomi, uning joylashgan yeri (pochta manzili) to'g'risidagi ma'lumotlar ko'rsatilgan, so'rovning mohiyati bayon etilgan bo'lishi kerak.

Yozma so'rovlar axborotdan foydalanuvchining shaxsiy imzosi bilan tasdiqlangan bo'lishi kerak. So'rovni shaxsiy imzo bilan tasdiqlash imkoniyati bo'lmagan taqdirda, u qo'shimcha ravishda tuzuvchining ham familiyasi, ismi, otasining ismi qo'yilgan holda uning imzosi bilan tasdiqlangan bo'lishi kerak.

Axborotdan foydalanuvchini identifikatsiyalash imkoniyatini beradigan ma'lumotlar ko'rsatilmagan so'rov anonim hisoblanadi va ko'rib chiqilmaydi.

So'rov unda qo'yilgan masalalar yuzasidan axborot taqdim etish vakolatiga kiradigan davlat hokimiyati va boshqaruvi organiga yoki mansabdor shaxsga yuboriladi.

Belgilangan tartibda yuborilgan so'rov ko'rib chiqilishi shart.

#### 4-bob. Yakunlovchi qoidalar

#### 21-modda. Nizolarni hal etish

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi sohasidagi nizolar qonun hujjatlarida belgilangan tartibda hal etiladi.

22-modda. Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risidagi qonun hujjatlarini buzganlik uchun javobgarlik

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risidagi qonun hujjatlarini buzganlikda aybdor shaxslar belgilangan tartibda javobgar bo'ladi.

23-modda. Qonun hujjatlarini ushbu Qonunga muvofiqlashtirish

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi:

hukumat qarorlarini ushbu Qonunga muvofiqlashtirsin;

davlat boshqaruvi organlari ushbu Qonunga zid bo'lgan o'z normativ-huquqiy hujjatlarini qayta ko'rib chiqishlari va bekor qilishlarini ta'minlasin.

24-modda. Ushbu Qonunning kuchga kirishi

Ushbu Qonun rasmiy e'lon qilingan kundan e'tiboran kuchga kiradi.

**O'zbekiston Respublikasining Prezidenti I. KARIMOV**  
Toshkent shahri, 2014-yil 5-may. № O'RQ-369

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI VAZIRLAR  
MAHKAMASINING QARORI**

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI DAVLAT VA XO‘JALIK  
BOSHQARUVI ORGANLARINING AXBOROT  
XIZMATLARI FAOLIYATINI YANADA  
TAKOMILLASHTIRISH CHORA-TADBIRLARI  
TO‘G‘RISIDA**

Hozirgi shiddat bilan rivojlanayotgan dunyoda axborot va bilim eng muhim milliy resurslarga, ularni yaratish va tarqatishni ta'minlovchi tizimlar esa – barqaror rivojlanishning strategik omillariga aylanmoqda.

Ushbu sharoitlarda O‘zbekistonda demokratik huquqiy davlatni va ochiq adolatli fuqarolik jamiyatini qurish, shuningdek, insonning huquq va erkinliklari himoya qilinishini ta'minlashdek strategik maqsadga erishish, davlat boshqaruvining sifati davlatning axborot, bilim va innovatsiyalarga asoslangan modeliga o‘tishini ta'minlaydigan axborotni va bilimni yaratish, qabul qilish va tarqatish imkoniyatlari bilan belgilanadi.

Shu munosabat bilan davlat va xo‘jalik boshqaruvi sohasida ochiqlik va shaffoflikka asoslangan samarali qarorlar qabul qilish tizimini joriy etish, axborot olishda mansabdor shaxslarning jamiyat oldidagi hisobdorligi, ochiqligi va mas‘uliyatini ta'minlash zarur. Bu davlat va xo‘jalik boshqaruvi apparatining samarali faoliyat yuritishi hamda jamiyatda adolatni qaror toptirishning muhim sharti hisoblanadi.

Bunda jamiyatni davlat va xo‘jalik boshqaruvi organlarining faoliyatidan keng xabardor qilish, ularning aholi oldidagi hisobdorligini ta'minlash «Xalq davlat hokimiyatining birdan-bir manbaidir» degan konstitusiyaviy normani amalga oshirishning,

«Xalq davlat idoralariga emas, balki davlat idoralari xalqimizga xizmat qilishi kerak» degan ezgu g'oyani ro'yobga chiqarishning muhim sharti hisoblanadi.

Davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining axborot jihatidan ochiqligini yanada oshirish, jamoatchilikka amalga oshirilayotgan keng ko'lamli islohotlarning maqsadlari, vazifalari, borishi hamda natijalari, mamlakatning global axborot jamiyatiga uyg'un integratsiyalashuvi haqida o'z vaqtida, xolisona va to'laqonli axborotni tezkorlik bilan yetkazish, shuningdek, davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari axborot xizmatlari faoliyati samaradorligini tubdan oshirish maqsadida Vazirlar Mahkamasi qaror qiladi:

1. «Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonunida belgilangan aholi bilan ochiq muloqotni yo'lga qo'yishning samarali mexanizmlari va usullarini joriy etishga, jismoniy va yuridik shaxslarning davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari faoliyati to'g'risidagi axborotni izlash, olish va tarqatishga doir huquqlarini ta'minlashga qaratilgan normalari ijrosini so'zsiz va sifatli ta'minlash barcha darajalardagi davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining eng ustuvor vazifalaridan biri deb hisoblansin.

Davlat va xo'jalik boshqaruvi organi rahbari ushbu vazifalar amalga oshirilishi uchun shaxsan mas'ul ekanligi belgilab qo'yilsin.

2. Belgilab qo'yilsinki, davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining axborot xizmatlari (matbuot xizmatlari, jamoatchilik bilan aloqalar xizmatlari) (keyingi o'rinlarda axborot xizmati deb yuritiladi) davlat va xo'jalik boshqaruvi organi xodimlarining umumiy soni doirasida tashkil etiladi hamda shu organ rahbariga bevosita bo'ysunadigan alohida mustaqil bo'linma hisoblanadi.

Quyidagilar axborot xizmatining asosiy vazifalari etib belgilansin:

davlat va xo'jalik boshqaruvi organi rahbariyati tomonidan zamonaviy talablarga muvofiq belgilanadigan axborot siyosatini shakllantirish va amalga oshirishda ishtirok etish;

axborot sohasidagi yagona davlat siyosatini amalga oshirish borasida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmati, davlat va xo'jalik boshqaruvi boshqa organlarining axborot xizmatlari bilan samarali va amaliy hamkorlikni ta'minlash;

davlat va xo'jalik boshqaruvi organining faoliyati, uning faoliyat sohasiga doir normativ-huquqiy hujjatlar to'g'risida keng jamoatchilikni xolisona, sifatli va tezkor xabardor qilish;

ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro hamkorlik qilish, axborot xizmati bilan doimiy hamkorlikda ishlaydigan jurnalistlar doirasini shakllantirish, axborot xabarlarini (matbuot uchun axborotlar, byulletenlar va shu kabilarni) tarqatish, ommaviy tadbirlarni tashkil etish;

axborotni davlat va xo'jalik boshqaruvi organining rasmiy veb-saytida tezkor joylashtirish va o'z vaqtida yangilab borish, Internet tarmog'idagi veb-resurslarni, shu jumladan, ijtimoiy va mobil tarmoqlarni rivojlantirish;

axborot maydoni monitoringini olib borish va tahlil qilish, ularga munosabat bildirishning turlari, usullari va darajasi bo'yicha ekspertlar bilan birgalikda takliflar tayyorlash, ommaviy axborot vositalarida, shu jumladan, Internet tarmog'ida materiallar tarqatish bo'yicha kompleks ishlarni tashkil etish;

davlat va xo'jalik boshqaruvi organining boshqa bo'linmalari bilan birgalikda milliy va xorijiy ommaviy axborot vositalarida tarqatish uchun xabar, axborot-ma'lumot tusidagi materiallar, sharhlar va axborot-tahliliy materiallar tayyorlash;

davlat va xo'jalik boshqaruvi organi faoliyatini xorijiy ommaviy axborot vositalarida sifatli yoritish maqsadida O'zbekiston Respublikasining xorijiy mamlakatlardagi vakolatxonalarini, shuningdek, xorijiy mamlakatlarning O'zbekistondagi

diplomatik vakolatxonalarini axborot materiallari (kino, foto, audio va videomateriallar, bosma mahsulotlar va shu kabilar) bilan ta'minlash;

idora faoliyatiga nisbatan jamoatchilik fikrining holatini hamda milliy va xorijiy ommaviy axborot vositalari pozitsiyasini tahlil qilish va ular to'g'risida davlat va xo'jalik boshqaruvi organi rahbariyatiga axborot berish;

davlat va xo'jalik boshqaruvi organining faoliyat sohasiga aloqador matnli, foto, audio va videomateriallardan iborat ma'lumotlar bankini shakllantirish va yuritish.

3. Davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining axborot xizmati to'g'risidagi namunaviy nizom ilovaga muvofiq tasdiqlansin.

4. Davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari:

o'zlari qabul qilgan normativ-huquqiy hujjatlarni ikki oy muddatda ushbu qarorga muvofiqlashtirsinlar;

O'zbekiston matbuot va axborot agentligi bilan birgalikda uch oy muddatda:

axborot xizmatlari rahbarlari va xodimlarini attestatsiyadan o'tkazsinlar;

axborot xizmatlari kadrlarining malakasini oshirish va Xizmatlarni jurnalist kadrlar, jamoatchilik bilan aloqalarni tashkil etish va boshqa sohalardagi yuqori malakali mutaxassis kadrlar bilan ta'minlash, shuningdek, axborot xizmatlari faoliyatini samarali tashkil etish uchun zarur zamonaviy moddiy-texnik bazani shakllantirish bo'yicha «yo'l xaritalari»ni ishlab chiqsinlar;

axborot xizmatlari tomonidan ommaviy axborot vositalari vakillari bilan, shu jumladan, davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining rahbarlari ishtirokida muntazam ravishda (bir oyda kamida bir marta) matbuot anjumanlari, brifinglar o'tkazilishini hamda ommaviy axborot vositalari va jamoatchilik bilan ishlashning boshqa zamonaviy shakllarini amaliyotga joriy etsinlar.

5. O'zbekiston matbuot va axborot agentligi O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini



rivojlantirish vazirligi bilan birgalikda ikki oy muddatda davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining faoliyatida ochiqlik prinsipini amalga oshirish bo'yicha quyidagilarga qaratilgan metodik tavsiyalarni ishlab chiqsin:

davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligini oshirish, ularning faoliyati to'g'risida jamoatchilikni xabardor qilishning amaliy mexanizmlarini belgilash;

davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari tomonidan qabul qilinayotgan qarorlar to'g'risidagi axborotdan jismoniy va yuridik shaxslar keng foydalanishini ta'minlash, ochiqlikni ta'minlash bo'yicha zamonaviy tizimlarni shakllantirishda ularga ko'maklashish va hokazo.

6. O'zbekiston matbuot va axborot agentligi O'zbekiston jurnalistlari ijodiy uyushmasi, O'zbekiston mustaqil bosma ommaviy axborot vositalari va axborot agentliklarini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish jamoat fondi, O'zbekiston Elektron ommaviy axborot vositalari milliy assotsiatsiyasi bilan birgalikda har yili «Eng yaxshi axborot xizmati», «Davlat boshqaruvi organlari faoliyatini yoritayotgan eng yaxshi jurnalist» va boshqa nominatsiyalar bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Konstitusiyasi, matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlari kunlariga bag'ishlab tanlovlar tashkil etsin.

7. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida» 2006-yil 22 sentabrdagi 203-son qarori o'z kuchini yo'qotgan deb hisoblansin.

8. Mazkur qarorning bajarilishini nazorat qilish Vazirlar Mahkamasining Madaniyat, san'at va yoshlar siyosati masalalari axborot-tahlil departamentiga yuklansin.

**O'zbekiston Respublikasining Bosh vaziri A. ARIPOV**

Toshkent sh., 2018-yil 15-fevral, 125-son

## ILOVA

### **Davlat va xo‘jalik boshqaruvi organlarining axborot xizmati to‘g‘risida**

#### NAMUNAVIY NIZOM

##### **1-bob. Umumiy qoidalar**

1. Axborot xizmati (matbuot xizmati, jamoatchilik bilan aloqalar xizmati) (keyingi o‘rinlarda Xizmat deb ataladi) davlat va xo‘jalik boshqaruvi organi markaziy apparatining mustaqil tarkibiy bo‘linmasi hisoblanadi hamda bevosita uning rahbariga bo‘ysunadi.

2. Xizmat o‘z faoliyatida O‘zbekiston Respublikasi Konstitusiyasiga, «Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuniga va O‘zbekiston Respublikasining boshqa qonunlariga, O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi palatalarining qarorlariga, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari, qarorlari va farmoyishlariga, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlari va farmoyishlariga hamda ushbu Nizomga amal qiladi.

3. Xizmat o‘z faoliyatini davlat va xo‘jalik boshqaruvi organining hududiy va tarkibiy bo‘linmalari hamda boshqa davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining tegishli xizmatlari bilan o‘zaro yaqin hamkorlikda amalga oshiradi.

## **2-bob. Xizmatning asosiy vazifalari va funksiyalari**

### **4. Quyidagilar Xizmatning asosiy vazifalari hisoblanadi:**

davlat va xo‘jalik boshqaruvi organi rahbariyati tomonidan zamonaviy talablarga muvofiq belgilanadigan axborot siyosatini shakllantirish va amalga oshirishda ishtirok etish;

axborot sohasidagi yagona davlat siyosatini amalga oshirish borasida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmati, davlat va xo‘jalik boshqaruvi boshqa organlarining axborot xizmatlari bilan samarali va amaliy hamkorlikni ta‘minlash;

keng jamoatchilikni davlat va xo‘jalik boshqaruvi organining faoliyati, uning sohaga doir normativ-huquqiy hujjatlari to‘g‘risida xolisona, sifatli va tezkor xabardor qilish;

ommaviy axborot vositalari (keyingi o‘rinlarda OAV deb ataladi) bilan o‘zaro hamkorlik qilish, Xizmat bilan doimiy hamkorlikda ishlaydigan jurnalistlar doirasini shakllantirish, axborot xabarlarini (matbuot uchun axborotlar, byulletenlar va shu kabilarni) tarqatish, ommaviy tadbirlarni tashkil etish;

davlat va xo‘jalik boshqaruvi organining rasmiy veb-saytida axborotni tezkorlik bilan joylashtirish va o‘z vaqtida yangilab borish, Internet tarmog‘idagi veb-resurslarni, shu jumladan, ijtimoiy va mobil tarmoqlarni rivojlantirish;

axborot maydoni monitoringini olib borish va tahlil qilish, ularga munosabat bildirishning turlari, usullari va darajasi bo‘yicha ekspertlar bilan birgalikda takliflar tayyorlash, OAV, shu jumladan, Internet tarmog‘ida materiallar tarqatish bo‘yicha kompleks ishlarni tashkil etish;

davlat va xo‘jalik boshqaruvi organining boshqa bo‘linmalari bilan birgalikda milliy va xorijiy OAVda tarqatish uchun xabar, axborot-ma‘lumot materiallar, sharhlar va axborot-tahliliy materiallar tayyorlash;

davlat va xo'jalik boshqaruvi organi faoliyatini xorijiy OAVda sifatli yoritish maqsadida O'zbekiston Respublikasining xorijiy mamlakatlardagi vakolatxonlarini, shuningdek, xorijiy mamlakatlarning O'zbekistondagi diplomatik vakolatxonalarini axborot materiallari (foto, audio va videomateriallar, bosma mahsulotlar va shu kabilar) bilan ta'minlash;

idora faoliyatiga nisbatan jamoatchilik fikrining holati hamda milliy va xorijiy OAV pozitsiyasini tahlil qilish va ular to'g'risida davlat hokimiyati va boshqaruvi organi rahbariyatiga axborot berish;

davlat va xo'jalik boshqaruvi organining faoliyat sohasiga aloqador matnli, foto, audio va videomateriallar ma'lumotlar bankini shakllantirish va yuritish.

