

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

МИРЗО УЛУҒБЕК НОМИДАГИ
ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ

Тўлқин ЭШБЕКОВ

АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ

Ўқув қўланма

ТОШКЕНТ – 2019

УДК.

*Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг
2019 йил 20 июлдаги 654-сонли буйруғига асосан нашрга тавсия этилган.*

Эшбеков Тўлқин. Ахборот хизматлари. Ўқув қўлланма. –Т.: , 2019. – б.

Филология фанлари доктори, профессор
Файзулла МЎМИНОВ
умумий таҳрири остида

Масъул муҳаррир:
педагогика фанлари номзоди, доцент
Фарҳод БАБАШЕВ

Муҳаррир:
Баҳриддин ШАЙВАЛИЕВ

Такризчилар:
Филология фанлари доктори, профессор **Хуршид ДЎСТМУҲАММАД**
Тарих фанлари доктори, профессор **Қудрат ЭРНАЗАРОВ**

Мазкур ўқув қўлланмада мамлакатимизда халқ билан мулоқот, жамоатчилик билан алоқаларни ривожлантиришда идора, ташкилот ва муассасалар Ахборот хизматларининг методологик, ҳукуқий ҳамда назарий асослари ҳақида сўз юритилади. Қўлланмада Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети Журналистика факультети Журналистика кафедраси доценти, филология фанлари номзоди Тўлқин Эшбековнинг бу борадаги тадқиқотлари, амалиётда тўпланган миллий ва халқаро тажрибалар, хулосалар атрофлича ёритилган.

Қўлланма журналистика йўналишида таҳсил олаётган талабалар, тадқиқотчилар, Ахборот хизматлари, ОАВ ходимлари ва соҳага қизиққан барча ўқувчиларга мўлжалланган.

КИРИШ

Ўзбекистонда жамоатчилик билан алоқалар, халқ билан мулоқот муҳим ижтимоий институтга айланмоқда. Жамоатчилик фикри – фуқаролик жамиятини ўзида акс эттирадиган бамисоли бир кўзгу эканлиги ҳаётда ўз исботини топмоқда. Президентимиз Шавкат Мирзиёев 2017 йил 27 июнь – Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимлари куни муносабати билан соҳа ходимларига йўллаган табригида таъкидланганидек, “Халқ билан мулоқот, одамларнинг орзу-интилишлари, дарду ташвишлари билан яшаш давлат сиёсати даражасига кўтарилаётган бугунги кунда ҳар бир оммавий ахборот воситаси чинакам мулоқот майдончасига, эркин фикр минбарига айланган тақдирдагина биз ўз олдимизга қўйган мақсадларга эриша оламиз”¹.

Ўзбекистон Республикасининг 2014 йил 5 майда қабул қилинган “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида”ги қонунида (1-илова) Ахборот хизматларининг ҳуқуқий асоси мустаҳкамланди. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 17 февралда қабул қилинган “Ўзбекистон Республикаси давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизматлари фаолиятини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 125-қарорида (2-илова) давлат ва хўжалик бошқаруви соҳасида очиқлик ва шаффофликка асосланган самарали қарорлар қабул қилиш тизимини жорий этиш, ахборот олишда мансабдор шахсларнинг жамият олдидаги ҳисобдорлиги, очиқлиги ва масъулиятини таъминлаш вазифалари белгилаб берилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 июндаги “Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича

¹ Мирзиёев Ш.М. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига. – www.uza.uz. 2017 йил 27 июнь.

қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори (3-илова) мазкур соҳани янада ривожлантиришда ғоят муҳим қадам бўлди.

Демак, юқорида қайд этилган қонун, Ўзбекистон Республикаси Президенти ва Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари ахборот хизматларининг ҳуқуқий асоси ҳисобланади.

Мазкур қонун ва қарор ижросини таъминлаш мақсадида Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети Журналистика факультетида, Ўзбекистон Журналистика ва оммавий коммуникация университетида, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети Халқаро журналистика факультетида, Қорақалпоғистон давлат университети Журналистика бўлимида “Ахборот хизматлари” фани ўқитилмоқда. Мазкур олий таълим муассасаларига 2019-2020 ўқув йилидан эътиборан Ахборот хизматлари йўналишида ҳам абитуриентлар қабул қилина бошлагани, шу соҳада кадрлар тайёрлашга ихтисослаштирилган факультетлар ташкил этилаётгани муҳим воқелиқдир.

Бўлғуси журналистлар жамоатчилик билан алоқалар (PR) фани назарияси ва амалиётини, Ахборот хизматини махсус курс орқали ўрганиш билан бир қаторда республика етакчи ташкилотлари, вазирликлар, сиёсий партиялар ва бошқа идораларнинг Ахборот хизматларида маҳорат сирларини ўзлаштирмоқдалар. Республикамиздаги қатор ташкилотларнинг Ахборот хизматларида ҳозирги вақтда мазкур ўқув даргоҳидан етишиб чиққан кадрлар самарали фаолият кўрсатишмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 февраль куни қабул қилинган “Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармонида “Давлат органлари, хўжалик бошқаруви органлари, давлат корхоналари ва ташкилотлари матбуот хизматларининг жамоатчилик ва оммавий ахборот воситалари билан ўзаро ҳамкорлиги етарли даражада йўлга қўйилмаган”и қайд этилиб, Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги зиммасига

давлат органлари ва бошқа ташкилотларга улар фаолиятининг очиқлигини таъминлашда, давлат хизматчиларига оммавий ахборот воситалари билан очиқ, оммавий ўзаро ҳамкорлик қилиш маданиятини сингдиришда, шу жумладан, уларнинг Ахборот хизматлари (жамоатчилик билан ишлаш бўйича бўлинмалари) фаолиятини мувофиқлаштириш ва услубий жиҳатдан таъминлаш орқали кўмаклашиш вазифаси ҳам юклатилди. Бу вазифалар тўла-тўқис бажарилиши учун аввало ҳар бир вазирлик, идора, муассаса ва ташкилотнинг Ахборот хизматлари ҳам масъулдирлар.

Ахборот хизматининг асосий вазифаларидан бири – ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантиришдан иборат экан, бунда оммавий ахборот воситаларининг давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари фаолияти устидан жамоатчилик ҳамда парламент назоратини таъминлаш, давлат ва жамоатчилик ўртасида мустаҳкам алоқа ўрнатиш масалаларига алоҳида эътибор қаратилади. Юртимизда ОАВнинг самарали фаолият кўрсатиши учун зарур шароит ва имкониятларни яратиш, фуқароларнинг ахборотни эркин ва монеликсиз олиш ҳамда фойдаланиш ҳуқуқларини амалга ошириш, ахборотнинг муҳофаза қилиниши, шахс, жамият ва давлатнинг ахборот борасидаги хавфсизлигини таъминлаш юзасидан кенг қамровли ишлар амалга оширилмоқда. Соҳадаги изчил ислоҳотлар жараёнида давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари, барча вазирлик ва идоралар, жамоат ташкилотларида ахборот хизматлари ташкил этилиб, улар фаолияти давр талаби асосида йўлга қўйилмоқда.

Турли идора ва ташкилотлар томонидан мунтазам равишда долзарб мавзуларда матбуот конференциялари, брифинглар ўтказилиши, бунда жамоатчилик билан мулоқотнинг интерфаол усулларида кенг фойдаланиш, тегишли маълумотларнинг махсус веб-сайтларда жойлаштирилиши аҳолининг ахборот олишга бўлган эҳтиёжини қондиришга хизмат қилмоқда. Айни пайтда бу йўналишдаги ишларни янада самарали ташкил этиш, давлат ва жамоат бирлашмалари ахборот хизматлари, медиа-тузилмалар ишини

фаоллаштириш, соҳа мутахассисларининг билим ва кўникмаларини муттасил ошириб бориш долзарб аҳамиятга эга.

Ахборот хизматларида асосан шу соҳа сиру-синоатларидан бохабар журналистлар фаолият кўрсатишади. Улар ҳам ОАВ ходимлари каби асосан ахборот тўплаш ва тарқатиш билан шуғулланади. Ахборот хизмати ходими ўқимишли бўлиши зарур. Яъни, айтмоқчи, ёзмақчи бўлган ҳар бир фикрини аввало ишончли манбалардан ўқиб-ўрганиши мақсадга мувофиқдир.

Ахборот хизматида фаолият кўрсатувчи масъул ходим қайсики мавзуда сўз юритмасин аввало унинг қуйидаги учта муҳим асоси ҳисобланмиш ишончли манбаларни ўз кўзи билан ўқиб кўрмоғи лозим:

1. Методологик асоси (Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари ва нутқларида баён этилган фикрлар);

2. Ҳуқуқий асоси (Ўзбекистон Республикаси қонунлари, Президент фармонлари ва қарорлари, Вазирлар Маҳкамаси қарорлари ҳамда бошқа меъёрий ҳужжатларда баён этилган фикрлар);

3. Назарий асоси (илмий асосланган китоблар, дарсликлар, қўлланмалар, мақолалар ва бошқа ёзма манбаларда баён этилган фикрлар).

Ушбу манбаларни ўқимасдан гапирган масъул ходим хатоликка йўл қўйиши ҳеч гапмас. Ташкилот раҳбари номидан гапиришга ҳақли бўлган Ахборот хизмати раҳбари хатоликка йўл қўйиши кечирилмас ҳолдир. У ўша асоссиз, хато гапи билан ташкилотнинг обрўсига путур етказди...

Мазкур ўқув қўлланмани нашрга тайёрлашда Президентимиз Шавкат Мирзиёевнинг маърузаларида илгари сурилган ғоялар, тегишли қонунлар ва қарорларда белгиланган нормалар методологик ҳамда ҳуқуқий асос қилиб олинди. Мамлакатимизда халқ билан мулоқот жараёнларини тадқиқ этган ҳолда бу борада тўпланган билим ва тажрибалар, илмий хулосалар юзасидан тегишли тавсиялар берилди.

Қўлланмада ахборот хизматлари фаолиятини илмий ташкил этиш ҳамда такомиллаштириш, бу борада тўпланган тажрибалар ҳақида сўз юритилади.

ЎЗБЕКИСТОНДА ЖАМОАТЧИЛИК БИЛАН АЛОҚАЛАР – ХАЛҚ БИЛАН МУЛОҚОТ ИЖТИМОЙИЙ ИНСТИТУТ СИФАТИДА

Режа:

- 1. Жамият тараққиётида жамоатчилик билан алоқаларнинг ўрни.*
- 2. Ўзбекистон Президенти маърузалари ва асарларида жамоатчилик билан алоқалар – халқ билан мулоқотга оид фикрлар талқини.*
- 3. Ўзбекистонда жамоатчилик билан алоқаларнинг янги босқичи*

Ўзбекистон давлат мустақиллигига эришган кундан буён ўзимизга хос ва жаҳон андозаларига монанд тараққиёт йўли танлаб олинди. Давлат ва жамият бошқарувида жамоатчилик билан алоқалар муҳим ижтимоий институтга айланди. Жамиятимизни янада ривожлантириш ва сифат жиҳатидан янгилаш борасидаги муҳим устувор йўналишлардан бири – бу инсон ҳуқуқлари ва эркинликларини, сўз ва матбуот эркинлигини, шунингдек, ошкораликни, жамиятда ўтказилаётган ислохотларнинг очиклигини таъминлайдиган демократик тамойилларни сўзда ёки қоғозда эмас, амалий ҳаётда жорий қилиш борасида кўп фикрлар билдирилган. Ахборот соҳасини жадал ривожлантириш, оммавий ахборот воситалари – матбуот, радио-телевидение фаолиятини эркинлаштириш фуқаролик жамияти асосларини барпо этиш жараёнининг узвий таркибий қисмига айланиши зарур.

Ҳаёт кўзгуси ҳисобланмиш матбуот “тўртинчи ҳокимият” даражасига кўтарилмоғи лозимлиги кўп бора таъкидланган. Бу борада ҳали олдимизда турган вазифалар жуда кўп. Мамлакатимиз оммавий ахборот воситалари узоқ вақт мафкуравий ва маъмурий назорат остида ишлагани туфайли уларнинг ҳали-бери бу ҳолатдан чиқиши, аввало психологик жиҳатдан ўзини эркин ҳис этиши қийин кечмоқда. Шу сабабли улар ўзи учун янги бўлган ҳозирги

вазиятда баъзан ҳали ҳам нима қилиш ёки нима қилмаслик ҳақида юқоридан кўрсатма кутиб ўтиргандек кўриниши тўғри танқид қилинмоқда.

Ошкоралик минбарига айланиши зарур бўлган ОАВ кўрсатма асосида яшай олмайди ва яшаши ҳам мумкин эмаслигини изоҳлашга ҳожат йўқ. ОАВ ошкоралик минбарига айланмоғи учун вазирликлар, ташкилот, муассаса ва бошқа идораларнинг Ахборот хизматлари унга қанот бўлиши, ишончли ахборот манбаларини тақдим этиб бормоғи зарур. Эркин ОАВ реал вазият шароитида фаолият кўрсатиши, ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий ҳаётнинг долзарб муаммоларини дадил кўтариб чиқиши, одамларни безовта қилаётган барча масалаларни жамоатчилик муҳокамасига ҳавола этиши, ҳокимият ва бошқарув тузилмаларининг қабул қилаётган қарорлари ва фаолиятига танқидий, шу билан бирга, ҳолис баҳо бериб бориши керак.

Жамиятда ошкоралик ва очиқликни таъминлаш масаласи жамоатчилик фикрини ўрганиш усул-услубларининг қай даражада ривожлангани билан ҳам бевосита боғлиқ. Жамиятимизни янада демократлаштириш ва фуқаролик институтларини шакллантириш аввало аҳоли сиёсий фаоллигининг ўсиши, унинг сиёсий, ижтимоий ва давлат ҳаётида нечоғли фаол иштирок этишига боғлиқ.

Жамоатчилик билан алоқалар замирида асосан баҳс-мунозаралар ётади. Сиёсий партиялар ўртасидаги баҳс-мунозаралар жиддий, профессионал ва амалий негизда олиб борилиши мақсадга мувофиқдир. Бу фикрлар замирида одамларнинг фикрларига, уларни ўйлантираётган муаммоларга жиддий эътибор қатариш ғояси мужассамдир. Ҳар қандай муаммо ва масаланинг ечимини топишда жамоатчилик билан алоқалар ғоят муҳим ўрин тутди.

Жамоатчилик билан алоқаларни ривожлантиришда ОАВнинг ўрин бекиёс. Фикрлар хилма-хиллигини ҳисобга олган ҳолда ОАВ юртимизда амалга оширилаётган ички ва ташқи сиёсатни, юртимизда ва хорижда содир бўлаётган воқеаларни янада фаолроқ ёритиши талаб этилмоқда. Дунёдаги етакчи мамлакатлар тажрибасига таянган ҳолда, кадрлар тайёрлаш ва қайта тайёрлаш миллий тизимининг такомиллаштирилиши ахборот соҳасидаги

фаолиятнинг сифати ва савиясини оширишга қаратилган чора-тадбирлар тизимида кўп жиҳатдан ҳал қилувчи аҳамиятга. Таҳлилчилар фикрига кўра, ОАВнинг давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари фаолияти устидан жамоатчилик ва парламент назоратини таъминлаш, ҳокимият ва жамоатчилик ўртасида мустаҳкам алоқа ўрнатиш борасидаги ролини кучайтириш зарур.

Жамиятда жамоатчилик билан алоқаларнинг янги босқичи

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Миромонович Мирзиёев ташаббуси билан мамлакатимиз ҳаётида жамоатчилик билан алоқалар – халқ билан мулоқот жараёни янада юксакроқ пағонага кўтарилганини жаҳон аҳли эътироф этмоқда. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганига 24 йил тўлиши муносабати билан 7 декабрь куни “Ўзбекистон” халқаро анжуманлар саройида бўлиб ўтган тантанали йиғилишда давлатимиз раҳбари таклифи билан 2017 йил мамлакатимизда – «Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили» деб эълон қилинди. “Асосий қонунимизда умумэътироф этилган демократик принциплар билан бирга, халқимизнинг бебаҳо қадриятлари ва бой давлатчилик тажрибасини ифодалаш муҳим эди”¹ деб таъкидлади Юртбошимиз мазкур анжуманда. Бу ғоя замирида жамиятда қонун устуворлигини англаш мумкин. Зотан, мамлакатимизда ҳар қандай ислохот аввало қонунлар асосида амалга оширилмоқда. “Халқ давлат идораларига эмас, давлат идоралари халқимизга хизмат қилиши керак ва бу ҳақиқатни аввало барча бўғиндаги раҳбарлар яхши тушуниб олиши зарур,– деб таъкидлади Президент.– Шу муносабат билан тадбиркорлик фаолияти ва хусусий мулкни ҳимоя қилиш юзасидан яқинда қабул қилинган Фармон талабларига сўзсиз амал қилишни таъминлаш шарт. Нега деганда, халқ бой бўлса, давлат ҳам албатта бой ва қудратли бўлади. Шу нуқтаи назардан қараганда, халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари тушунчалари ўзаро шунчалик боғланиб кетганки, уларни бир-биридан асло ажратиб бўлмайди. Ана шу заруратдан келиб чиққан ҳолда, барча қонун ҳужжатларида халқ

билан мулоқот тизими ҳақидаги нормаларни аниқ белгилаб қўйиш лозим, деб ҳисоблайман”².

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февраль куни қабул қилинган “Ўзбекистон республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони халқимиз кўтаринки руҳ билан кутиб олди. Фармонда қайд этилганидек, аҳоли ва тадбиркорларни ўйлантираётган долзарб масалаларни ҳар томонлама ўрганиш, амалдаги қонунчилик, ҳуқуқни қўллаш амалиёти ва илғор хорижий тажрибани таҳлил қилиш, шунингдек кенг жамоатчилик муҳокамаси натижасида ишлаб чиқилган ҳамда қуйидагиларни назарда тутадиган 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тасдиқланган:

давлат ва жамият қурилишини такомиллаштиришга йўналтирилган демократик ислохотларни чуқурлаштириш ва мамлакатни модернизация қилишда парламентнинг ҳамда сиёсий партияларнинг ролини янада кучайтириш, давлат бошқаруви тизимини ислох қилиш, давлат хизматининг ташкилий-ҳуқуқий асосларини ривожлантириш, «Электрон ҳукумат» тизимини такомиллаштириш, давлат хизматлари сифати ва самарасини ошириш, жамоатчилик назорати механизмларини амалда татбиқ этиш, фуқаролик жамияти институтлари ҳамда оммавий ахборот воситалари ролини кучайтириш;

қонун устуворлигини таъминлаш ва суд-ҳуқуқ тизимини янада ислох қилишга йўналтирилган суд ҳокимиятининг чинакам мустақиллигини ҳамда фуқароларнинг ҳуқуқ ва эркинликларини ишончли ҳимоя қилиш кафолатларини мустаҳкамлаш, маъмурий, жиноят, фуқаролик ва хўжалик қонунчилигини, жиноятчиликка қарши курашиш ва ҳуқуқбузарликларнинг олдини олиш тизими самарасини ошириш, суд жараёнида тортишув

¹ Мирзиёев Ш.М. Қонун устуворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш – юрт тараққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови. //Халқ сўзи, 2016 й. 8 декабрь.

² Мирзиёев Ш.М. Қонун устуворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш – юрт тараққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови. //Халқ сўзи, 2016 й. 8 декабрь.

тамойилини тўлақонли жорий этиш, юридик ёрдам ва ҳуқуқий хизматлар сифатини тубдан яхшилаш;

иқтисодиётни янада ривожлантириш ва либераллаштиришга йўналтирилган макроиқтисодий барқарорликни мустаҳкамлаш ва юқори иқтисодий ўсиш суръатларини сақлаб қолиш, миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш, қишлоқ хўжалигини модернизация қилиш ва жадал ривожлантириш, иқтисодиётда давлат иштирокини камайтириш бўйича институционал ва таркибий ислохотларни давом эттириш, хусусий мулк ҳуқуқини ҳимоя қилиш ва унинг устувор мавқеини янада кучайтириш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривожини рағбатлантириш, ҳудудлар, туман ва шаҳарларни комплекс ва мутаносиб ҳолда ижтимоий-иқтисодий тараққий эттириш, инвестициявий муҳитни яхшилаш орқали мамлакатимиз иқтисодиёти тармоқлари ва ҳудудларига хорижий сармояларни фаол жалб этиш;

ижтимоий соҳани ривожлантиришга йўналтирилган аҳоли бандлиги ва реал даромадларини изчил ошириб бориш, ижтимоий ҳимояси ва соғлиғини сақлаш тизимини такомиллаштириш, хотин-қизларнинг ижтимоий-сиёсий фаоллигини ошириш, арзон уй-жойлар барпо этиш, йўл-транспорт, муҳандислик-коммуникация ва ижтимоий инфратузилмаларни ривожлантириш ҳамда модернизация қилиш бўйича мақсадли дастурларни амалга ошириш, таълим, маданият, илм-фан, адабиёт, санъат ва спорт соҳаларини ривожлантириш, ёшларга оид давлат сиёсатини такомиллаштириш;

хавфсизлик, миллатлараро тотувлик ва диний бағрикенгликни таъминлаш, чуқур ўйланган, ўзаро манфаатли ва амалий руҳдаги ташқи сиёсат юритишга йўналтирилган давлатимиз мустақиллиги ва суверенитетини мустаҳкамлаш, Ўзбекистоннинг ён-атрофида хавфсизлик, барқарорлик ва аҳил қўшничилик муҳитини шакллантириш, мамлакатимизнинг халқаро нуфузини мустаҳкамлаш.

Ҳужжатда халқ билан мулоқотни самарали ўрнатиш, давлат ҳокимияти ҳамда бошқаруви органлари фаолияти очиклигини таъминлаш, давлат хизматлари сифатини ошириш ислохотларнинг асосий омили сифатида белгиланган.

Ҳаракатлар стратегиясининг асоси – инсон манфаатларини таъминлаш билан боғлиқ вазифалардан иборат. Бу вазифалар Президентимиз Шавкат Мирзиёевнинг қатор маърузаларида, айниқса, 2017 йил 22 декабрь куни Олий Мажлисга Мурожаатномасида яққол белгилаб берилган.

Ҳаракатлар стратегияси мамлакатимизни кейинги беш йилда ислох қилишнинг ўзига хос “йўл харитаси”га айланди. Уни амалга ошириш беш босқичда таклиф қилиниб, бу бўйича ҳар йили алоҳида давлат дастурлари қабул қилиниши кўзда тутилган. Шу аснода давлат органлари фаолияти очиклигини таъминлаш, давлат аҳамиятига молик муҳим қарорларнинг қабул қилинишида жамоатчиликнинг кенг иштирок этиши, давлат органлари фаолияти устидан жамоатчилик назорати механизмларини мустаҳкамлаш, аҳолига кўрсатиладиган давлат хизматлари сифатини ошириш, “Электрон ҳукумат” тизимини ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар муҳим ўрин эгаллаган. Бу дастуриламал ҳужжатнинг рўёбга чиқарилиши учун давлат ва жамият саъй-ҳаракатларини мувофиқлаштириш, бинобарин, “Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили” Давлат дастурида белгиланган вазифаларни баҳамжиҳатликда амалга ошириш тақозо этилади.

Мамлакатимизда ижтимоий институт сифатида шаклланган халқ билан мулоқот – жамоатчилик билан алоқалар шак-шубҳасиз жамият тараққиётига хизмат қилади. Давлатимиз раҳбарининг академиклар, шифокорлар ва бошқа турли соҳа вакиллари билан учрашувлари, жойларда одамлар билан юзма-юз суҳбатлари, муаммоларни ўрганиш ҳамда уларнинг ечимларини топиш борасидаги саъй-ҳаракатлари, барча вилоят, шаҳар ва туманлардаги “Халқ қабулхоналари”, “виртуал қабулхоналар” халқ билан мулоқотни йўлга қўйиш бобида муҳим кадам сифатида эътироф этилмоқда. Шунга монанд бугунги кунда Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва

Сенати, вазирликлардан тортиб мамлакатимиздаги барча идора, ташкилот ҳамда муассасаларда ўтказилаётган матбуот анжуманлари, давра суҳбатлари, юзма-юз мулоқотлар фаолияти изчил давом этмоқда.

Халқ билан мулоқот қилишдек ғоят масъулиятли ва залворли ишларни кенг ёритиб боришда ОАВнинг ўрни бекиёс. Ўзига хос мулоқот майдонига айланган “Ўзбекистон” телеканалининг “Муносабат”, “Пресс-клуб” каби жонли эфирдаги кўрсатувларни кенг жамоатчилик катта қизиқиш билан кузатмоқда. Мазкур кўрсатувларда академиклар, мутахассислар, турли соҳа вакиллари жамиятдаги муаммолар ҳақида очик-ойдин сўз юритиб, уларнинг ечими ва ижобий ҳал этиш борасидаги таклифларини ўртага ташламоқда. Кўрсатувларда айтилганидек, ҳар қандай муаммони ҳал этиш учун аввало уни тан олиш керак! Тан олинган муаммога албатта ечим топилади. Мабодо у тан олинмаса, каттароқ ва чигалроқ муаммога айланиши турган гап...

Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотлар юзасидан “Тошкент” телеканалида ҳозиржавоблик билан ёритилаётган “Халқ фикри” кўрсатуви ҳақида ҳам шундай ижобий фикрлар айтиш мумкин. “Ёшлар”, “Маданият ва маърифат”, “Маҳалла” каби телерадиоканаллар ўз дастурларини халқ билан мулоқот мавзулари билан бойитаётганини ижобий баҳолаш мумкин.

Мамлакатимизда халқ билан мулоқот самарали амалга оширилмоқда. Бу муҳим жараёнларни ОАВда ҳозиржавоблик билан ҳолисона ёритиб бориш журналистлардан катта масъулият, муайян билим ва тажриба талаб этади. Демак, ОАВ ходимлари бу борада ҳам кўпроқ ишланишлари, ҳаёт билан ҳамнафас ҳолда ижод қилишлари, воқеликни кенг ёритиб боришлари ғоят муҳим аҳамият касб этади.

Жамоатчилик фикрини шакллантиришда ОАВнинг роли бекиёс. Бундай улкан ва масъулиятли вазифани бажариш учун журналист чуқур билим ва тажрибага эга бўлиши лозим. ОАВнинг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти устидан жамоатчилик ва парламент назоратини таъминлаш, уларнинг ҳокимият ва жамоатчилик ўртасида мустаҳкам алоқа

ўрнатиш борасидаги ролини кучайтиришга қаратилган қонунлар ижросини таъминлаб бориш ҳар бир журналистдан улкан масъулият талаб қилади.

Мамлакатимизда жамоатчилик билан алоқалар – халқ билан мулоқот ўзига хос ижтимоий институтга айланишида ОАВ ва Ахборот хизматлари ходимлари зиммасига улкан масъулият юкланади. Бу масъулиятли вазифани тўлақонли адо этиш учун масъул ходимлар аввало етарли даражада билим ва малакага, ижодий маҳоратга эга бўлишлари лозим.

Назорат учун саволлар:

1. Жамият тараққиётида жамоатчилик билан алоқалар – халқ билан мулоқотнинг ўрнини қандай тушунасиш?
2. Ҳаракатлар стратегиясидан кўзланган асосий мақсадлар нималардан иборат?
3. Бугунги кунда ОАВ ва Ахборот хизматлари зиммасига қандай вазифалар юклатилмоқда?
4. ОАВ ошкоралик минбарига айланишида Ахборот хизматлари қандай ўрин тутаяди?
5. Давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари фаолияти устидан жамоатчилик назоратини таъминлашда ОАВ қандай ўрин тутаяди?
6. Жамоатчилик фикрини шакллантиришда ОАВнинг роли қандай бўлаяди?

АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ

Режа:

1. Ташкилотда ахборот хизматини ташкил этиш ва фаолиятини йўлга қўйишда тегишли қонунлар ва Вазирлар Маҳкамаси қарорлари ҳуқуқий асос ҳисобланиши.

2. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида”ги қонунини амалга оширишда Ахборот хизматларининг ўрни.

3. Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 15 февралдаги “Ўзбекистон Республикаси давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизматлари фаолиятини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 125-сонли қарори ижросини таъминлашга оид вазифалар.

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 июндаги “Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори ижросини таъминлашга оид вазифалар.

Ташкилотда Ахборот хизматини ташкил этиш ва фаолиятини йўлга қўйишда унинг ҳуқуқий асослари ғоят муҳим аҳамият касб этади. Ахборот хизматининг ҳуқуқий асосларини Ўзбекистон Республикасининг тегишли қонунлари, Президент ҳамда Вазирлар Маҳкамаси қарорлари ташкил этади.

Мамлакатимизда жамоатчилик билан алоқаларни йўлга қўйиш ва шу мақсадда ташкилотларда Ахборот хизматларини ташкил этишда дастлаб Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 22 сентябрда қабул қилинган “Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 203-қарори ҳуқуқий асос бўлиб хизмат қилганди. Қарорда, давлат ва хўжалик бошқаруви органлари

фаолиятининг ошкоралигини таъминлаш, кенг жамоатчилик ва аҳолининг Ўзбекистонда амалга оширилаётган сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий ислохотларнинг бориши тўғрисида мунтазам хабардор қилиш, мамлакатни демократик янгилаш ва модернизациялашнинг, ошкора фуқаролик жамияти қуришнинг муҳим йўналиши ҳисобланиши қайд этилган. Ўтган йиллар мобайнида қарорда белгиланган вазифалар ижроси бир қадар таъминланди. Яъни, вазирликлар, давлат қўмиталари, агентликлар, Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши, вилоятлар ва Тошкент шаҳар ҳокимликлари, хўжалик бошқаруви органлари таркибида ходимларнинг умумий сони доирасида ахборот хизматлари ташкил этилди. Интернет тармоғида уларнинг веб-ресурслари мавжуд. Шу тариқа бугунги кунга қадар Ахборот хизматлари муайян вазифаларни амалга ошириб келаётир. Бирор ҳуқуқий асосга эга бўлмасдан бундай муҳим вазифаларни амалга ошириш мушкул эди. Шунини очик айтиш жоизки, мазкур қарорда белгиланган вазифалар қўтилган даражада, тўлақонли амалга оширилди, деб бўлмайди. Кўп ишлар ўлда-жўлда қолиб кетди. Алалхусус, баъзи Ахборот хизматлари номигагина, хўжақўрсинга ташкил этилгани бир неча бор танқид қилинди.

Шу ўринда баъзи танқидий-таҳлилий фикрларга эътибор қаратамиз.

Биринчиси, www.kun.uz сайтида берилган хабарда қуйидагилар баён этилган:

«Ўзбекистон Республикаси бош вазири Абдулла Арипов ОАВ бўйича селектор ўтказмоқда. Ҳукумат раҳбари вазирлик, ҳокимлик идоралари ва бошқа ташкилотларда ОАВ билан ишлаш талаб даражасида эмаслигини танқидга олди.

«Бугунги кунда ОАВ мамлакатда содир бўлаётган долзарб воқеаларга тезкор муносабат билдирмоқда. Матбуотда ҳам турли мавзулардаги танқидий ва таҳлилий материаллар кескин кўпайди. Бу эса жамоатчилик фикри шаклланишида муҳим рол ўйнамоқда. Тан олиш керак, бундан 2-3 йил аввал ОАВдаги бундай очикликни кўпчилик тасаввур ҳам қила олмасди.

Аммо давлат органлари ва ОАВ ўртасида ҳамкорлик қандай йўлга қўйилгани ҳақидаги саволга жавоб йўқ. Тўғриси айтиш керак, баъзи раҳбарлар матбуот билан ишлашни иккинчи ва ҳатто бешинчи даражали иш деб қарамоқда. Баъзи ташкилотлар Ахборот хизмати вакилларига етарли шароит яратиб бермаган. Шу кунгача 20 га яқин давлат ва хўжалик бошқарув органларида, 150 дан ортиқ туман, шаҳар ва вилоят ҳокимликларида Ахборот хизматлари ташкил қилинмаган. Бориға ҳам яна бошқа ишлар топшириб қўйилганки, у ўз иши билан шуғулланишга улгурмайди ҳам.

Айрим ташкилотларнинг веб-сайтлари йиллар давомида ишламайди (бош вазир сайтлари 2-3 йилдан буён ишламаётган қатор ташкилотларни санади). Ваҳоланки, ОАВда халқнинг диққат марказида бўлаётган долзарб мавзулар ёритилмоқда, аммо бу ташкилотлар жим. Ташкилотлар кимдир тепадан буйруқ беришини кутмай ўзи ҳақидаги мақолаларга муносабат билдириши керак.

Қуйидаги рақамларга эътибор беришингизни хоҳлайман: якунига етаётган июль ойида ОАВ ва ижтимоий тармоқларда вазирликлар, идоралар, маҳаллий давлат органлари фаолиятига оид 500 га яқин танқидий материал эълон қилинган. Шулардан 288 таси вазирлик ва идоралар, қолгани маҳаллий давлат ҳокимияти фаолиятига тегишли. Танқидий мақолаларнинг 200 таси фейсбук, 25 таси телеграм, 60 дан ортиғи бошқа ижтимоий тармоқларда, 90 дан ортиғи теле ва радиоканалларда, 80 дан ортиғи матбуотда эълон қилинган. Бу танқидий материалларнинг 18 фоизи, яъни 91 тасига мутасадди вазирлик ва идоралар томонидан муносабат билдирилган, холос.

Ташкилотлар ўзлари ҳақидаги танқидий чиқишларга муносабат билдириши, керак бўлса халқнинг олдида ҳисобот бериши шарт. Агар нотўғри ахборот берилган бўлса, бунга ҳам муносабат билдириш керак. Буни ким ташкил қилади? Ўша ташкилотлардаги Ахборот хизмати ходимлари. ОАВда барча органлар иши юзасидан танқидий материаллар эълон қилинмоқда, аммо кўпчилик уларга муносабат билдирмай томошабин бўлиб турибди. Танқид бор, лекин муносабат йўқ. Демак ҳаммаси тўғри экан-да?

Танқиддан хулоса қилиндими йўқми, билдириш керак. Масалан, кимдир чиқиб интервью берсин. Ёки бўлмаса, мана шу иш юзасидан ишчи гуруҳ тузилди, шундай-шундай ишлар бўляпти, деб айтиш керак. Йўқ, кўпчилик бундай қилмайди. Худди улар бошқа дунё, қолганлар бошқа дунёдек...», дея Ариповнинг сўзларини келтирмоқда Kun.uz мухбири»¹.

Иккинчиси, www.uza.uz сайтида берилган “Саида Мирзиёева: «Ахборот хизматлари тизимини тубдан такомиллаштириш лозим!» сарлавҳали хабарда янада теранроқ ва таҳлилий фикрлар баён этилган:

«Hyatt Regency Tashkent» меҳмонхонасида «ОАВ соҳасида миллий қонунчиликни янада такомиллаштиришнинг долзарб масалалари» мавзусида республика конференцияси давом этмоқда.

Конференцияда агентлик директори ўринбосари Саида Мирзиёева ҳам ўз маръузаси билан иштирок этди.

У ўз нутқида давлат ва хўжалик ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятига тўхталиб ўтди.

– Нима учун ОАВ тўртинчи ҳокимият даражасига кўтарила олмаяпти, деган саволга кўп омиллар қатори вазирлик ва идоралар Ахборот хизмати фаолиятига нисбатан эътиборсиз муносабатни ҳам сабаб қилиб кўрсатиш мумкин,— деди Саида Мирзиёева.

Маърузада таъкидланишича, ўтказилган таҳлиллар ва ўрганишлар шуни кўрсатмоқдаки, соҳада энг асосий муаммо, бугунги кунда ягона давлат ахборот сиёсати тўғрисидаги концептуал ҳужжатнинг мавжуд эмаслигидир. Ҳозирда ушбу ҳужжат тайёрланмоқда.

Шунингдек, Саида Мирзиёева ўз нутқида давлат ва хўжалик ташкилотлари Ахборот хизматлари фаолиятидаги мавжуд камчиликлар хусусида алоҳида тўхталди. Соҳада иш ҳажмининг кўп, замонавий талабларга жавоб бера олмаяпти. Мавжуд шароитларнинг етарли даражада эмаслиги сабаб ахборот хизматлари фаолияти қониқарсиз аҳволда қолиб

¹ «Танқид бор, муносабат йўқ. Демак ҳаммаси тўғри экан-да?» — Абдулла Арипов селекторда ташкилотлар танқидларга сукут сақлаши ҳақида гапирди. www.kun.uz 30.07.2019

кетмоқда. Ўндан ортиқ республика даражасидаги ташкилотлар, кўпгина туман ва шаҳар ҳокимликларида ҳалигача ахборот хизмати фаолияти ташкилотлари этилмаган.

Кўплаб давлат ва хўжалик ташкилотлари веб-сайтлари, ижтимоий тармоқлардаги расмий саҳифаларида ахборотлар етарли даражада эмаслигини ҳам танқид қилинди.

– Уларнинг веб-сайтларига кирувчиларнинг умумий сони 400 минг, Facebook ижтимоий тармоғидаги расмий саҳифаларига мурожаат қилувчилар сони 150 минг, Telegram тармоғида аъзолар 300 минг нафардан ошмайди,— деди Саида Мирзиёева.— Ўзбекистонда интернетдан фойдаланувчилар сони 20 миллиондан ортиқ эканини ҳисобга олсак, юқоридаги кўрсаткичлардан ўзингиз хулоса олишингиз мумкин.

Саида Мирзиёева шу ва бошқа бир қатор камчиликларни санаб ўтар экан, «Ахборот хизматлари тизимини тубдан такомиллаштириш лозим», дея қатъий таъкидлади².

Мамлакатимизда Ахборот хизматлари тизимини такомиллаштириш борасида муҳим қадамлар қўйилди. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 15 февраль куни эълон қилинган “Ўзбекистон Республикаси давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизматлари фаолиятини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 125-сонли қарори соҳани янада ривожлантириш учун ҳуқуқий асос бўлиб хизмат қилади.

Қарорда қайд этилганидек, ҳозирги шиддат билан ривожланаётган дунёда ахборот ва билим энг муҳим миллий ресурсларга, уларни яратиш ва тарқатишни таъминловчи тизимлар эса — барқарор ривожланишнинг стратегик омилларига айланмоқда. Ушбу шароитларда Ўзбекистонда демократик ҳуқуқий давлатни ва очиқ адолатли фуқаролик жамиятини қуриш, шунингдек, инсоннинг ҳуқуқ ва эркинликлари ҳимоя қилинишини

² Аҳатова И. “Саида Мирзиёева: «Ахборот хизматлари тизимини тубдан такомиллаштириш лозим!» <http://uza.uz/oz/society/saida-mirziyeva-akhborot-khizmatlari-tizimini-tubdan-takomi-28-05-2019>

таъминлашдек стратегик мақсадга эришиш, давлат бошқарувининг сифати давлатнинг ахборот, билим ва инновацияларга асосланган моделига ўтишини таъминлайдиган ахборотни ва билимни яратиш, қабул қилиш ва тарқатиш имкониятлари билан белгиланади. Шу муносабат билан давлат ва хўжалик бошқаруви соҳасида очиқлик ва шаффофликка асосланган самарали қарорлар қабул қилиш тизимини жорий этиш, ахборот олишда мансабдор шахсларнинг жамият олдидаги ҳисобдорлиги, очиқлиги ва масъулиятини таъминлаш зарур. Бу давлат ва хўжалик бошқаруви аппаратининг самарали фаолият юритиши ҳамда жамиятда адолатни қарор топтиришнинг муҳим шarti ҳисобланади. Бунда жамиятни давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг фаолиятдан кенг хабардор қилиш, уларнинг аҳоли олдидаги ҳисобдорлигини таъминлаш «Халқ давлат ҳокимиятининг бирдан-бир манбаидир» деган конституциявий нормани амалга оширишнинг, «Халқ давлат идораларига эмас, балки давлат идоралари халқимизга хизмат қилиши керак» деган эзгу ғояни рўёбга чиқаришнинг муҳим шarti ҳисобланади.