5. Xizmat yuklangan vazifalarni amalga oshirish uchun quyidagi funksiyalarni bajaradi:

OAVda, shu jumladan, Internet tarmog'ida axborot e'lon qiladi (chop etadi), shuningdek, ularni rasmiy veb-saytlarda, hamma kirishi mumkin bo'lgan xonalar va joylarga joylashtirish va yangilab borishni ta'minlaydi;

ommaviy tadbirlarni, shu jumladan, davlat va xo'jalik boshqaruvi organining rahbarlari ishtirokidagi tadbirlar (majlislar, yig'ilishlar, uchrashuvlar, matbuot anjumanlari, brifinglar, seminarlar, davra suhbatlari va boshqalar)ni tashkil etadi va o'tkazadi;

OAV va jurnalistlarning so'rovi asosida ularga og'zaki va yozma shaklda (shu jumladan, elektron hujjat shaklida) axborot taqdim etadi;

qabul qilinayotgan qonun hujjatlari, sotsial va ijtimoiy ahamiyatga molik muhim dasturlar hamda O'zbekiston Respublikasi hududida huquqni qo'llash amaliyoti holati monitoringini olib boradi va keng jamoatchilikni xabardor qilib boradi;

Xizmat oldida turgan vazifalarni samarali hal etish uchun zarur bo'lgan axborotni davlat va xo'jalik boshqaruvi organining

boshqa bo‘linmalari bilan o‘zaro hamkorlikda to‘playdi va ularni puxta ishlaydi;

davlat va xo‘jalik boshqaruvi organi faoliyatiga doir masalalar bo‘yicha bosma materiallarni tayyorlaydi hamda milliy va xorijiy nashrlarda e‘lon qiladi, teleko‘rsatuvlar va radioeshittirishlarni tashkil etadi, tegishli sohada davlat siyosatini amalga oshiradi;

davlat va xo‘jalik boshqaruvi organi faoliyatiga doir masalalar bo‘yicha jamoatchilik fikrini hamda milliy va xorijiy ommaviy axborot vositalari pozitsiyasini o‘rganishga doir tahliliy ishlarni amalga oshiradi, davlat va xo‘jalik boshqaruvi organi rahbariyatiga axborot berish uchun e‘lon qilingan dolzarb materiallar sharhlarini tayyorlaydi;

OAV bilan axborot-ma‘lumotnoma ishlarini amalga oshirish uchun davlat va xo‘jalik boshqaruvi organi faoliyatining asosiy yo‘nalishlari bo‘yicha tahliliy, statistik va boshqa materiallarning tizimlashtirilgan ma‘lumotlar banki tashkil etilishi va yuritilishini ta‘minlaydi;

davlat va xo‘jalik boshqaruvi organi faoliyatini eng to‘liq va xolisona yoritish maqsadida milliy va xorijiy OAV hamda jurnalistlar bilan o‘zaro hamkorlikni amalga oshiradi;

davlat va xo‘jalik boshqaruvi organining veb-sayti tashkil etilishini va uni zamonaviy darajada yuritishni ta‘minlaydi;

davlat va xo‘jalik boshqaruvi organi tomonidan tashkil etiladigan rasmiy tadbirlardan teledasturlar, roliklar va lavhalar tayyorlashda va ularni montaj qilishda ishtirok etadi hamda ushbu materiallarni belgilangan tartibda saqlash uchun ularning arxivlashtirilishini ta‘minlaydi;

davlat va xo‘jalik boshqaruvi organi faoliyatiga doir foto, audio va videomateriallarni tayyorlaydi hamda ularni tayyorlash jarayonida davlat va nodavlat OAV bilan o‘zaro hamkorlik qiladi;

davlat va xo‘jalik boshqaruvi organining faoliyat sohasiga aloqador foto, audio va videomateriallar ma‘lumotlar banki shakllantirilishi va yuritilishini ta‘minlaydi.

6. Xizmat o'z vakolatlari doirasida milliy va xorijiy axborot agentliklari hamda OAVning davlat va xo'jalik boshqaruvi organi faoliyati to'g'risidagi materiallarni tayyorlashda ko'maklashish to'g'risidagi buyurtmanomalari va so'rovlarini ko'rib chiqadi.

### **3-bob. Xizmatning huquqlari va javobgarligi**

7. Xizmat o'ziga yuklangan vazifalar va funksiyalarni bajarish uchun quyidagi huquqlarga ega:

Xizmatning vazifalari va funksiyalarini bajarish uchun zarur bo'lgan axborotni davlat va xo'jalik boshqaruvi organining boshqa bo'linmalaridan, idoraviy mansub tashkilotlardan belgilangan tartibda so'rab olish;

davlat va xo'jalik boshqaruvi organining yig'ilishlarida, majlislarida va boshqa tadbirlarida qatnashish;

qo'yilgan vazifalarni bajarish uchun davlat va xo'jalik boshqaruvi organining rahbari bilan kelishgan holda idoraning boshqa bo'linmalari xodimlarini jalb etish, shuningdek, boshqa tashkilotlarning mutaxassislari va malakali ekspertlarini, shu jumladan, shartnoma asosida jalb etish;

davlat va xo'jalik boshqaruvi boshqa organlarining axborot xizmatlari bilan belgilangan tartibda o'zaro hamkorlik qilish;

rahbariyatning topshirig'iga ko'ra davlat organlarida respublika va xalqaro ahamiyatga ega bo'lgan tadbirlarda Xizmat vakolatiga taalluqli masalalar bo'yicha davlat va xo'jalik boshqaruvi organi nomidan vakillik qilish;

o'z vakolatlari doirasida bosma nashrlarni nashr etish;

davlat va xo'jalik boshqaruvi organining axborot siyosatini takomillashtirishga doir takliflarni, Xizmat faoliyati masalalari bo'yicha normativ hujjatlar loyihalarini rahbariyatning ko'rib chiqishi uchun kiritish.

8. Xizmat:

o'ziga yuklangan vazifalarning sifatli va o'z vaqtida bajarilishi;

davlat va xo'jalik boshqaruvi organi faoliyatining milliy va xorijiy OAVda xolisona, sifatli va tezkor yoritilishini ta'minlash uchun javob beradi.

#### **4-bob. Xizmat faoliyatini tashkil etish**

9. Xizmat xodimlari soni u amalga oshiradigan vazifalarning murakkabligi va hajmiga ko'ra davlat va xo'jalik boshqaruvi organining rahbari tomonidan, xodimlarning tasdiqlangan umumiy soni doirasida belgilanadi.

10. Xizmat faoliyati davlat va xo'jalik boshqaruvi organining rahbari tomonidan tasdiqlanadigan ish rejasi asosida tashkil etiladi.

11. Xizmatga davlat va xo'jalik boshqaruvi organining rahbari tomonidan lavozimga tayinlanadigan va lavozimdan ozod qilinadigan rahbar boshchilik qiladi.

12. Xizmat rahbari bevosita davlat va xo'jalik boshqaruvi organining rahbariga bo'ysunadi va ayni vaqtda uning matbuot kotibi hisoblanadi.

13. Xizmat rahbari:

Xizmat faoliyatini muvofiqlashtiradi hamda Xizmatga yuklangan vazifalar va funksiyalarning bajarilishi uchun shaxsan javob beradi;

Xizmat faoliyatini tashkil etadi, rejalashtiradi va nazorat qiladi, davlat hokimiyati va boshqaruvi organining boshqa bo'linmalari bilan o'zaro hamkorlikni amalga oshiradi;

Xizmatda kadrlarni tanlash va joy-joyiga qo'yishni ta'minlaydi, xodimlar o'rtasida vazifalarni taqsimlaydi;

Xizmat xodimlarining malakasini va kasbiy saviyasini oshirish uchun shart-sharoitlar yaratadi.

14. Xizmat xodimlari Xizmat rahbarining taqdimnomasiga ko'ra belgilangan tartibda lavozimga tayinlanadi va lavozimdan ozod qilinadi.

15. Xizmat faoliyatini axborot, huquqiy, moddiy-texnik va transport bilan ta'minlash, shuningdek, uning xodimlariga ijtimoiy-maishiy xizmat ko'rsatish davlat va xo'jalik boshqaruvi organining tarkibiy bo'linmalari uchun belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

*(Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi,  
17.02.2018-y., 09/18/125/0779-son)*



## **O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI PREZIDENTINING QARORI**

### **OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI MUSTAQILLIGINI TA’MINLASH HAMDA DAVLAT ORGANLARI VA TASHKILOTLARI AXBOROT XIZMATLARI FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH BO‘YICHA QO‘SHIMCHA CHORA-TADBIRLAR TO‘G‘RISIDA**

Mamlakatimizda so‘z erkinligini ta’minlash, axborot va ommaviy kommunikatsiyalar sohasini boshqarish tizimini qayta tashkil qilish, ijtimoiy-siyosiy va sotsial-iqtisodiy rivojlanishning muammoli masalalarini hal etishda ommaviy axborot vositalarining rolini oshirish bo‘yicha sezilarli ishlar amalga oshirildi.

Shu bilan birga, sohadagi hozirgi holat tahlili media makonda yuzaga kelayotgan chaqiriqlarga tezkorlik bilan munosib javob qaytarilmayotganini ko‘rsatib, mamlakatda amalga oshirilayotgan ulkan miqyosdagi islohotlar to‘g‘risidagi keng qamrovli ma’lumotlarni o‘z vaqtida taqdim etish bo‘yicha jamiyat ehtiyojlari axborot sohasidagi ishlarni sezilarli darajada oshirishni, davlat organlari va tashkilotlarining axborot xizmatlari, ommaviy axborot vositalarining faoliyatini sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqishni taqozo etmoqda.

Ommaviy axborot vositalarining faoliyati uchun maksimal darajada qulay sharoitlar yaratish, davlat va jamiyat o‘rtasida sifatli muloqotni yo‘lga qo‘yish, aholiga islohotlarning maqsadi, vazifalari va natijalari haqida tezkor, xolis va to‘liq axborot yetkazish, davlat va xo‘jalik boshqaruvi organlari, mahalliy davlat hokimiyati organlari faoliyati shaffofligini oshirish, shuningdek, ularning jamoatchilik bilan o‘zaro hamkorlik aloqalarini va

axborot xizmatlari faoliyatining samaradorligini tubdan yaxshilash maqsadida:

1. 2019-yil 1-oktabrdan e'tiboran shunday tartib o'rnatilsinki, unga muvofiq bolalar adabiyotlari, shuningdek, nogironligi bo'lgan shaxslar uchun mo'ljallangan mahsulotlar chop etishga ixtisoslashgan nashriyotlar noshirlik faoliyatini amalga oshirishga litsenziya berganlik uchun davlat boji to'lashdan ozod qilinadi.

2. Davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari, mahalliy davlat hokimiyati organlari (keyingi o'rinlarda – davlat organlari va tashkilotlari)ning ommaviy axborot vositalari bilan hamkorlik va aholini xabardor qilish sohasidagi faoliyati qoniqarsiz deb topilsin.

3. Quyidagilar davlat organlari va tashkilotlarining axborot xizmatlari, matbuot markazlari, jamoatchilik bilan aloqalar bo'yicha xizmatlari (keyingi o'rinlarda – axborot xizmatlari)ning asosiy vazifalari etib belgilansin:

davlat organlari va tashkilotlari faoliyati haqida ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar, davlat organlari va tashkilotlarining rasmiy veb-saytlari, shuningdek, boshqa axborot resurslari orqali, shu jumladan, matbuot anjumanlari, brifinglar, mediaturalar tashkil etish yo'li bilan aholiga muntazam, to'liq va tezkor ravishda axborot taqdim etib borish;

davlat organlari va tashkilotlarida mamlakatimizning ijtimoiy-siyosiy va sotsial-iqtisodiy taraqqiyoti jarayoni haqida axborot berish va yoritish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqish va amalga oshirish;

davlat organlari va tashkilotlarining ijobiy imijini shakllantirish va ilgari surish, ijtimoiy so'rovlar o'tkazish va boshqa shakllarda jamoatchilik fikrini o'rganish;

axborot siyosati sohasida zimmasiga yuklangan vazifalarni amalga oshirishda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi (keyingi o'rinlarda – Agentlik) bilan samarali amaliy hamkorlikni yo'lga qo'yish;

ommaviy axborot vositalari bilan samarali hamkorlik qilish, axborot xizmatlari bilan doimiy ishlovchi jurnalistlar va bloggerlar doirasida tezkor ma'lumotlarni tarqatish, shuningdek, normativ-huquqiy hujjatlar loyihalarini muhokama qilishda keng aholi qatlamlarining ishtirokini ta'minlash maqsadida ekspertlar guruhini shakllantirish;

muntazam ravishda ommaviy axborot vositalarida davlat organlari va tashkilotlari rahbarlarining chiqishlarini tashkil etish;

axborot makoni monitoringini olib borish va tahlil qilish, tanqidiy va keng muhokama qilinayotgan axborot xurujlariga tezkor munosabat bildirish, ommaviy axborot vositalari va Internet tarmog'ida tegishli davlat organlari va tashkilotlari faoliyatiga aloqador axborotni tarqatish bo'yicha ishlarni tashkil qilish;

davlat organlari va tashkilotlari bilan birgalikda mahalliy va xorijiy ommaviy axborot vositalari orqali tarqatish uchun xabar, ma'lumot, sharh va boshqa axborot-tahliliy materiallar tayyorlash;

davlat organlari va tashkilotlarining faoliyati to'g'risida jamoatchilik fikrini, milliy va xorijiy ommaviy axborot vositalarining pozitsiyasini o'rganish, dolzarb takliflar ishlab chiqish va ular to'g'risida davlat organlari va tashkilotlari rahbariyatiga axborot berib borish;

davlat organlari va tashkilotlari faoliyatini xorijiy ommaviy axborot vositalarida sifatli yoritish maqsadida vakolatli vazirliklar va idoralar orqali O'zbekiston Respublikasining xorijdagi diplomatik vakolatxonalarini, shuningdek, xorijiy mamlakatlarning O'zbekistondagi diplomatik vakolatxonalarini axborot materiallari (bosma mahsulotlar, foto-, audio-, videomateriallar va h.k.) bilan ta'minlash;

davlat organlari va tashkilotlarining vakolatiga kiruvchi normativ-huquqiy hujjatlarning loyihalari hamda ularning tasdiqlangan matnlarini belgilangan tartibda o'z rasmiy veb-saytlarida joylashtirish;

davlat organlari va tashkilotlarining faoliyatiga aloqador maʼnoli, foto-audio- va videomateriallardan iborat maʼlumotlar bazasini shakllantirish va yangilab borish.

#### 4. Belgilab qoʻyilsinki:

a) davlat organlari va tashkilotlarining axborot xizmatlari xodimlari ustuvor ravishda jurnalistika sohasida oliy maʼlumotga ega boʻlgan shaxslar orasidan lavozimga tayinlanadi;

b) davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari rahbarlari:

bir vaqtning oʻzida davlat organi va tashkiloti rahbarining matbuot kotibi hisoblanib, axborot siyosati masalalari boʻyicha rahbarning maslahatchisi maqomiga ega boʻladi hamda mehnatga haq toʻlash, tibbiy va transport xizmati koʻrsatish shartlariga koʻra davlat organi va tashkiloti rahbarining oʻrinbosariga tenglashtiriladi;

tegishli Agentlik yoki uning hududiy boʻlinmalari xulosasini hisobga olgan holda lavozimga tayinlanadi;

har uch-yilda Agentlikda attestatsiyadan oʻtadi;

d) davlat organlari va tashkilotlarining markaziy apparatlari, Qoraqalpogʻiston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar, tuman (shahar) hokimliklari tuzilmalarida axborot xizmati nazarda tutilishi shart.

Davlat organlari va tashkilotlarining markaziy apparatlari, Qoraqalpogʻiston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklaridagi axborot xizmatlari xodimlarining soni, qoida tariqasida, ularning shtat birliklari doirasida shakllantiriladi hamda matbuot kotibi bilan bir qatorda ommaviy axborot vositalari va jamoatchilik bilan aloqalar, veb-resurslar va ijtimoiy tarmoqlar bilan ishlash uchun masʼul xodimlardan iborat boʻladi.

Davlat organlari va tashkilotlarining markaziy apparatlaridagi axborot xizmatlari xodimlarining soni tegishli idora faoliyatining

o'ziga xosligidan kelib chiqqan holda uning rahbari tomonidan belgilanadi.