Мазкур қарор қабул қилиниши муносабати билан Вазирлар Маҳкамасининг «Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2006 йил 22 сентябрдаги 203-сон қарори ўз кучини йўқотган деб ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 июндаги “Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарорида давлат органлари ва ташкилотларининг ахборот хизматлари, матбуот марказлари, жамоатчилик билан алоқалар бўйича хизматлари (кейинги ўринларда – ахборот хизматлари)нинг асосий вазифалари қуйидагича белгиланган:

давлат органлари ва ташкилотлари фаолияти ҳақида оммавий ахборот воситалари, ижтимоий тармоқлар, давлат органлари ва ташкилотларининг расмий веб-сайтлари, шунингдек, бошқа ахборот ресурслари орқали, шу жумладан, матбуот анжуманлари, брифинглар, медиатурлар ташкил этиш

йўли билан аҳолига мунтазам, тўлиқ ва тезкор равишда ахборот тақдим этиб бориш;

давлат органлари ва ташкилотларида мамлакатимизнинг ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий тараққиёти жараёни ҳақида ахборот бериш ва ёритиш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;

давлат органлари ва ташкилотларининг ижобий имижини шакллантириш ва илгари суриш, ижтимоий сўровлар ўтказиш ва бошқа шаклларда жамоатчилик фикрини ўрганиш;

ахборот сиёсати соҳасида зиммасига юкланган вазифаларни амалга оширишда Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги (кейинги ўринларда – Агентлик) билан самарали амалий ҳамкорликни йўлга қўйиш;

оммавий ахборот воситалари билан самарали ҳамкорлик қилиш, ахборот хизматлари билан доимий ишловчи журналистлар ва блоггерлар доирасида тезкор маълумотларни тарқатиш, шунингдек, норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар лойиҳаларини муҳокама қилишда кенг аҳоли қатламларининг иштирокини таъминлаш мақсадида экспертлар гуруҳини шакллантириш;

мунтазам равишда оммавий ахборот воситаларида давлат органлари ва ташкилотлари раҳбарларининг чиқишларини ташкил этиш;

ахборот макони мониторингини олиб бориш ва таҳлил қилиш, танқидий ва кенг муҳокама қилинаётган ахборот хуружларига тезкор муносабат билдириш, оммавий ахборот воситалари ва Интернет тармоғида тегишли давлат органлари ва ташкилотлари фаолиятига алоқадор ахборотни тарқатиш бўйича ишларни ташкил қилиш;

давлат органлари ва ташкилотлари билан биргаликда маҳаллий ва хорижий оммавий ахборот воситалари орқали тарқатиш учун хабар, маълумот, шарҳ ва бошқа ахборот-таҳлилий материаллар тайёрлаш;

давлат органлари ва ташкилотларининг фаолияти тўғрисида жамоатчилик фикрини, миллий ва хорижий оммавий ахборот воситаларининг позициясини ўрганиш, долзарб таклифлар ишлаб чиқиш ва

улар тўғрисида давлат органлари ва ташкилотлари раҳбариятига ахборот бериб бориш;

давлат органлари ва ташкилотлари фаолиятини хорижий оммавий ахборот воситаларида сифатли ёритиш мақсадида ваколатли вазирликлар ва идоралар орқали Ўзбекистон Республикасининг хориждаги дипломатик ваколатхоналарини, шунингдек, хорижий мамлакатларнинг Ўзбекистондаги дипломатик ваколатхоналарини ахборот материаллари (босма маҳсулотлар, фото-, аудио-, видеоматериаллар ва ҳ.к.) билан таъминлаш;

давлат органлари ва ташкилотларининг ваколатига кирувчи норматив-ҳуқуқий ҳужжатларнинг лойиҳалари ҳамда уларнинг тасдиқланган матнларини белгиланган тартибда ўз расмий веб-сайтларида жойлаштириш;

давлат органлари ва ташкилотларининг фаолиятига алоқадор матнли, фото-аудио- ва видеоматериаллардан иборат маълумотлар базасини шакллантириш ва янгилаб бориш.

Қарорда давлат органлари ва ташкилотларининг ахборот хизматлари ходимлари устувор равишда журналистика соҳасида олий маълумотга эга бўлган шахслар орасидан лавозимга тайинланиши, давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари раҳбарлари бир вақтнинг ўзида давлат органи ва ташкилоти раҳбарининг матбуот котиби ҳисобланиб, ахборот сиёсати масалалари бўйича раҳбарнинг маслаҳатчиси мақомига эга бўлиши . белгилаб қўйилган. Улар меҳнатга ҳақ тўлаш, тиббий ва транспорт хизмати кўрсатиш шартларига кўра давлат органи ва ташкилоти раҳбарининг ўринбосарига тенглаштирилади.

Ҳар бир ташкилотнинг Низоми унинг ҳуқуқлари, вазифалари, бурчларини кафолатловчи асосий ҳуқуқий ҳужжати ҳисобланади. Ахборот хизмати ташкилот марказий аппаратининг таркибий бўлинмаси ҳисобланса-да у ҳам алоҳида Низомига эга бўлади. Ахборот хизмати ходимлари Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 15 февралдаги 125-сон қарорига илова тарзида берилган “Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот

хизмати тўғрисида намунавий Низом” асосан ўз Низомларини ишлаб чиқишлари тавсия этилади.

Шу асосда республикамиздаги барча ташкилотларнинг ахборот хизмати Низоми ишлаб чиқилган ва тасдиқланган. Демак, ахборот хизмати шу Низом асосида фаолият кўрсатиши унинг ҳуқуқий асослари қанчалик муҳим аҳамият касб этишини кўрсатади. Жумладан, ЎзМУ Ахборот хизмати Низоми ҳам худди шу асосда ишлаб чиқилган (4-илова).

Ахборот хизмати қайси идора ёки ташкилотга тегишли бўлишидан қатъи назар у асосан ахборот тўплаш ва тарқатиш билан шуғулланади.

Ташкилотнинг Ахборот хизмати ахборот тўплаш ва тарқатиш билан ҳам шуғулланар экан, демак, Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги принципи ва кафолатлари тўғрисида”ги қонуни ҳам унинг ҳуқуқий асосларидан бири ҳисобланади. Мазкур қонуннинг 6-моддаси “Ахборотнинг очиклиги ва ошкоралиги” деб номланиб, унда давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари, жамоат бирлашмалари ва бошқа нодавлат нотижорат ташкилотлари жамият манфаатларига тааллуқли воқеалар, фактлар, ҳодисалар ва жараёнлар тўғрисида қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда оммавий ахборот воситаларига хабар бериши шарт, деб белгилаб қўйилган. Қонуннинг “Ахборот эркинлиги кафолатлари” деб номланган 8-моддасида эса, давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари, жамоат бирлашмалари ва бошқа нодавлат нотижорат ташкилотлари ҳамда мансабдор шахслар қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ҳар кимга ўзининг ҳуқуқлари, эркинликлари ва қонуний манфаатларига дахлдор бўлган ахборот билан танишиб чиқиш имкониятини таъминлаб беришга, мақбул ахборот ресурслари яратишга, фойдаланувчиларни фуқароларнинг ҳуқуқлари, эркинликлари ва мажбуриятларига, уларнинг хавфсизлигига доир ҳамда жамият манфаатларига тааллуқли бошқа масалалар юзасидан ахборот билан оммавий тарзда таъминлашга мажбурдирлар, деб белгиланган.

Хўш, бу вазифаларни ким ва қандай йўсинда амалга оширади? Жаҳон тажрибасига кўра, ривожланган давлатларда ташкилотлар томонидан асосий ахборотлар айнан Ахборот хизмати томонидан тарқатилиши йўлга қўйилган. Ҳар бир ташкилотнинг Ахборот хизмати аввало журналистлар каби ахборот тўплаши, қайта ишлаши (оммабоп жанрда ёзиши ёки телекўрсатув, радиоёшиттириш тайёрлаши) талаб этилади. Сўнг, ўша ахборотини ОАВ орқали тарқатиши мумкин. Бу ўта масъулиятли ишларни амалга оширишида Ахборот хизмати учун ўша қонун ғоят муҳим асосдир.

Ахборот тўплаш ва тарқатиш борасида Ўзбекистон Республикасининг “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги қонуни ҳам унинг ҳуқуқий асосларидан ҳисобланади. У ҳам журналистнинг мажбуриятларини билиши ва унга амал қилиши зарур.

Ахборот хизматининг ҳуқуқий асосларини белгиловчи ҳужжатлардан муҳими – Ўзбекистон Республикасининг “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида”ги (2014 йил 5 май) қонуни ҳисобланади. Қонуннинг 10-моддаси “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ахборот хизмати” деб номланади. Унда, давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ўз фаолияти тўғрисидаги ахборотни тайёрлаш ҳамда тарқатиш вазифаларини бажарувчи, шунингдек оммавий ахборот воситалари ва жамоатчилик билан ҳамкорликни таъминловчи таркибий бўлинмаси ёхуд ушбу вазифаларни бажариш зиммасига юклатилган шахс давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ахборот хизматидир, деб белгилаб қўйилган.

Ушбу моддага биноан Ахборот хизмати оммавий тадбирларни ташкил этиш, ахборот хабарларини (пресс-релизлар, бюллетенлар ва ҳоказоларни) тарқатиш, шунингдек давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг расмий веб-сайтида уларнинг фаолияти тўғрисидаги ахборотни жойлаштириш ва янгилаб бориш йўли билан давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолиятини оммавий ахборот воситаларида ёритиш чора-тадбирларини кўради. Ахборот хизмати давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг

фаолияти тўғрисида ахборот тарқатишнинг қонун ҳужжатларига зид бўлмаган бошқа усулларидан ҳам фойдаланиши мумкин. Қонунда Ахборот хизматининг фаолиятини ташкил этиш тартиби давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан белгиланиши ҳам қайд этилган.

Айтиш жоизки, “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида”ги қонуннинг номланишидан ҳам кўриш мумкинки, қонун давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятини такомиллаштиришга хизмат қилади. Мазкур Қонун ҳам содда ва тушунарли тилда ёзилгани эътиборга моликдир. Мамлакатимиз Конституциясида давлат халқ иродасини ифода этиб, унинг манфаатларига хизмат қилиши ҳамда давлат органлари ва мансабдор шахслар жамият ва фуқаролар олдида масъул эканлиги белгилаб қўйилган. Мазкур Қонун ушбу нормани тўла-тўқис амалга оширишни таъминлайди.

Бу ҳукуқий ҳужжат фуқаролар хабардорлигини таъминлашнинг турли усуллари назарда тутилиши билан ҳам биз учун муҳим аҳамиятга эга. У давлат органлари томонидан қабул қилинган қарорлар моҳиятини, амалга оширилаётган кенг кўламли ислохотларнинг бориши ҳақидаги ахборотларни ҳар бир ҳудуд аҳолисига етказиш имконини беради.

Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантиришда ОАВ алоҳида ўрин тутди. Чунки айнан ОАВ глобаллашув шароитида юртимизда кечаётган энг муҳим воқеалар, амалга оширилаётган янгиланишлар, қабул қилинаётган норматив-ҳукуқий ҳужжатларни кенг ёритиш орқали давлат ва жамият ўртасида ўзига хос кўприк вазифасини бажармоқда. Мазкур қонун ахборотдан фойдаланиш эркинлигини, давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари мансабдор шахсларининг журналистга зарур ахборотни, қонунда белгиланганидек, 7 кунлик муддатда тақдим этиш мажбуриятини таъминлаш орқали ушбу кафолатларни янада мустаҳкамлайди. Бу ахборот олишдаги баъзи пайсалга солиш ҳолатларини бартараф қилади, шунингдек, журналист материалининг тезкорлигини, ишончлилигини ҳамда сифатли бўлишини таъминлайди.

Фуқаролик жамияти институтлари вакилларига давлат органлари фаолиятига оид ахборотларни тўсиқсиз олишнинг мустаҳкам кафолати зарур. Бу борада мазкур қонуннинг асосий принциплари – ахборотдан ҳамманинг фойдаланиши мумкинлиги, унинг ўз вақтида тақдим этилиши ва ишончлилиги, ошкоралик, шаффофлик, давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни излаш, олиш ва тарқатиш эркинлигини таъминлашга хизмат қилади.

Қонунда жамоатчиликни давлат органлари фаолияти ҳақида бохабар қилиш механизмлари белгилаб қўйилган. Улар орасида давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олишга доир сўровга жавоблар, нодавлат нотижорат ташкилотлари вакилларининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг очиқ ҳайъат йиғилишларида иштирок этишига оид тартиблар муҳим аҳамиятга эгадир.

Ахборот хизмати қайси ташкилотга қарашли бўлса, шу соҳага оид қонун ва қарорлар ҳам унинг муҳим ҳуқуқий асосларидан ҳисобланади. (Айтайлик, Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги Ахборот хизмати фаолияти Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги қонуни, Президент ва Вазирлар Маҳкамасининг тегишли қарорлари билан чамбарчас боғлиқ). Ахборот хизмати фаолияти ана шу қонунлар, қарорлар ва бошқа меъёрий ҳужжатлар асосида ташкил этилиши ҳамда фаолияти такомиллаштириб борилиши мақсадга мувофиқдир.

Назорат учун саволлар:

1. Ахборот хизматининг ҳуқуқий асослари қайси қонун ва қарорларда белгиланган?
2. Ташкилотда Ахборот хизмати қандай ташкил этилади?
3. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида”ги қонунда Ахборот хизмати ҳақида қандай меъёрлар мавжуд?

4. Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 15 февралдаги “�збекистон Республикаси давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизматлари фаолиятини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 125-сонли қарорида асосан қандай вазифалар белгиланган?

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 июндаги “Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори да асосан қандай вазифалар белгиланган?

6. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги қонуни Ахборот хизмати фаолиятида қандай ўрин тутади?

7. Ўзбекистон Республикасининг “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги қонуни Ахборот хизмати фаолиятида қандай ўрин тутади?

8. Фуқаролик жамиятини ривожлантиришда ОАВ қандай ўрин тутади?

9. Жамоатчиликни давлат органлари фаолияти ҳақида бохабар қилиш механизмлари қандай амалга оширилади?

АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

Режа:

- 1. Ахборот хизматининг назарий асосларини ташкил этувчи фанлар.*
- 2. Журналистика назариясига оид фанлар талқини.*
- 3. Инглизча “Public Relations” (Паблик рилейшнз – PR, пиар) – Жамоатчилик билан алоқалар фани сифатида.*
- 4. Фанлараро фан.*
- 5. Қадимий шарқ манбаларида жамоатчилик билан алоқалар гоёси ва унинг мазмун-моҳияти.*

Ахборот хизмати ходими қалами ўткир, маҳоратли журналист бўлиши лозим. У телекўрсатув ва радиоэшиттиришлар тайёрлаш бобида теран билим ва малакага эга бўлиши зарур. Интернет журналистика ва фотожурналистика сирларини ҳам пухта билиши даркор. Демак, Ахборот хизматининг назарий пойдеворини аввало журналистикага оид фанлар ташкил этади. Матбуот, телевидение, радио, интернет журналистика, фотожурналистикага оид илмий тадқиқотлар, дарслик ва ўқув қўлланмалар Ахборот хизматининг биринчи назарий асосларини ташкил этади.