Davlat organlari va tashkilotlarining idoraviy va hududiy bo'linmalari axborot xizmatlari faoliyatini tashkil etish tegishli idoralarning ehtiyojidan kelib chiqib belgilanishi mumkin.

e) davlat organlari va tashkilotlarining axborot faoliyatini muvofiqlashtirib borish Agentlik tomonidan amalga oshiriladi.

f) Quyidagilarga yo'l qo'yilmaydi:

davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlariga ularning xizmat majburiyatiga kirmaydigan qo'shimcha majburiyatlarni yuklashga;

axborot xizmatlarining funksiyalari va vazifalarini davlat organlari va tashkilotlarining boshqa bo'linmalari zimmasiga yuklashga;

g) davlat organlari va tashkilotlari rahbarlari:

axborot xizmatlarining zamonaviy moddiy-texnika vositalari, shu jumladan, televizor, foto- va video yozib olish vositalari, yuqori tezlikdagi Internetdan foydalanish imkoniyati, zarur dasturiy mahsulotlar bilan ta'minlanganligi, shuningdek, malakali mutaxassislarni jalb qilish uchun shaxsan javobgar hisoblanadi;

axborot xizmatlari xodimlariga, boshqa to'lovlardan qat'iy nazar, O'zbekiston Respublikasi Davlat byudjeti hamda davlat organlari va tashkilotlarining o'z mablag'lari hisobidan mehnatga haq to'lash fondining 50 foizidan kam bo'lmagan miqdorda oylik ustama to'lashga haqlidir;

h) axborotlar davlat organlari va tashkilotlarining veb-saytlarida, ijtimoiy tarmoqlarda, mobil messenjerlardagi sahifalarida kuniga kamida bir marta joylashtirilishi va yangilanishi lozim.

5. Davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini monitoring qilishning samarali tizimini joriy etish, ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro hamkorlik qilish bo'yicha ishlarini tashkil etishda ularga ko'maklashish, shuningdek, axborot xurujlariga tezkorlik bilan javob qaytarish maqsadida Agentlik-

ning davlat organlarining axborot xizmatlarini muvofiqlashtirish bo'limi Agentlik markaziy apparati boshqaruv xodimlarining belgilangan umumiy sonini tegishli oshirib, 5 ta shtat birligini qo'shimcha ajratgan holda Axborot xizmatlari faoliyatini tashkil qilish va muvofiqlashtirish boshqarmasi sifatida qayta tashkil etilsin.

Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahar axborot va ommaviy kommunikatsiyalar boshqarmalarida 14 ta shtat birliklarini qo'shimcha ajratgan holda axborot xizmatlari faoliyatini tashkil qilish va muvofiqlashtirish sektori tashkil etilsin.

#### 6. Davlat organlari va tashkilotlar:

O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi bilan birgalikda bir oy muddatda matbuot kotiblarini aloqa vositalari, jumladan, hukumat aloqasi, shuningdek, keng polosali Internet tarmog'iga ulanish imkoniyati bilan ta'minlasin;

davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari xodimlarini tajriba orttirish va xorijiy mamlakatlarning tegishli tashkilotlari faoliyati bilan yaqindan tanishish, shuningdek, ularni axborot jihatdan ta'minlash uchun safar qiluvchi delegatsiyalar tarkibiga kiritish choralarini ko'rsin.

7. Agentlik O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi tarkibiy bo'linmalari, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi, vazirliklar va idoralar, mutaxassislar va ekspertlarni jalb etgan holda qabul qilinishi rejalashtirilgan va qabul qilingan ijtimoiy ahamiyatga molik normativ-huquqiy hujjatlar qoidalarining, shuningdek, dolzarb masalalar bo'yicha kutilayotgan tashkiliy chora-tadbirlarning ommaviy axborot vositalarida va Internet tarmog'ida keng yoritilishini ta'minlasin.

#### 8. Agentlik:

davlat organlari va tashkilotlari tomonidan O'zbekiston Respublikasining qonunlari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarorlari va topshiriqlarining ijro etilishi haqidagi

jamoatchilik fikrini, shuningdek, ularning ijrosi borasida ommaviy axborot vositalari va Internet tarmog'idagi veb-saytlarda davlat organlari va tashkilotlari e'lon qilgan materiallarni monitoring yo'li bilan doimiy ravishda o'rganib borsin va qonun hujjatlarida nazarda tutilgan choralar ko'rish uchun tegishli davlat hokimiyati va boshqaruvi organlariga axborot (ko'rsatmalar) kiritсин;

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi hamda O'zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti bilan birgalikda davlat organlari va tashkilotlaridagi axborot xizmatlari xodimlari va rahbarlarining malakasini oshirish kurslarini tashkil etsin;

ikki oy muddatda manfaatdor vazirliklar va idoralar bilan birgalikda axborot xizmatlari rahbarlarini attestatsiyadan o'tkazish tartibini, shuningdek, ularning ish samaradorligini baholash mezonlarini ishlab chiqsin va tasdiqlasin;

2020-yil 1-yanvarga qadar manfaatdor vazirliklar va idoralar bilan birgalikda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari rahbarlarini qonun hujjatlariga muvofiq attestatsiyadan o'tkazsin;

davlat organlari va tashkilotlariga ular faoliyatining ochiqligini ta'minlash, ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro hamkorligini yaxshilash, shuningdek, axborot xizmatlarini uslubiy jihatdan qo'llab-quvvatlash bo'yicha doimiy yordam ko'rsatib borsin;

ommaviy axborot vositalari, Internet tarmog'i, jumladan, ijtimoiy tarmoqlar va mobil messenjerlarda e'lon qilinayotgan aholining keng qatlamlari fikriga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi ma'lumotlarning doimiy monitoringini amalga oshirsin hamda tegishli davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari munosabat bildirishi uchun ularga yuborsin;

davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlarining xodimlarini, shu jumladan, davlat mukofotlariga tavsiya etish orqali rag'batlantirib borish choralari ko'rsin;

davlat organlari va tashkilotlarining axborot xizmatlari reyestrini shakllantirsin va uni doimiy yangilab borsin;

davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini, ularning malakali kadrlar, moddiy-texnik vositalari bilan ta'minlanganligi va zimmasiga yuklatilgan vazifalarning ijrosini o'rgansin.

#### 9. O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi:

xorijda O'zbekistonning ijobiy imijini ilgari surish hamda mamlakatimizda amalga oshirilayotgan islohotlar to'g'risida targ'ibot qilish va jamoatchilikni keng xabardor qilishga qaratilgan axborot kampaniyalarini o'tkazish maqsadida O'zbekiston Respublikasining axborot sohasi va ommaviy kommunikatsiyalarni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash jamg'armasiga O'zbekiston Respublikasi Davlat byudjeti mablag'lari hisobidan har yili 20 milliard so'm ajratilishini ta'minlasin;

har yili O'zbekiston Respublikasi Davlat byudjeti parametrlarini shakllantirishda Agentlik va uning hududiy bo'linmalari ta'minoti va moddiy-texnik jihozlanishi uchun mablag'larni nazarda tutsin.

12. Agentlikka tadbirlar (anjumanlar, brifinglar, "davra suhbatlari", taqdimotlar va boshqalar)ni tashkil etish bilan bog'liq yuklatilgan vazifalarning lozim darajada bajarilishini ta'minlash maqsadida Axborot sohasi va ommaviy kommunikatsiyalarni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash jamg'armasi mablag'lari hisobidan ishlar (xizmatlar) yetkazib beruvchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri shartnomalar tuzishga istisno tariqasida ruxsat berilsin.

13. Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi axborot xavfsizligi manfaatlaridan kelib chiqqan holda davlat organlari va tashkilotlari hamda ommaviy axborot vositalarining Internet tarmog'idan foydalanishi, texnik xizmat ko'rsatilishi va ulanishi hamda ularning serverlari TAS-IX tarmog'iga joylashtirilishi bilan bog'liq xarajatlarni kamaytirish choralarini ko'rsin.

14. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 2-fevraldagi "O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi



huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi faoliyatini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-4151-son qaroriga ilovaga muvofiq o'zgartirishlar kiritilsin.

15. O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi:

Agentlik, manfaatdor vazirlik va idoralar bilan birgalikda 2019-yil 1 sentabrga qadar O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasiga ommaviy axborot vositalari va matbaa korxonalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish, shuningdek, noshirlik faoliyatini litsenziyalash bo'yicha davlat xizmatlarini ko'rsatish ma'muriy reglamentlari loyihalarini kiritsin;

ikki oy muddatda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasiga davlat organlari va tashkilotlari tomonidan ma'lumot taqdim etmaganlik yoki noto'g'ri ma'lumot taqdim etganlik, shuningdek, ommaviy axborot vositalari faoliyatiga to'sqinlik qilganlik va jurnalistlarga bosim o'tkazganlik uchun javobgarlikni belgilash to'g'risida takliflar kiritsin.

16. Agentlik manfaatdor vazirlik va idoralar bilan birgalikda ikki oy muddatda qonun hujjatlariga ushbu qarordan kelib chiqadigan o'zgartirish va qo'shimchalar to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasiga takliflar kiritsin.

17. Mazkur qarorning ijrosini nazorat qilish O'zbekiston Respublikasining Bosh vaziri A.N.Aripov va O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi rahbari Z.SH.Nizomidinov zimmasiga yuklansin.

**O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SH.MIRZIYOYEV**

Toshkent shahri, 2019-yil 27 iyun

“TASDIQLAYMAN”

\_\_\_\_\_  
Avazjon Marahimov  
Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston  
Milliy universiteti rektori

“ \_\_\_\_\_ ” 2018-yil

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI  
O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETINING  
AXBOROT XIZMATI**

**N I Z O M I**

**TOSHKENT – 2018**

**1-bob. Umumiy qoidalar**

1.1. Axborot xizmati (keyingi o‘rinlarda Xizmat deb ataladi) – Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti (keyingi o‘rinlarda O‘zMU) mustaqil tarkibiy bo‘linmasi hisoblanadi hamda bevosita universitet rektoriga bo‘ysunadi.

1.2. Xizmat o‘z faoliyatida O‘zbekiston Respublikasi Konstitusiyasiga, O‘zbekiston Respublikasining “Davlat hokimiyati va boshqaruv organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risida”gi, “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi (yangi tahriri)”, “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi, “Axborotlashtirish to‘g‘risida”gi va boshqa tegishli qonunlariga, O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi palatalarining qarorlariga, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari, qarorlari va farmoyishlariga, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2018-yil 15-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasi davlat

va xo‘jalik boshqaruvi organlarining axborot xizmatlari faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 125-sonli va boshqa qarorlari hamda farmoyishlariga, O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirining buyruqlariga, O‘zMU Kengashi qarorlari, rektor buyruqlari hamda ushbu Nizomga amal qiladi.

1.3. Xizmat o‘z faoliyatini O‘zMU tarkibiy bo‘linmalari, fakultetlari hamda boshqa davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining tegishli xizmatlari bilan o‘zaro yaqin hamkorlikda amalga oshiradi.

## **2-bob. Xizmatning asosiy vazifalari va funksiyalari**

2.1. Quyidagilar Xizmatning asosiy vazifalari hisoblanadi:

O‘zMU rahbariyati tomonidan zamonaviy talablarga muvofiq belgilanadigan axborot siyosatini shakllantirish va amalga oshirishda ishtirok etish;

axborot sohasidagi yagona davlat siyosatini amalga oshirish borasida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmati, davlat va xo‘jalik boshqaruvi boshqa organlarining axborot xizmatlari bilan samarali va amaliy hamkorlikni ta’minlash;

keng jamoatchilikni O‘zMUning faoliyati, uning sohaga doir normativ-huquqiy hujjatlari to‘g‘risida xolisona, sifatli va tezkor xabardor qilish;

ommaviy axborot vositalari (keyingi o‘rinlarda OAV deb ataladi) bilan o‘zaro hamkorlik qilish, Xizmat bilan doimiy hamkorlikda ishlaydigan jurnalistlar doirasini shakllantirish, axborot xabarlarini (matbuot uchun axborotlar, byulletenlar va shu kabilarni) tarqatish, ommaviy tadbirlarni tashkil etish;

O‘zMUning rasmiy veb-saytida axborotni tezkorlik bilan joylashtirish va o‘z vaqtida yangilab borish, Internet tarmog‘idagi veb-resurslarni, shu jumladan, ijtimoiy va mobil tarmoqlarni rivojlantirish;

axborot maydoni monitoringini olib borish va tahlil qilish, ularga munosabat bildirishning turlari, usullari va darajasi bo'yicha ekspertlar bilan birgalikda takliflar tayyorlash, OAV, shu jumladan, Internet tarmog'ida materiallar tarqatish bo'yicha kompleks ishlarni tashkil etish;

O'zMUNing boshqa bo'linmalari, fakultetlari bilan birgalikda milliy va xorijiy OAVda tarqatish uchun xabar, axborot-ma'lumot materiallar, sharhlar va axborot-tahliliy materiallar tayyorlash;

O'zMU faoliyatini xorijiy OAVda sifatli yoritish maqsadida O'zbekiston Respublikasining xorijiy mamlakatlardagi vakolatxonalarini, shuningdek, xorijiy mamlakatlarning O'zbekistondagi diplomatik vakolatxonalarini axborot materiallari (foto, audio va videomateriallar, bosma mahsulotlar va shu kabilar) bilan ta'minlash;

O'zMU faoliyatiga nisbatan jamoatchilik fikrining holati hamda milliy va xorijiy OAV pozitsiyasini tahlil qilish va ular to'g'risida davlat hokimiyati va boshqaruvi organi rahbariyatiga axborot berish;

O'zMUNing faoliyat sohasiga aloqador matnli, foto, audio va videomateriallar ma'lumotlar bankini shakllantirish va yuritish.

2.2. Xizmat zimmasiga yuklangan vazifalarni amalga oshirish uchun quyidagi funksiyalarni bajaradi:

OAVda, jumladan, Internet tarmog'ida axborot e'lon qiladi (chop etadi), shuningdek, ularni rasmiy veb-saytlarda, hamma kirishi mumkin bo'lgan xonalar va joylarga joylashtirish va yangilab borishni ta'minlaydi;

ommaviy tadbirlarni, shu jumladan, O'zMUNing rahbarlari ishtirokidagi tadbirlar (majlislar, yig'ilishlar, uchrashuvlar, matbuot anjumanlari, brifinglar, seminarlar, davra suhbatlari va boshqalar)ni tashkil etadi va o'tkazadi;

OAV va jurnalistlarning so'rovi asosida ularga og'zaki va yozma shaklda (shu jumladan, elektron hujjat shaklida) axborot taqdim etadi;

qabul qilinayotgan qonun hujjatlari, sotsial va ijtimoiy ahamiyatga molik muhim dasturlar hamda O'zbekiston Respublikasi hududida huquqni qo'llash amaliyoti holati monitoringini olib boradi va keng jamoatchilikni xabardor qilib boradi;

Xizmat oldida turgan vazifalarni samarali hal etish uchun zarur bo'lgan axborotni O'zMUning boshqa bo'linmalari, fakultetlari bilan o'zaro hamkorlikda to'playdi va ularni puxta ishlaydi;

O'zMU faoliyatiga doir masalalar bo'yicha bosma materiallarni tayyorlaydi hamda milliy va xorijiy nashrlarda e'lon qiladi, teleko'rsatuvlar va radioeshittirishlarni tashkil etadi, tegishli sohada davlat siyosatini amalga oshiradi;

O'zMU faoliyatiga doir masalalar bo'yicha jamoatchilik fikrini hamda milliy va xorijiy ommaviy axborot vositalari pozitsiyasini o'rganishga doir tahliliy ishlarni amalga oshiradi, O'zMU rahbariyatiga axborot berish uchun e'lon qilingan dolzarb materiallar sharhlarini tayyorlaydi;

OAV bilan axborot-ma'lumotnoma ishlarini amalga oshirish uchun O'zMU faoliyatining asosiy yo'nalishlari bo'yicha tahliliy, statistik va boshqa materiallarning tizimlashtirilgan ma'lumotlar banki tashkil etilishi va yuritilishini ta'minlaydi;

O'zMU faoliyatini eng to'liq va xolisona yoritish maqsadida milliy va xorijiy OAV hamda jurnalistlar bilan o'zaro hamkorlikni amalga oshiradi;

O'zMUning veb-sayti tashkil etilishini va uni zamonaviy darajada yuritishni ta'minlaydi;

O'zMU tomonidan tashkil etiladigan rasmiy tadbirlardan teledasturlar, roliklar va lavhalar tayyorlashda va ularni montaj qilishda ishtirok etadi hamda ushbu materiallarni belgilangan tartibda saqlash uchun ularning arxivlashtirilishini ta'minlaydi;

O'zMU faoliyatiga doir foto, audio va videomateriallarni tayyorlaydi hamda ularni tayyorlash jarayonida davlat va nodavlat OAV bilan o'zaro hamkorlik qiladi;

O'zMUning faoliyat sohasiga aloqador foto, audio va videomateriallar ma'lumotlar banki shakllantirilishi va yuritilishini ta'minlaydi.