Ахборот тўплаш ва тарқатиш билан бир қаторда Ахборот хизмати ходимларининг яна бир муҳим вазифаси – ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини йўлга қўйишдир. Бу борадаги ишларни илмий ташкил этиш ва тегишли вазифаларни тўғри амалга ошириш учун улар жамоатчилик билан алоқалар илми ва назариясини ҳам пухта билишлари лозим.

Демак, жамоатчилик билан алоқаларга оид фанлар ахборот хизматининг энг муҳим назарий асоси ҳисобланади. Жамоатчилик билан алоқаларнинг назарий асосларини инглизча “Public Relations” (Паблик рилейшнз – PR, пиар) фани замиридан ўрганамиз. Бу фан асосчиси АҚШлик олим Эдуард Бернайз ҳисобланади. Унинг 1923 йили чоп этилган “Жамоатчилик

фикрининг кристаллашуви” китоби PRнинг фан сифатида майдонга чиқиши ва илмий асосланишида муҳим ўрин тутгани эътироф этилади.

PR – “Жамоатчилик билан алоқалар”, “Оммавий алоқалар” деган маъноларни англатади. Моҳиятан уни – халқ билан мулоқот, дейиш мумкин.

PR моҳиятини теранроқ англаш учун унинг қисқача тарихига тўхталиб ўтамиз. Бу ибора илк бор АҚШнинг учинчи президенти Томас Жефферсон томонидан қўлланилган. У 1807 йили ўзининг “Конгрессга еттинчи мурожаати”да ушбу атамани биринчи марта қайд этган. Бундан мақсад, ўша даврда ҳукуматнинг жамоатчилик билан алоқаларини давлат даражасига кўтариш, илмий-ташкилий жиҳатдан йўлга қўйиш эди.

Демократ арбоб сифатида ном қозонган Томас Жефферсоннинг қуйидаги сўзлари демократия йўлини танлаган қатор газеталар учун шиордек бўлиб қолди: “Агар менга ҳукумат бўлсину газеталар бўлмасин ёки газеталар бўлсину ҳукумат бўлмасин – бирини танланг, дейишса, мен ҳеч иккиланмай ҳукумат бўлмаса ҳам газеталар бўлиши керак, деган бўлардим”¹.

Бу фикрни бирёқлама талқин қилмаслик керак. Томас Жефферсон жамоатчилик билан алоқаларни мустаҳкамлашда муҳим ўрин тутиши мумкин бўлган газеталар мавқеини, масъулиятини оширишни ҳам кўзда тутгани эҳтимолдан ҳоли эмас. Ҳукумат ё бирор ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини матбуотсиз тасаввур этиб бўлмаслигини демократ раҳбар муайян мақсадда ифодаллагани кўриниб турибди. Аслида “матбуотнинг ижтимоий моҳияти, асосий функциялари нуқтаи назаридан қараганда унинг яна бир хусусияти – жамоатчилик фикрининг ифодачиси эканлигида яққол кўринади,– деб ёзади филология фанлари доктори Мухтор Худойкулов.– Матбуот жамиятнинг ижтимоий-сиёсий, иқтисодий ва маданий-маънавий ҳаётини акс эттирар экан ҳамда ижтимоий борлиқ билан ижтимоий онгнинг бир-бирига таъсир кўрсатишида фаол ҳаракат этувчи омил вазифасини бажарар экан, бу борада жамоатчилик фикрига таяниб иш кўради”².

¹ Қаранг: Миллий тикланиш, 1997, 2 декабрь.

² Худойкулов М. Оммавий ахборот воситалари назарияси. –Т.: Университет, 1999. –Б. 37.

PR амалиётининг журналистика заминида пайдо бўлиши. Биз талқин этаётган замонавий PR амалий жихатдан журналистика заминида пайдо бўлгани, унинг амалиётдаги асосчиларидан бири АҚШлик журналист Айви Ледбеттер Ли бўлгани қатор манбаларда қайд этилган³.

1898 йилда Нью-Йоркдаги Пристон университетини тамомлаган Айви Ли “World” дастлаб газетасида фаолият кўрсата бошлайди. Бироқ, ёш журналистни репортёрликнинг тор кўчалари қониқтирмайди. У кўпроқ ижтимоий-сиёсий ҳаётда фаол бўлишга интиларди. Бу интилишини 1903 йили Нью-Йорк мэри сайловида намоён этди. Кейинги йили эса АҚШ президенти сайлови ўтказилиши керак эди. Шу даврда Айви Ли Демократлар партияси Миллий қўмитаси матбуот-бюроси ходими бўлиб ишга ўтади.

Сайловлар даврида Айви Лининг эътиборини тортган ҳол шу бўладики, партия вакиллари сайловолди дастурларини сайловчиларга маълум қилишгач, жамоатчилик ўз муносабатини эмин-эркин билдиради. Бу жараёнда фикрнинг икки томонлама, яъни, ташкилот ва жамоатчилик томонидан тингланиши қанчалик ижобий самара беришини кўрган Айви Ли қалбида умидбахш орзулар пайдо бўлган. Яъни, нафақат сиёсий партиялар сайловлар даврида, балки, барча корхона ва ташкилотлар ҳам ўз фаолиятини доимий равишда жамоатчилик билан алоқалар асосида ташкил этиши фақат ижобий самара бериши мумкинлигини англаган.

Биз PRнинг журналистика заминида пайдо бўлганига эътибор қаратдик. Бундан PR фақат журналистикага тегишли соҳа экан, деган хулоса келиб чиқмайди. Айви Ли турли ишлаб чиқариш корхоналари манфаатларини кўзлаб ҳамкасби Жорж Паркер билан бирга “Паркер ва Ли” фирмасини ташкил этди. Бу фирма қисқа даврда PR тараққиётига самарали ҳисса қўшди, дейиш мумкин⁴. Зотан, матбуот билан доимий алоқаларгина катта бизнесга ҳам зарур натижалар беришини тўғри тушунган Айви Ли 1906 йилда ўша

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

⁴ Қаранг: Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. –М.: Рефл-бук., К.: Ваклер, 2001. –С.62.

фирма номидан газеталар ноширлари билан муносабатлар қоидаларини “Тамойиллар декларацияси” номи билан ишлаб чиқди.

“Тамойиллар декларацияси”нинг кириш қисмида шундай ёзилган: “Бу махфий матбуот-бюроси эмас. Биз барча ишимизни очик-ойдин бажарамиз. Бизнинг вазифамиз – янгиликлар етказиб бериш. Бу реклама агентлиги эмас. Агар сиз муайян материал ўзингизнинг реклама бўлимингизга кўпроқ тўғри келади, деб ҳисобласангиз, унда бизга мурожаат қилманг. Бизнинг ишимиз – аниқлик. Биз юқорида эслаб ўтилган фактларни шахсан текшириш учун ҳар бир муҳаррирга жону дилимиз билан ёрдам берамиз. Қисқа қилиб айтганда, бизнинг мақсадимиз ишбилармон доиралар ва ташкилотлар номидан матбуот ва АҚШ жамоатчилигига улар учун муайян қимматга эга муаммолар бўйича самимий ва очик-ойдин ахборот беришдан иборатдир”⁵. Табиийки, бу масала ишбилармон доиралар ва ташкилотларни ҳам, матбуот ходимларининг ҳам бирдек эътиборини тортади. Журналистлар муҳим ахборотлар олиш учун яна бир қулайлик яратилганини ижобий баҳолайдилар.

“Тамойиллар декларацияси” бутун миллат учун юқори давлат органлари ва ҳокимиятни ҳам ҳисобга олиб америкача очик жамият шаклланиши йўлида асосий дастурий ҳужжатлардан бири бўлиб қолгани эътироф этилган⁶. Шунини айтиш жоизки, бу асар бир пайтлар АҚШда урчиб кетган турли салбий иллатларга қарши дадил курашаётган журналистлар ва бошқа фидойилар учун ўзига хос дастуриламал бўлиб хизмат қилганини тасаввур этиш мумкин.

Ҳар қандай илғор ғоя ёки янги назария амалиёт билан мустаҳкамланиши ижобий самара беради. Айви Ли айнан шу тамойилларидан келиб чиққан ҳолда ўзи ҳамкорлик қилган корпорация ва ташкилотлар учун матбуот билан алоқалар ўрнатарди.

Айви Ли фаолияти пиар бўйича мутахассисларнинг кейинги авлодлари томонидан муносиб баҳоланиб, у “Янги касб отаси” номини олди. У биринчи

⁵ Королько В.Г. Основы публик рилейшнз. Рефл-бук. 2001. –С.63.

⁶ Қаранг: Королько В.Г. Основы публик рилейшнз. –М.: Рефл-бук., К.: Ваклер, 2001. –С.62-63.

бўлиб жамоатчилик билан алоқалар соҳасига самимийлик унсурларини олиб кирди. Матбуот-агентларида муносиб фаолият кўрсата оладиган пиарменлар тайёрлаб беришга киришди. Бу ҳаракатларини очик-ойдинлик ва ҳақиқатпарварлик билан амалга ошириб, PRни жамоатчилик ҳурмати ва ишончини қозона оладиган профессионал соҳага айлантирди.

Айви Ли ўз тажрибаси билан жамоатчиликни хабардор этишни ташкил этишда ташкилотнинг масъулияти муаммоларини, хизмат кўрсатувчилар имижини яратиш муҳимлигини ва бу имиж ўз жилосини йўқотмаслиги учун доимий равишда матбуотдан фойдаланиш заруратини кўрсатиб берди.

Бундан ташқари, Айви Ли гуруҳлар ва гуруҳ раҳбарларининг, иш фаолияти давомида улар билан шахсий алоқалар ўрнатишнинг жамоатчилик фикрини шакллантиришдаги аҳамиятига эътибор қаратди. У бошлаган ишлар кейинчалик тегишли назарий асосга эга бўлди. Шу тариқа АҚШда йирик ташкилотлар билан жамоатчилик ўртасида доимой алоқалар ўрнатиш ҳаракати бошланди. Бу ҳаракатлар ижтимоий воқеликка айланиб кетди.

PR тарихи ва назарий пойдевори ҳақида гап кетганда америкалик олим Эдуард Бернайзнинг хизматлари алоҳида эътироф этилади. Бернайзнинг 1923 йилда чоп этилган “Жамоатчилик фикрининг кристаллашуви” китоби PRнинг фан сифатида майдонга чиқиши ва илмий асосланишида муҳим ўрин тутди. Эдуард Бернайз 1919 йилда Нью-Йоркда хусусий “пиар-бюро”сини очиб, амалда жамоатчилик билан алоқаларнинг самарасини кўради. Бу борада олиб борган тадқиқотлари “Жамоатчилик фикрининг кристаллашуви” китобида ўз аксини топган.

Шу ўринда айтиш жоизки, PR назариётчиларининг аксарияти турли соҳа олимлари бўлиб, улар жамоатчилик билан алоқалар масаласига кўпроқ ишлаб чиқариш, иқтисодиёт, менежмент, сиёсий ва бошқа ижтимоий фанлар нуқтаи назардан ёндашганлар.

Эдуард Бернайздан тортиб 2001 йилда “Паблик рилейшнз асослари” деб номланган салмоқли китоби чоп этилган Украина сиёсий фанлар академияси академиги Валентин Королько ва 2003 йилда “Сиёсий PR” китоби нашр

этилган россиялик профессор Дмитрий Ольшанскийгача PRни турфа соҳалар нуқтаи назаридан тадқиқ этган бўлсалар-да, жамоатчилик билан алоқалар борасида ОАВ, айниқса, Ахборот хизматларининг ўрнига алоҳида эътибор қаратганлар. Россиялик тадқиқотчи Алексей Чумиковнинг “Жамоатчилик билан алоқалар” асарида қайд этилишича, Эдуард Бернайз ўз фаолиятини шундай таърифлаган: “1919 йили дастлабки офисимни очганимда... “Паблик Рилейшнз маслаҳатчиси”ни тайинладим. У мижозлар фикрини тинглаб, жамоатчилик билан алоқаларни ривожлантириш йўлида хизмат қила бошлади”⁷. Шу тариқа назариётчилар PRнинг янги-янги қирраларини тадқиқ қила бошладилар. XX асрнинг биринчи чорагидан бошлаб АҚШ, Англияда PRга оид қатор китоблар нашр этилди. Уларда жамоатчилик билан алоқаларнинг назарий асослари янада чуқурроқ ифодалаб берилган.

Шундай қилиб, PR тарихининг шаклланиш ва тараққий этиш эволюцияси уч даврга бўлинади, яъни улар: тайёрлов, оралик ва асосий даврлар.

Биринчи давр, Томас Жефферсоннинг илк бор “Паблик рилейшнз” атамасини қўллаган 1807 йилдан бошланиб, XX аср бошигача давом этган.

Иккинчи даврни, Айви Лининг “Тамойиллар декларацияси”ни эълон қилган ва пиар хизматлари бўйича фирма ташкил этган воқеалар билан боғлиқ, дейиш мумкин.

Учинчи давр 1904-1906 йиллардан ҳозиргача давом этмоқда. Бу даврни “пиар-касб сифатида шаклланиши, соҳалар кенгайиши ва ўзаро боғланишида фанлараро фан ролини адо этган ва ижтимоий институт сифатида”⁸ тан олинган даври дейиш ўринлидир.