2.3. Xizmat o'z vakolatlari doirasida milliy va xorijiy axborot agentliklari hamda OAVning O'zMU faoliyati to'g'risidagi materiallarni tayyorlashda ko'maklashish to'g'risidagi buyurtmanomalari va so'rovlarini ko'rib chiqadi.

### **3-bob. Xizmatning huquqlari va javobgarligi**

3.1. Xizmat o'ziga yuklangan vazifalar va funksiyalarni bajarish uchun quyidagi huquqlarga ega:

Xizmatning vazifalari va funksiyalarini bajarish uchun zarur bo'lgan axborotni O'zMUning boshqa bo'linmalari, fakultetlaridan, idoraviy mansub tashkilotlardan belgilangan tartibda so'rab olish;

O'zMUning yig'ilishlarida, majlislarida va boshqa tadbirlarida qatnashish;

qo'yilgan vazifalarni bajarish uchun O'zMU rahbari bilan kelishgan holda universitetning boshqa bo'linmalari, fakultetlari xodimlarini jalb etish, shuningdek, boshqa tashkilotlarning mutaxassisleri va malakali ekspertlarini, shu jumladan, shartnoma asosida jalb etish;

Vazirlik, boshqa OTMLar va tegishli idora, tashkilot, muassasalarning axborot xizmatlari bilan belgilangan tartibda o'zaro hamkorlik qilish;

rahbariyatning topshirig'iga ko'ra davlat organlarida respublika va xalqaro ahamiyatga ega bo'lgan tadbirlarda Xizmat vakolatiga taalluqli masalalar bo'yicha O'zMU nomidan vakillik qilish;

o'z vakolatlari doirasida bosma nashrlarni nashr etish;  
O'zMUning axborot siyosatini takomillashtirishga doir takliflarni, Xizmat faoliyati masalalari bo'yicha normativ hujjatlar loyihalarini rahbariyatning ko'rib chiqishi uchun kiritish.

### 3.2. Xizmat:

o'ziga yuklangan vazifalarning sifatli va o'z vaqtida bajarilishi;

O'zMU faoliyatining milliy va xorijiy OAVda xolisona, sifatli va tezkor yoritilishini ta'minlash uchun javob beradi.

## 4-bob. Xizmat faoliyatini tashkil etish

4.1. Xizmat xodimlari soni u amalga oshiradigan vazifalarning murakkabligi va hajmiga ko'ra O'zMUning rahbari tomonidan, xodimlarning tasdiqlangan umumiy soni doirasida belgilanadi.

4.2. Xizmat faoliyati O'zMUning rahbari tomonidan tasdiqlanadigan ish rejasi asosida tashkil etiladi.

4.3. Xizmatga O'zMUning rahbari tomonidan lavozimga tayinlanadigan va lavozimdan ozod qilinadigan rahbar boshchilik qiladi.

4.4. Xizmat rahbari bevosita O'zMUning rahbariga bo'ysunadi va ayni vaqtda uning matbuot kotibi hisoblanadi.

4.5. Xizmat rahbari O'zMU Kengashi a'zolari tarkibiga kiritiladi.

### 4.6. Xizmat rahbari:

Xizmat faoliyatini muvofiqlashtiradi hamda Xizmatga yuklangan vazifalar va funksiyalarning bajarilishi uchun shaxsan javob beradi;

Xizmat faoliyatini tashkil etadi, rejalashtiradi va nazorat qiladi, O'zMUning boshqa bo'linmalari, fakultetlari bilan o'zaro hamkorlikni amalga oshiradi;

Xizmatda kadrlarni tanlash va joy-joyiga qo'yishni ta'minlaydi, xodimlar o'rtasida vazifalarni taqsimlaydi;

Xizmat xodimlarining malakasini va kasbiy saviyasini oshirish uchun shart-sharoitlar yaratadi.

4.6. Xizmat xodimlari Xizmat rahbarining taqdimnomasiga ko'ra belgilangan tartibda lavozimga tayinlanadi va lavozimdan ozod qilinadi.

4.7. Xizmat faoliyatini axborot, huquqiy, moddiy-texnik va transport bilan ta'minlash, shuningdek, uning xodimlariga ijtimoiy-maishiy xizmat ko'rsatish O'zMUning tarkibiy bo'linmalari uchun belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

*Ushbu Nizom O'zMU Kengashining  
2018-yil \_\_\_\_\_ iyuldagi majlisida qabul qilingan.*



# FOYDALANILADIGAN ADABIYOTLAR

## I. Metodologik adabiyotlar

1. Mirziyoyev SH.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. –T.: «O‘zbekiston», 2017. – 488 b.

2. Mirziyoyev SH.M. Milliy taraqqiyot yo‘limizni qat’iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko‘taramiz. 1-jild. –T.: «O‘zbekiston», 2017. – 592 b.

3. Mirziyoyev SH.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild. –T.: «O‘zbekiston», 2017. – 508 b.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi (2018-yil 28-dekabr).  
[//www.uza.uz](http://www.uza.uz)

5. Karimov I.A. O‘zbekiston: milliy istiqlol, iqtisod, siyosat, mafkura. T.1. –T.: «O‘zbekiston», 1996. – 364 b.

6. Karimov I.A. Bizdan ozod va obod Vatan qolsin. T.2. –T.: «O‘zbekiston», 1996. – 380 b.

7. Karimov I.A. Yuksak ma’naviyat – yengilmas kuch. –T.: «Ma’naviyat», 2008. – 176 b.

## II. O‘zbekiston Respublikasining qonunlari, Prezident farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari

1. O‘zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi –T.: «O‘zbekiston», 2016.

2. O‘zbekiston Respublikasining “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risida”gi qonuni. –T 2014 lex.uz

3. O‘zbekiston Respublikasining “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi qonuni. /Axborot va

axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami. –T.: «Adolat», 2008.

4. O'zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to'g'risida”gi (yangi tahriri) qonuni. /Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami. –T.: «Adolat», 2008.

5. O'zbekiston Respublikasining “Axborotlashtirish to'g'risida”gi qonuni. /Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami. –T.: «Adolat», 2008.

6. O'zbekiston Respublikasining Qonunlari. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisiga saylov to'g'risida. Xalq deputatlari viloyat, tuman va shahar Kengashlariga saylov to'g'risida. Fuqarolar saylov huquqlarining kafolatlari to'g'risida. –T.: «O'zbekiston», 2004.

7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida. – Toshkent shahri, 2017-yil 20-aprel. //http://uza.uz

8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni. Axborot sohasi va ommaviy kommunikatsiyalarni yanada rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. –Toshkent shahri, 2019-yil 2-fevral. //http://uza.uz

9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi faoliyatini tashkil etish to'g'risida. –Toshkent shahri, 2019-yil 2-fevral. //http://uza.uz

10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta'minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. – Toshkent shahri, 2019-yil 27-iyun. //http://uza.uz

11. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 125-qarori. O'zbekiston Respublikasi davlat va xo'jalik boshqaruvi

organlarining axborot xizmatlari faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida. –Toshkent shahri, 2018-yil 17-fevral. //http://uza.uz

12. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Ommaviy axborot vositalari sohasida kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash davlat dasturi to'g'risida"gi 163-Qarori. (2006-yil 7-avgust). /Ommaviy axborot vositalari faoliyati sohasidagi meyoriy-huquqiy hujjatlar to'plami. –T.: Ishonch Markaz Servis. 2009.

13. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2006-yil 22 sentabrdagi "Davlat va xo'jalik boshqaruvi organlarining jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 203-qarori. /Axborot va axborotlashtirishga oid normativ huquqiy hujjatlar to'plami. –T.: O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi, 2008.

### **III. Ilmiy-ommabop adabiyotlar**

1. Azizxo'jayev A., Husanov O., Azizov X. Konstitutsiyaviy huquq. –T.: Akademiya, 2001.

2. Bekmurodov M. O'zbekistonda jamoatchilik fikri. –T.: Fan, 1999.

3. Блек С. Введение в публик рилейшнз. –Ростов-на-Дону, 1998.

4. Berneys E. L. The Later Years. Public Relations Insights 1956-1986. -Rhinebeck: Free Press, 1986.

5. Бутрин Д. Год открытих дверей. //Коммерсант. –2002, 24 декабр.