Адабиётлар таҳлили шуни кўрсатадики, PR тадқиқотчилари унинг тарихига оид жуда кўп фикрларни илгари сурганлар. Шулардан бирига эътиборни қаратамиз: “Биз кўп нарсаларни ривожланган дунёдан кечроқ билдик,— деб ёзади назариётчи Грант Карташян.— Шундай таълим бор

⁷ Чумиков А. Связи с общественностью. —М.: Дело, 2000. —С. 20.

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

эканки, биз биладиган генетика ва кибернетикадан устунроқ. Бу – Паблик рилейшнздир”⁹. PR тарихига оид бу каби фикрлар замирида ҳам унинг ранг-баранг қирралари акс этади.

Шарқда жамоатчилик билан алоқалар талқини. PR фан сифатида илк бора АҚШда шаклланган бўлса-да, ижтимоий муносабатларнинг ушбу тури қадимда Шарқда ҳам бўлган. Буюк аجدодларимиз жамиятни адолатли бошқариш мақсадида фикрлар хилма-хиллигига, демакки, жамоатчилик билан алоқалар масаласига жиддий эътибор билан қараганлар. Буни қатор мақоллар мисолида ҳам кўришимиз мумкин. Кўпдан кўп фикр чиқади, маслаҳатли тўй тарқамас, етти ўлчаб бир кес, оталар сўзи – ақлнинг кўзи, каби мақоллар замирида ахборот алмашмоқ, фикрлашмоқ, маслаҳатлашмоқ каби маънолар мужассам.

Жамоатчилик билан алоқалар ғояси Шарқ алломалари ижодида ҳам ўз ифодасини топганини қатор манбалардан ҳам кўришимиз мумкин. 1072 йили Маликшоҳ саройида вазирлик қилган Низомулмулкнинг фикрларига эътиборга беринг. Олим ва шоир Умар Хайём билан маслакдош бўлган Низомулмулк “Сиёсатнома” асарида шундай ёзган: “зарурат бўлмаса, олий мажлисдан ҳеч нима ёзилмайди. Фармоннинг ҳурмати ва куч-қуввати шундай бўлиши керакки, ижро этилмагунча уни ҳеч ким қўлидан қўймасин”¹⁰. Бу қадим сиёсат замирида жамоатчилик билан алоқаларнинг ўзига хос жиҳатлари акс этгани кўриниб турибди. Бу фикрлар бугун ҳам аҳамиятини йўқотгани йўқ.

Қадимда аجدодларимиз ҳам маслаҳату машварат масаласига алоҳида эътибор билан қараганлари тарихий манбаларда акс этган. Амир Темур ўз “Тузуқлари” аввалида пири Зайниддин Тойёбодийнинг мактубидан шундай парча келтиради: “салтанат ишларида тўрт нарсага амал қилгин, яъни, 1) кенгаш; 2) машварату маслаҳат; 3) қатъий қарор; 4) эҳтиёткорлик. Чунки кенгаш ва машваратсиз салтанатнинг барча қилган ишлари ва айтган гаплари

⁹ Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. –С. 5.

¹⁰ Низомулмулк. Сиёсатнома ёки сияр ул-мулк. Т.: Адолат, 1997. –Б. 77.

нотўғри бўлган жоҳил одамга қиёс қилиш мумкин; унинг айтган сўзлари ва қилган ишлари бошга пушаймонлик ва надомат келтиргай”¹¹.

Бундан тўғри хулоса чиқарган Амир Темур ўз навбатида: “давлат ишларининг тўққиз улуши кенгаш, тадбир ва машварат”¹² билан амалга оширганини таъкидлайди.

Мазкур битиклар замирида жамоатчилик билан алоқалар ғояси мавжуд бўлиб, унинг тарихий илдизлари теран асослангандир. Жамоатчилик билан алоқалар амалиёти азалдан Шарқда ҳам бўлганини шундан билиш мумкин.

Жамоатчилик фикри билан ҳисоблашиш масаласи узок йиллар турли баҳс-мунозараларга сабаб бўлгани тарихий манбаларда кўп учрайди. Бу ғояни милoddан олдин яшаган Сукрот илгари суриб, ўз шогирдларини ҳақиқатни билишга ундаган. У ҳақиқатни “баҳс орқали, суҳбат йўли билан билиш, англаш мумкин, деган, суҳбатда асосий эътиборни инсон онги ва тафаккурини таҳлил қилишга қаратиш зарурлигини айтган. Ўз даврида бу усул “Сукрот усули” деб аталган”¹³.

Бугунги кунга келиб PR жаҳон узра кенг қулоч ёймоқда. Унинг ибратомуз қирралари, бу соҳадаги илғор тажрибалар Ўзбекистон олий ўқув юртларида ҳам пухта ўрганилмоқда. Тараққийпарвар мамлакатларда ҳукумат, нодавлат ташкилотларининг фаолиятлари жамоатчилик билан алоқалар асосида ташкил этилади. Испан файласуфи ва публицисти Ортега Гассет ёзганидек, “Дунёни жамоатчилик фикри бошқаради”¹⁴. Юртимизда ҳам аксарият вазирлик ва ташкилотларнинг фаолиятлари жамоатчилик билан алоқалар асосида ташкил этилмоқда. Бугунги кунда жамоатчилик билан алоқалар масаласи ижтимоий воқеликка айланди.

Жамоатчилик билан алоқалар (PR) назарий жиҳатдан асосланиши. Юқорида баён этилганидек, Эдуард Бернайз жамоатчилик билан алоқалар самарасини кўргач, уни “жамият манфаатлари йўлидаги ҳаракатдир”¹⁵ деб

¹¹ Темур тузуклари. –Т.: Ғафур Ғулом номидаги нашриёт матбаа бирлашмаси. 1991. –Б. 14.

¹² Ўша асар. –Б.15.

¹³ Педагогика тарихи. А.Зуннунов, М.Хайруллаев ва бошқалар. –Т.: Шарқ, 2000, –Б. 175.

¹⁴ Қаранг: Холиқов Қ. Жамоатчилик фикри. //Фидокор, 2005, 28 июнь.

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

таърифлаган. Афсуски, бу фан собиқ мустабид тузум даврида бизда тан олинмади, таълим муассасаларида ўрганилмади. Бунинг сабабларидан бири, PR – асосан демократияни таъминлашга хизмат қилади. Ўша давр ҳукумати эса амалда демократия бўлишини истамас, ҳатто, бунга йўл қўймас эди. Шу боисдан PR фан сифатида тадқиқ этилмасди. Профессор Нарзулла Жўраев ёзганидек, “СССР таркибида туриб ҳеч қандай миллий раванқ, маънавий тараққиёт хусусида гапириб бўлмас эди. Чунки ёвузлик ва зўравонлик асосига қурилган бу давлат бундай интилишларга асло йўл бермас эди”¹⁶. Муаллиф америкалик адиба Эйн Реднинг қуйидаги фикрини келтиради: “Инсонни фикрсиз қулга айлантирган ёки унинг меҳнати самарасини тортиб оладиган, эркин тафаккур қилишдан маҳрум этадиган ёки ақлга зид ҳаракатларга ундайдиган жамият, мавжуд қонунлари билан инсоннинг табиий талаб-эҳтиёжлари ўртасида қарама-қаршилик келтириб чиқарадиган жамият аслида жамият деб аталишига ҳам арзимайди. У – жинойтчилар тўдаси ёки оломондир”¹⁷. Шу тариқа PRни тан олмаган ва жамоатчилик фикри билан ҳисоблашмаган комфирқа кўп нарса ютқазиб, алал-оқибат таназзулга юз тутди.

Собиқ СССР барҳам топгач, Россия ва бошқа республикаларда ҳам PRга оид китоблар чоп этилди. Ўзбекистонда ҳам PRга оид тадқиқот ва изланишлар ўз самарасини кўрсатмоқда. Эндиликда юртимиздаги олий ўқув юртларида бу фан ўзлаштирилмоқда. Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети Журналистика факультети олимлари томонидан бу борада тадқиқотлар олиб борилмоқда. Илғор фикрлар, умумбашарий ғоялар ривожланиши даврида дунёвий фанлардан бири бўлмиш PR амалиёти муҳим ўрин тутмоқда.

Ҳар бир фаннинг аввало мақсад ва вазифаларини ўрганиш зарур. PRнинг асосий мақсади – жамоатчилик билан алоқаларни йўлга қўйиш бўлса, бош вазифаси – ахборот ёрдамида омма фикрини бошқаришдир¹⁸. У

¹⁶ Қаранг: Жўраев Н. Тафаккурдаги эврилиш. Т.: Шарқ, 2001. 41-б.

¹⁷ Ўша манба, 41-б.

¹⁸ Қаранг: Мўминов Ф.А.Паблик рилейшнз: история и теория. –Т.: Ижод дунёси, 2004.–Б. 83.

ташкilotлар ва жамоатчилик ўртасида алоқа ўрнатади. Бундай алоқа фикр алмашиш, ахборот олиш ва тарқатиш, ўзаро муносабатларни мустаҳкамлаш билан изоҳланади. Ҳар бир ташкilot ва муассаса фаолияти халқнинг сиёсий, иқтисодий, маърифий ҳамда маданий ҳаётини яхшилашга қаратилган бўлиши шарт. Шу ўринда ҳам PR ўзига хос тафаккур майдонини вужудга келтирган ҳолда самарали натижаларга эришишга хизмат қилади.

Жамоатчилик билан алоқаларнинг муҳим шартларидан бири – икки томонлама фикр эшитиш. Фикр бир тарафдангина айтилса, у моҳиятан – бирёқлама, қолаверса, тарғибот бўлиб қолади. PR амалиётида ташкilot вакилларининг жамоатчилик фикрини тинглаб, хулоса чиқариши муҳим ўрин тутди.

Юртимиз истиқлоли берган неъматлардан бири – ривожланган дунёни бутун бўйи-басти билан кўриш имконига эга бўлдик. Дунё кўрган – дунё билан бўйлашар, деганларидек, бугун ривожланган мамлакатлардаги илғор тажрибалар, дунёвий фанлар, технологиялардан фойдаланиш имконига эгамиз. Ана шундай дунёвий фанлардан бири – PRдир. Ҳаёт воқелигига айланган ана шу фанни сўнгги ўн йилликлар мўъжизаси деб аташ мумкин. У бутун моҳият-эътиборига кўра – фанлараро фандир. Яъни, ҳар бир соҳада жамоатчилик билан алоқалар муҳим ўрин тутар экан, PR ўша соҳалар учун ҳам зарур фан ҳисобланади. Жамият ҳаётида муҳим ижтимоий ва бошқа фикрларни икки томонлама, яъни, бир томондан ташкilot ва иккинчи томондан жамоатчиликдан тинглашни йўлга қўйишнинг илмий асосини PR ташкил қилиши билан бу фан Ахборот хизматининг муҳим назарий асосини ташкил этади.

Ахборот хизматининг бошқа назарий асослари ҳам бор. Бу – ташкilot қайси соҳага тегишли бўлса, унга оид фанлардир. Масалан, Соғлиқни сақлаш вазирлиги ахборот хизмати ходимлари тиббиётга, Адлия вазирлиги ахборот хизмати ходимлари ҳуқуқшуносликка оид билимларга ҳам озми-кўпми эга бўлиши мақсадга мувофиқдир. (Бу эса ўша Ахборот хизматларида фаолият

кўрсатаётган журналистларнинг ихтисослашувига ҳам хизмат қилишини изоҳлашга ҳожат йўқ).

Назорат учун саволлар:

1. Ахборот хизматининг назарий асосларини қайси фанлар ташкил этади?
2. Журналистика назариясига оид қайси фанларни биласиз?
3. “Public Relations” (Паблик рилейшнз – PR, пиар) – Жамоатчилик билан алоқалар фани сифатида қандай изоҳлайсиз?
4. Фанлараро фан, деганда нимани тушунасиз?
5. Жамоатчилик билан алоқалар ғояси қадимий шарқ манбаларида қай тариқа акс этган?
6. Жамиятда жамоатчилик билан алоқалар қандай амалга оширилади?
7. Жамоатчилик билан алоқалардан асосий мақсад нима?
8. Ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини кимлар мунтазам йўлга қўйиши талаб этилади?
9. Икки томонлама фикр эшитиш жараёнини қандай изоҳлайсиз?
10. Фикр бир тарафдангина айтилиши қандай изоҳланади?
11. PRнинг бош мақсади нима?

АХБОРОТ ХИЗМАТИ ФАОЛИЯТИДА АХЛОҚИЙ МЕЪЁРЛАР

Режа:

- 1. Ахборот хизмати ходимининг ахлоқий фазилатлари жамоатчилик билан алоқаларни ривожлантиришида муҳим омил.*
- 2. Ахлоқий қоидаларнинг халқаро ва миллий асослари.*
- 3. Ташкилот ва жамоатчилик ўртасидаги ўзаро ҳурматга асосланган муносабатлар.*

Ахборот хизмати ходими маънан етук, хушмуомала, ўзгалар фикрини эътибор билан тинглаб, ҳурмат қиладиган, одобли, бамаъни бўлиши зарур. У билан бир ҳамсуҳбат бўлган киши яна мулоқот қилгиси келсин. Шунда иш фаолиятига оид фикрларни эмин-эркин сўзлашадиган бўлади. Шу тариқа мустаҳкам алоқа, ҳамкорлик ўрнатилади. PR талабига кўра – икки томонлама фикр тинглаш шу тариқа йўлга қўйилади.

Баъзи ташкилот ходимларидаги кибру-ҳаво, манманлик билан ҳеч ким муроа қилишни истамайди. Журналистга, айниқса, нуфузли ташкилотнинг ахборот хизматида фаолият кўрсатаётган масъул ходимига бундай салбий хатти-ҳаракатлар мутлақо тўғри келмайди. Ўзини бошқалардан юқори ҳис этадиган, кеккайган, қўпол ва кўрс ходимдан ҳамма йироқ юришга ҳаракат қилади. Ундан юрак ютиб бирор маълумот сўрамайди. Оқибатда ўша ахборот хизмати билан ОАВ ходимлари ўртасида жарлик пайдо бўлади. Бу эса ўз навбатида ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини чиппакка чиқариб қўйиши турган гап.

Журналистлар ва ахборот хизмати ходимларининг ижобий фазилатларга эга бўлиши масаласи – одоб-ахлоқ тушунчалари билан боғлиқ. Маълумки, фанда ахлоқни – этика, одобни – маънавиятга оид фанлар воситасида ҳам ўрганамиз.

Ахборот хизмати фаолиятида, айниқса, жамоатчилик билан алоқалар амалиётида ахлоқий меъёрлар ғоят муҳим ўрин тутди. Турли ташкилот вакиллари билан уларнинг жамоатчилиги ўртасида фикр алмашишлари маълум бир ахлоқий меъёрларга асосланади.

Ахборот хизмати назарий асосларини – жамоатчилик билан алоқалар (PR) фани ҳам ташкил этар экан, демак, PRнинг ахлоқий асосларини пухта ўрганиш мақсадга мувофиқдир.

PRда ахлоқ (этика) масаласи халқаро ва миллий касбий кодекслар билан белгиланган. Маълумки, этика – ахлоқ ҳақидаги фандир. У ижтимоий гуруҳлар, ташкилотлар, шунингдек, шахс ва жамият ўртасидаги маънавий-ахлоқий ҳамда ўзаро муносабатларни маърифий шакллантиришга хизмат қилади. Бу фан одамзотни инсоний ҳолатида сақлаб турадиган соҳалардан бири. Аристотель ва Кант замонларидан бери у икки йўналишда намоён бўлаётир. Яъни, ҳақиқий ахлоқ, ҳуқ ҳақидаги фан ҳамда иккинчиси, инсон қандай қилиб ўзини тута билиши кераклигини ўргатадиган фан.

Ахборот хизмати ходимлари ўзларининг ҳар кунги фаолиятида этика талабларига риоя қилишлари шарт. Акс ҳолда улар фаолияти муваффақиятли бўлмаслигини эса ҳаёт исботлаб турибди. Ахборот хизмати соҳасида ҳуқуқий ва ахлоқий қоидалар бир-бири билан чамбарчасдир. Ҳуқуқий қоидалар ахлоқий қоидаларни белгилайди. Этиканинг асосини ташкил этувчи маънавият, ахлоқий қарашлар жамоатчилик фикри орқали ривожлантирилади ва натижада, этикани юзага келтиради.

Жамоатчилик фикри, касб маҳорати ва жамоатчилик билан алоқалар этикасининг асоси қандай, деган саволга ахборот хизмати фаолиятида аниқ жавоб топиш мумкин. Яъни, жамоатчилик билан алоқалар – жамоатчилик фикрини ҳурмат қилган ҳолда кўп жиҳатдан унга боғлиқ бўлиб, уни шакллантиради. У ўз фаолиятини узвий равишда давом эттириши учун замин яратади. Шу ўринда касб маҳорати билимдан ташқари самимият, очиқлик, ростгўйликни тақозо этади. Ахборот хизмати ходими мураккаб шароитда

фаолият кўрсатади, мудом ташкилот обрўсини ҳимоя қилиши тақозо этилади.

Соҳа ходимининг ахлоқий қоидалари нималардан иборат, деган саволга Сэм Блэк шундай жавоб беради: “PR соҳасидаги ахлоқий муаммолар инсон фаолиятининг бошқа турларига қараганда анча мураккаб бўлиши мумкин, бироқ уларга мурожаат этиш, кўриб чиқиш ва виждонан ҳал этиш керак, зеро бу борада тайёр кўрсатмалар йўқ”¹.

Бу юқорида қайд этилган фикрлар моҳиятини чуқурроқ ўрганишга ёрдам беради. Бинобарин, жамоатчилик билан алоқалар ахлоқий меъёрлари деганда ахлоқ ва унинг моҳияти, тафаккурдаги ва энг муҳими, инсоннинг кундалик хатти-ҳаракати, унинг ўрни ва роли билан боғлиқ бўлган барча масалалар ва муносабатлар мажмуини тушуниш мумкин.

Ахборот хизмати фаолиятидаги ахлоқ – жамоатчилик билан алоқалар соҳаси ходимининг фаолиятини баҳолаш ва тартибга солиш воситасидир. Ахлоқ – инсоннинг кундалик ижтимоий фаолиятини, хатти-ҳаракатларини белгилайди ва назорат қилади. Ахлоқий тамойиллар турли-туман шаклларда ифодаланган бўлиб, ҳар бир тарихий босқичда авлодларнинг ахлоқий қарашлари билан бойигани ҳолда давом этади.

Ахборот хизмати ходимининг этикаси аниқ амалий йўналиш ва хусусиятларга эга бўлиб, жамоатчилик томонидан у шу жиҳатлари билан қабул қилинади. Ахлоқий ва ҳуқуқий меъёрларни касбий тамойиллар даражасига кўтариш зарурати PR “хизмати фаолиятининг предмети – ахборот айирбошланишнинг уйғунлашуви – бевосита ўз ичига инсонга хос ахлоқий ва ҳуқуқий муносабатларни қамраб олишини билдиради”². Демак, PRдаги этика бошқа соҳадаги этикадан маълум даражада фарқланади. Яъни, жамоатчилик билан алоқалар соҳаси ходими жамоатчилик фикрини шакллантириш пайтида муайян турдаги ахборотни бошқариш жараёнида намоён бўладиган ахлоқий фазилат ва муносабатлар PR этикасида

¹ Блэк С. Введение в публик рилейшнз. 33-35-б.

² Реклама и связи с общественностью. 2-қисм. 88-б.

кузатилади. Бу ўринда маълумотлар тўплаш, уларни саралаш ва ишлов бериш, жамоатчиликка етказиш усуллари танлаш жараёнлари таҳлил этилганда одамларнинг ҳаққоний ижтимоий тенглиги, бир-бирига эътиборли муносабатлари – жамоатчилик билан алоқалар соҳаси ходими фаолиятининг асосий принципларидан ҳисобланади.

Ахборот хизмати ходими ўз ташкилоти ва жамоатчиликни ташвишга солаётган, ўйлантираётган ҳар қандай муаммоларни ҳис эта билиши керак. Ана шунда ахборот хизмати жамоатчилик фикрини шакллантиришга хизмат қилиши мумкин. Зеро, ахборот хизмати ходими тўғри фикр билдириши ва матбуот эркинлигини ҳурмат қилиши кераклигини назариётчилар эътироф этадилар. Мутахассислар фикрича, ахлоқий ва ҳуқуқий меъёрларни касбий тамойиллар даражасига кўтариш зарурати PR хизмати фаолиятининг предмети «ахборот айирбошлашнинг уйғунлашуви – бевосита ўз ичига инсонга хос ахлоқий ва ҳуқуқий муносабатларни қамраб олишини билдиради»³. Демак, PRдаги этика бошқа соҳадаги этикадан маълум даражада фарқланади. Жамоатчилик билан алоқалар соҳаси ходими жамоатчилик фикрини шакллантириш пайтида муайян турдаги ахборотни бошқариш жараёнида намоён бўладиган ахлоқий фазилат ва муносабатлар PR этикасида кузатилади. Бу ўринда маълумотлар тўплаш, уларни саралаш ва ишлов бериш, жамоатчиликка етказиш усуллари танлаш жараёнлари таҳлил этилганда одамларнинг ҳаққоний ижтимоий тенглиги, уларнинг бир-бирига эътиборли муносабатлари – жамоатчилик билан алоқалар соҳаси ходими фаолиятининг асосий принципларидан ҳисобланади. PR ходими ўз ташкилоти, жамоатчилиги ва кенг аудиторияни ташвишлантираётган муаммоларни ҳис эта билиши керак. Аслини олганда, нафақат инсон PR фаолиятини ташкил этади, балки, пиар фаолияти ҳам инсонни шакллантиради. Зеро, PR ходими тўғри фикр билдириш ва матбуот эркинлигини ҳурмат қилиши кераклигини назариётчилар эътироф этадилар.

³ Реклама и связь с общественностью. 2-част. –М.: Дело, 2000. –С. 88.

Жамоатчилик билан алоқалар борасида ахлоқ қанчалик муҳим ўрин тутишини қатор кодекслар мисолида ҳам кўриш мумкин. Халқаро паблик рилейшнз ассоциацияси (ХПРА), Халқаро бизнес коммуникациялар ассоциацияси (ХБКА), Паблик рилейшнз Европа конфедерацияси (ПРЕК), Халқаро паблик рилейшнз ташкилоти (ХПРТ) ва бошқа ташкилотлар ҳужжатларида айнан PR этикасига оид фикрлар ўрин олган.

1974 йилда Европа Паблик рилейшнз ассоциацияси БМТ ҳузуридаги иқтисодий ва ижтимоий кенгаш маслаҳатчи органи сифатида қайд қилинган. 1955 йилда ташкил этилган Паблик рилейшнз халқаро ассоциацияси (IPRA)нинг 1961 йилда қабул қилинган "Касбий фаолият кодекси", 1978 йилда PR Конфедерацияси Бош Ассамблеяси тасдиқлаган ҳамда 1989 йил 13 майда ўзгартиришлар киритилган "PRда одоб-ахлоқ қоидалари Европа Кодекси (Лиссабон Кодекси)", 1965 йилда қабул қилинган ва 1968 йилда баъзи ўзгартишлар киритилган "Афина Кодекси"да, шунингдек, Америка газеталари муҳаррирлари жамияти (АГМЖ) "Тўғрисиўзлик ва аниқлик Кодекси", АҚШдаги давлат матбуот хизматлари ходимлари миллий ассоциацияси (ДМХМА) "Ахлоқ Кодекси"да PR ахлоқий мезон ва меъёрлари ўз аксини топган.

Бундай Кодекслар орасида 1978 йилда қабул қилиниб, 1989 йил 13 майда ўзгартиришлар киритилган "PRда одоб-ахлоқ қоидалари Европа Кодекси (Лиссабон Кодекси)" алоҳида ўрин тутди. Public Relations Конфедерацияси Бош Ассамблеяси тасдиқлаган бу ҳужжат PR ахлоқий меъёрларини белгилашда кенг қамровли эканлиги билан ажралиб туради. Унинг 1-пункти шундай бошланган: "Ушбу Кодекс талабларига жавоб берувчи ва миллий ассоциациялар қоидаларига бўйсунувчи ҳар бир профессионал аъзо PR амалиётчи мутахассиси ҳисобланади (қуйида "амалиётчи" деб ўқинг) ва Кодекс доирасида фаолият олиб боради"⁴. Бунда PR амалиётчисининг фаолияти муайян ахлоқ доирасида амалга ошиши ойдинлашади.

⁴ Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. –С. 306-311.

Кодекснинг 2-пунктида "PR амалиётчиси ўз профессионал фаолияти давомида "Инсон ҳуқуқлари Умумжаҳон Декларацияси"да кўрсатилган ахборот олиш ҳуқуқини берувчи эркин сўз ва эркин матбуот тамойилларини ҳурмат қилиши керак"лиги таъкидланади. Эътиборли жиҳати, PR амалиётчисининг меҳнати ОАВ фаолияти билан узвий боғлиқ эканлигини кўрсатади. PR ходимидан матбуот тамойилларини эътиборга олиш талаб этилмоқда.

Кодекснинг 3-пунктида "PR амалиётчиси профессионал фаолиятида адолатли эканлиги, интеллектуал салоҳияти ва бетараф эканлигини кўрсатиши даркор. У айниқса янглиштирувчи, ёлғон шарҳ ё ахборотдан фойдаланмаслиги шарт. Амалда ушбу Кодексга зид бўлган усулларни қўллашдан эҳтиёт бўлиши лозим"⁵ деб кўрсатилган. Шу ўринда PR субъекти ўзи ахборот олиш ва тарқатиш билан шуғулланувчи шахс эканлиги ҳам намоён бўлмоқда.

Ушбу ҳужжатнинг 4-пунктида "PR ҳаракатлари очик-ойдин олиб борилиши керак; улар осон уқиб олиниши, манбаси аниқ бўлиши ва учинчи шахсларни чалғитмаслиги керак"лиги⁶ уқдирилади.

Кодекснинг 5-пунктида белгиланган қоидалар ҳам эътиборга молик. "PR амалиётчиси ўзга касб ва ижтимоий алоқаларнинг бошқа соҳаларга тегишли бўлган қоидалар ва усулларни унинг касб этикасига қанчалик мослигини англаган ҳолда ҳурмат қилиши шарт. PR амалиётчиси давлатда амал қилаётган қонунларни ҳурмат қилиши, миллий одоб-ахлоқ нормаларига риоя этиши ҳамда шахсий рекламага интилишда вазмин бўлиши талаб этилади"⁷.

Шу ўринда Кодекснинг айрим пунктларига эътибор қаратиш зарур. Яъни, 15-пунктда "Жамоатчилик вакилларини алдашга қаратилган ҳар қандай ҳаракат таъқиқланади" деб кўрсатган ҳолда ҳужжат хотимасида "Кодекс бузилишига йўл қўйган амалиётчининг ўзи уни бузган"⁸ деб ҳисобланиши қайд этилган. Ахлоқ меъёрлари PRнинг раванқ топишига

⁵ Блэк С. Введение в публичное право. Ростов-на-Дону, 1998. –С. 306-311.

⁶ Ўша манба. –Б. 307.

⁷ Ўша манба. –Б. 308.

хизмат қилар экан, ҳар хил жамият гуруҳлари билан ОАВ мулоқоти – пиар ташкилотининг вазифаси"⁹ бўлиб қолади.