6. Vohidov E. So'z latofati. –T.: «O'zbekiston», 2014. 152 b.

7. Гулбинский Н., Сорокина Е. "Краткий курс" для эффективних политиков. – Аванти, 1999.

8. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз. Учеб. пособие. –М.: Форум: инфра-м, 2007.

9. Do'stmuhammad X. Axborot – mo'jiza, joziba, falsafa. –Т.: «Yangi asr avlodi», 2013.

10. Jahon jurnalistikasi tarixi. Darslik. F.Mo'minov, A.Nurmatov, T.Eshbekov va boshq. –Т.: «Fan va texnologiyalar», 2008. – 328 b.

11. Jo'rayev N. Tafakkurdagi evrilish. Т.: «Sharq», 2001.

12. Засурский Й.Н. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990-2004. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

13. Inson huquqlari Umumjahon deklaratsiyasiga sharhlar. – Т.: Adolat, 1999.

14. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика.– М.: Вильямс, 2003.

15. Королко В.Г. Основы паблик рилейшнз. –Киев.: Ваклер, 2000.

16. Matbuot xizmatlari faoliyatini tashkil etish bo'yicha qo'llanma. –Т.: «Adolat», 2006.

17. Mehrga yo'g'rilgan ijod: Pirimqul Qodirov ijodi adiblar va munaqqidlar talqinida. –Т.: Alisher Navoiy nomidagi O'zbekiston milliy kutubxonasi nashriyoti, 2008.

18. Milliy istiqlol g'oyasi. –Т.: «O'zbekiston», 2005.

19. Miralimov SH., Eshbekov T. Jumalistika, ma'naviyat, jamiyat. –Т.: «O'zbekiston», 2010.

20. Mo'minov F. Jurnalistika ijtimoiy institut sifatida. –Т.: «Universitet», 1998.

21. Mo'minov F. Sotsiologiya va jurnalist faoliyati. –Т.: «Universitet», 1995.

22. Мўминов Ф.А. Паблик рилейшнз: история и теорий. –Т.: «Ижод дунёси», 2004.

23. Mo‘tabar ziyo maskani. (Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti – 1918-2008). –T.: G‘afur G‘ulom nomidagi nashriyot-matbaa ijodiy uyi, 2008.

24. Nizomulmulk. Siyosatnoma yoki siyar ul-mulk. T.: «Adolat», 1997. –B. 77.

25. Олшанский Д. Политический ПР. СПб.: М., Питер, 2003.

26. Ochiq axborot tizimlarida axborot-psixologik xavfsizlik. Darslik. F.Mo‘minov, T.Eshbekov va boshq. –T.: JIDU, 2015. – 196 b.

27. Paxrutdinov SH. Zamonaviy rahbar: u qanday fazilatlarga ega bo‘lishi lozim? //XXI asr. 2005-yil 10-noyabr.

28. Пашенцев Е.Н.Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. –М.: Р.Бук. 2001.

29. Полонитский П. Пресс-службы и гласност. –М.: Юридический Мир, 2006.

30. Почепсов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М.: Рефл-Бук, 2000.

31. Прохоров. Е.П. Журналистика и демократиЙ. –М.: Аспект Пресс. 2004.

32. Rahmatullayev T. Amerika jurnalist nigohida. –T.: Yangi asr avlodi, 2003.

33. Reportyorlik faoliyatining nazariyasi va amaliyoti. /Ernazarov Q. va boshq. –T.: O‘zMU, 2002.

34. Saidov A.X., Ko‘chimov SH.N. Qonunchilik texnikasi asoslari. –T.: «Adolat», 2001.

35. Sallivan M. Mas‘ul axborot xizmati. <http://usinfo.state.gov>.

36. Soliyev F. Axborot xizmatlari: maqsad, burch va mahorat. //Hurriyat, 2007, 12-dekabr.

37. Temur tuzuklari. –T.: G‘afur G‘ulom nomidagi nashriyot-matbaa birlashmasi, 1991.

38. Xalq qalbiga yo‘l. Badiiy-publitsistik maqolalar to‘plami. –T.: «Mashhur-press», 2018. – 288 b.
39. Xudoyqulov M. Jurnalistika va publitsistika. –T.: O‘zMU, 2008.
40. Shomaqsudov A. Jurnalist mutaxassislar tayyorlash maskani. –T.: Zar qalam, 2003.
41. Eshbekov T. Tahririyat ishini tashkil etish. O‘quv qo‘llanma. –T.: O‘zMU, 2002.
42. Eshbekov T. Axborot xizmati: ishlash usullari va tamoyillari. O‘quv qo‘llanma. –T.: O‘zMU, 2009.
43. Eshbekov T. Jamoatchilik bilan aloqalar va axborot xizmatlari. O‘quv qo‘llanma. –T.: O‘zMU, 2012.
44. Eshbekov T. Ma’naviyat va axborot saboqlari. “Axborot soatlari” kurslari uchun uslubiy qo‘llanma. –T.: O‘zMU, 2016.
45. Eshbekov T. Muloqot maydonida axborot xizmatlarining o‘rni. O‘quv-uslubiy qo‘llanma. –T.: O‘zMU, 2017. – 128 b.
46. Eshbekov T. Mafkura va axborot-psixologik xavfsizlik. O‘quv qo‘llanma. –T.: O‘zMU, 2017. – 64 b.
47. O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi. 1-12 jildlar. –T.: O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2000-2006.
48. O‘zbekiston jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh qilish yo‘lida. –T.: Akademiya. 2005.
49. Qodirov P. Til va el. –T.: G‘afur G‘ulom nomidagi nashriyot-matbaa uyi, 2005. – 248 b.
50. Qudratxo‘jayev SH. Internet: tarixi, tuzilishi, texnik xavfsizlik. –T.: O‘zbekiston. 2011.
51. Hamdamov Y. Taraqqiyot mezonlari. –T.: O‘zbekiston NMIU, 2013.

## MUNDARIJA

Kirish .....	3
O'zbekistonda jamoatchilik bilan aloqalar – xalq bilan muloqot ijtimoiy institut sifatida .....	7
Axborot xizmatining huquqiy asoslari .....	15
Axborot xizmatining nazariy asoslari .....	27
Axborot xizmati faoliyatida axloqiy meyorlar .....	38
Axborot xizmati faoliyatida oshkoralik .....	47
Axborot xizmatini tashkil etishda nazariya va amaliyot uyg'unligi .....	55
Axborot xizmatining vazifalari (funktsiyalari) .....	61
Tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirishda axborot xizmatining o'rni .....	71
Axborot xizmati faoliyatida oq va qora piar (texnologiyalar) .....	79
Tashkilot imijini yaratishda axborot xizmatining o'rni .....	85
Axborot manbalari yaratish usullari .....	95
Press-reviz tayyorlash mahorati .....	102
Axborot xizmati xodimlarining tashkilotchilik va ijodiy mahorati .....	108
Matbuot konferensiyasi .....	123
Axborot xizmati va jurnalistlar hamkorligi .....	138
Matbuot kotibi mahorati .....	163
Glossariy (asosiy tushunchalar) .....	167
Ilovalar .....	172
Foydalaniladigan adabiyotlar .....	216

**TO‘LQIN ESHBEKOV**

# **AXBOROT XIZMATLARI**

**Toshkent – «Fan va texnologiya» – 2019**

Muharrir:	Shoira Kusherbayeva
Tex. muharrir:	Adham Moydinov
Musavvir:	Anton Shushunov
Musahhih:	Shahlo Mirqosimova
Kompyuterda sahifalovchi:	Nargiza Raxmatullayeva

**E-mail: [tipografiyacent@mail.ru](mailto:tipografiyacent@mail.ru) Tel: 71-245-57-63, 71-245-61-61.**

**Nashr.lits. AIN№149, 14.08.09. Bosishga ruxsat etildi 10.12.2019.**

**Bichimi 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. «Timez Uz» garniturası. Ofset bosma usulida bosildi.**

**Shartli bosma tabog‘i 13,25. Nashriyot bosma tabog‘i 14,0.**

**Tiraji 200. Buyurtma № 235.**



**«Fan va texnologiyalar Markazining bosmaxonasi» da chop etildi.  
100066, Toshkent sh., Olmazor ko'chasi, 171-uy.**

**FAN VA**  
**TEKNOLOGIYALAR**



ISBN 978-9943-6156-5-6



9 789943 615656