Бундай ахлоқий қарашлар азалдан ўзбек журналистикаси тарихида ҳам кўплаб учраши эътиборга молик. Ўзбек шоирлари орасида биринчи публицист сифатида машҳур бўлган Фурқатнинг қатор мақолаларида ҳам ана шундай илғор ғоялар илгари сурилган: "Газет муаллифиға керакким, инсофпеша ва ростандиша бўлғай. Нолойиқ ва номуносиб сўзларни газетга солмағай ва ёзғон каломидин газет ўқуғучиларға нафъ ва фойда ҳосил бўлғай..."¹⁰

Ўзаро ҳурматга асосланган муносабатларнинг асл пойдевори одоб-ахлоқ меъёрлари билан ўлчанар экан, уни ўзаро муносабатлардан тортиб, ташкилотларнинг жамоатчилик билан алоқалари жараёнида ҳам кузатиш мумкин. PR амалиётида муҳим ўрин тутадиган ахлоқ меъёрлари алоҳида Кодекс ва бошқа ҳужжатлар билан белгиланганини эътироф этган ҳолда амалда ундан самарали фойдаланиш бу соҳани дунё миқёсида ривожлантиришга хизмат қилади.

Ошкоралик, ҳақиқат, самимийлик бўлган жойдагина PR мулоқотга ва ўзаро ишончга эришиши мумкин. PR – давлат ташкилотлари, қонун чиқарувчи ҳамда ижро ҳокимияти ва жамоатчилик ўртасида алоқа ўрнатишга ёрдам беради. Инглиз олими Сэм Блэк таъбири билан айтганда: «Паблик Рилейшнз – аниқ, ҳаққоний ахборотларга асосланган, ўзаро бир-бирини тушуниш тўғрисидаги фан ва санъатдир»¹¹.

Бу борада назариётчи Валентин Корольконинг шундай сўзлари бор: «PRни хўжакўрсинга ташкил қилмаслик керак»¹². Ҳар қандай йўл билан ўзларига яхши шароит яратиш учун халқни алдаш ва омма ишончини суиистеъмол қилиш нохуш оқибатларга олиб келади. Муаллиф фикрича, "жамиятни қандайдир маълум бир муддат давомида алдаш мумкин. Бирон-

⁸ Ўша манба. –Б. 310.

⁹ Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. –С. 311.

¹⁰ Фуркат. Газет муаллифиға. //Туркистон вилоятининг газети, 1905 йил 6 апрель.

¹¹ Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. –С. 10.

¹² Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. –Киев.: Ваклер, 2001.–С. 11-12.

бир қисминигина узоқроқ алдаб юриш мумкин. Бутун жамиятни ҳар доим алдаб юриш эса ҳали ҳеч кимга насиб қилмаган»¹³. Амалий жиҳатдан олиб қаралганда, қайсики соҳада бўлмасин омма ишончини суиистеъмол қилиш қандай салбий оқибатларга олиб келгани сир эмас.

Евгений Пашенцевнинг таъкидлашича: «Паблик рилейшнз – ташкилот ва жамоатчилик ўртасидаги ўзаро ҳурматга асосланган муносабат, бир-бирини англашга хизмат қиладиган муттасил ҳаракатдир»¹⁴. Бу фикрлар хилма-хиллиги PRнинг қамрови нақадар кенглигидан далолат беради.

Ҳар бир соҳанинг аввало мақсад ва вазифаларини ўрганиш талаб этилади. PRнинг биринчи ва асосий мақсади – жамоатчилик билан алоқаларни йўлга қўйиш бўлса, бош вазифаси – ахборот ёрдамида омма фикрини тўғри шакллантириш ва бошқаришдир¹⁵. У ташкилотлар ва жамоатчилик ўртасида алоқа ўрнатади. Бундай алоқа фикр алмашиш, ахборот олиш ва тарқатиш, ўзаро муносабатларни мустаҳкамлаш билан изоҳланади. Ҳар бир ташкилот ва муассаса фаолияти халқнинг сиёсий, иқтисодий, маърифий ҳамда маданий ҳаётини яхшилашга қаратилган бўлиши шарт. Шу ўринда ҳам PR ўзига хос тафаккур майдонини вужудга келтирган ҳолда самарали натижаларга эришишга хизмат қилади.

Жамоатчилик билан алоқаларнинг муҳим шартларидан бири – икки томонлама фикр эшитиш. Фикр бир тарафдангина айтилса, у моҳиятан – бирёқлама, қолаверса, тарғибот бўлиб қолади. PR амалиётида ташкилот вакиллариининг жамоатчилик фикрини тинглаб, хулоса чиқариши муҳим ўрин тутди. Бу, кўпдан кўп фикр чиқади, деган нақлга мосдир.

Ташкилот ва журналистларнинг жамоатчилик билан муносабатлари, фикр алмашишлар жараёнида назарий асосларга ва одоб-ахлоқ меъёрлари PR талабларига мос равишда амалга ошиши ушбу амалиётнинг дунё миқёсида кенг тарқалишига, жумладан, Ўзбекистонда ҳам раванқ топишига ёрдам беради.

¹³ Ўша асар. –Б. 12.

¹⁴ Пашенцев Е.Н.Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. –М.: Р.Бук. 2001. –С. 5.

¹⁵ Қаранг: Мўминов Ф.А.Паблик рилейшнз: история и теория. –Т.: Ижод дунёси, 2004.–С. 83.

Ўзаро ҳурматга асосланган муносабатларнинг асл пойдевори одоб-ахлоқ меъёрлари билан ўлчади. Уни ташкилотларнинг жамоатчилик билан алоқалари жараёнида ҳам кузатиш мумкин. PR амалиётида муҳим ўрин тутадиган ахлоқ меъёрлари алоҳида Кодекс ва бошқа ҳужжатлар билан белгиланганини эътироф этган ҳолда амалда ундан самарали фойдаланиш бу соҳани дунё миқёсида ривожлантиришга хизмат қилади.

Сўнгги йилларда тўпланган маълумотлар PRда ҳуқуқ ва этика ўртасида чегара ўтказиш жуда қийин эканлигини кўрсатади. Бу ҳолат кузатилишига сабаб шуки, этика – ҳуқуқнинг асосий таркибларидан бири ва шунингдек ҳуқуқий меъёр кундалик ҳаётда этикага ўтиб кетади. Аммо PRнинг ҳуқуқий ва ахлоқий асослари тушунчаси мавжуддир.

Аввало, ҳуқуқий меъёр деганда – давлат жорий этган ва ҳар бир фуқаро амал қилиши, бажариши керак бўлган қонун, ҳуқуқ меъёрлари акс эттирилган ҳужжатларга – Конституция, қатор қонунлар, кодекслар, фармойишлар киради. Қонунни бажармаслик эса ҳуқуқий демократик жамиятда – жиноят қилиш билан баробардир.

Айтайлик, журналистика – ижодий соҳа. Бироқ, у ҳам қонунларга, ҳуқуқий меъёрларга асосланади. Журналистика соҳасига бевосита тааллуқли бўлган қонунлар мавжудлиги ҳақида юқоридаги мавзуда атрофлича сўз юритилди.

Журналистикани жамоатчилик билан алоқаларсиз тасаввур этиш қийин. Жамоатчилик билан алоқалар журналистикада энг яхши, қулай ва самарали алоқалардан ҳисобланади. Шу боисдан “Босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликлари Хартияси”, “Босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликлари журналистларининг ахлоқ-одоб кодекси”да белгиланган ахлоқий меъёрлар бевосита ташкилотларнинг ахборот хизматларига ҳам тааллуқлидир.

Ахборот хизмати ходими пухта билимга эга бўлиши лозим. Бу билимлар (у ўқиши зарур бўлган адабиётлар) орасида донишмандларнинг одоб-ахлоққа ва маънавиятга оид асарлари ҳам алоҳида ўрин тутиши зарур. Зеро, инсоний

фазилатлар, ширин сўзлар ва ёқимли одобу ахлоқ билангина инсонлар қалбига йўл топиш, шу тариқа жамоатчилик билан алоқаларни тобора ривожлантириб бориш мумкин.

Назорат учун саволлар:

1. Ахборот хизмати ходимининг ахлоқий фазилатлари қандай бўлиши керак?
2. Ахлоқий қоидаларнинг асослари қайси ҳужжатларда акс этган?
3. Ташкилот ва жамоатчилик ўртасидаги ўзаро ҳурматга асосланган муносабатларни қандай изоҳлайсиз?
4. РРда ҳуқуқ ва этика ўртасида қандай боғлиқлик мавжуд?
5. Ҳуқуқий меъёр деганда нимани тушунасиз?
6. РРдаги этиканинг ўзига хос хусусиятлари нималардан иборат?
7. Жамоатчилик билан алоқалар борасида ахлоққа оид қайси кодекс ва ҳужжатларни биласиз?
8. Ахлоқий ва ҳуқуқий меъёрлар деганда нимани тушунасиз?

АХБОРОТ ХИЗМАТИ ФАОЛИЯТИДА ОШКОРАЛИК

Режа:

- 1. Ошкораликнинг назарий ва ҳуқуқий асослари.*
- 2. Жамият тараққиётида, ижтимоий-сиёсий ҳаётида ошкоралик.*
- 3. Жамиятда ошкораликни таъминлашда Ахборот хизматининг ўрни.*

Ҳуқуқий демократик давлат сиёсатида ошкоралик ва сўз эркинлиги ғоят муҳим ўрин тутди. Улар ҳар қандай мамлакат тараққиётининг асосий омили ҳисобланади. Мустақил тараққиёт йўлидан дадил бораётган юртимизда ҳам замонавий бошқарувнинг турли жабҳаларида, шунингдек, турли ташкилот ва муассасалар раҳбарлари маънавий дунёсида ошкораликнинг ўрни бекиёсдир. Демократияга ошкораликсиз эришиб бўлмаслигини ҳаётнинг ўзи исботлаган. Демократия ҳуқуқий пойдеворида эга бўлгани каби ошкораликнинг ҳам қонуний асослари яратилиши, у давлат сиёсатида ўз ифодасини топиши зарур. Ўзбекистон давлат мустақиллигига эришганидан буён юртимиз тараққиёт босқичида демократия ва ошкоралик алоҳида ўрин эгаллаётганини эса қатор қонунлар ва ҳукумат қарорлари мисолида кўришимиз мумкин.

Ошкоралик ўзи нима, деган саволга мухтасар жавоб, яъни, бу атаманинг таърифи, мазмун-моҳияти, мамлакатимиз ижтимоий-сиёсий фаолиятидаги ўрни "Ўзбекистон миллий энциклопедияси"нинг 6-жилдида шундай баён этилган: "Ошкоралик – демократиянинг зарур шarti; жамоатчиликка муассасалар, ташкилотлар ва мансабдор шахслар фаолиятига оид барча маълумот, хабарларни билиш, муҳокама ва назорат этиш учун рўйи-рост эълон қилиш. Турли даражадаги раҳбарларнинг жамоатчилик билан эркин мулоқотлари, савол-жавоблари ва бунда оммавий ахборот воситалари имкониятларидан кенг фойдаланиш, цензурага йўл қўйилмаслик ошкораликни таъминлашга хизмат қилади"¹.

¹ Ўзбекистон миллий энциклопедияси. –Т.: 2003. – 6-жилд, 613-б.

Демократик жамиятда ошкоралик қонун ҳужжатларида ўз аксини топмаса, у ижтимоий воқеликка айланиши жуда мушкул. Республикамизда ошкораликнинг пойдевори аввало қатор қонунларда, Юртбошимизнинг маърузаларида қайд этилгани, ҳукумат қарорларида ўз ифодасини топгани унинг давлат сиёсатида қанчалик муҳим ўрин тутаётганини кўрсатади.

Жилғалар бирлашиб ирмоқларга айлангани, ирмоқларлар эса улкан дарёни ҳосил қилгани мисол қонун чиқарувчи ҳокимият ва давлат сиёсати ҳам дастлаб миллионлаб одамларнинг сайловларда иштирок этишидан бошланади. Ҳар бир фуқаро овоз бериш йўли билан депутатларни ҳамда давлат раҳбарини сайлаб олади. Демак, сиёсатнинг ибтидоси сайловлар экан, ошкоралик ҳам худди ўша жабҳада бошланиши тақозо этилади.

Ўзбекистон Республикасининг "Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисига сайлов тўғрисида"ги қонуни 6-моддаси "Сайловга тайёргарлик кўриш ва уни ўтказишдаги ошкоралик", "Ўзбекистон Республикасининг референдуми тўғрисида"ги қонуни 7-моддаси "Референдумга тайёргарлик кўриш ва уни ўтказишда ошкоралик"², деб номланганиданок бу жараёнда ошкораликка нечоғли эътибор билан қаралаётганини англаш мумкин.

Жамият тараққиётида демократик сайловлар қанчалик аҳамиятга эга эканлиги барчага яхши маълум. "Барчангиз хабардорсиз, сайлов арафасида мен сайловчилар ҳамда аҳолининг турли қатламлари вакиллари билан кўплаб учрашув ва суҳбатлар ўтказдим,— деб таъкидлади Юртбошимиз Шавкат Мирзиёев Олий Мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқида.— Ана шундай очик мулоқотларда билдирилган амалий таклифлар, қонуний талаблар, уларни амалга ошириш учун кўрилган аниқ чора-тадбирлар, очиғини айтаман, мен учун яна бир катта ҳаётий мактаб бўлди. Ана шу учрашув ва суҳбатларнинг якуний хулосалари мамлакат Президенти

² Қаранг: Ўзбекистон Республикасининг "Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисига сайлов тўғрисида"ги қонуни. —Т.: Ўзбекистон, 2004. 6-б.; Ўзбекистон Республикасининг "Ўзбекистон Республикасининг референдуми тўғрисида"ги қонуни. —Т.: Ўзбекистон, 2001. 5-б.

лавозимидаги ўта муҳим ва масъулиятли фаолиятимда мен учун дастурий қўлланма бўлиб хизмат қилади"³.

Сайлов тизимидаги ошкоралик ўз навбатида – қонун чиқарувчи ҳокимият фаолиятида изчил давом этмоқда. Буни қатор қонунлар, ҳукумат қарорлари мисолида ҳам кўриш мумкин. Ўзбекистон Республикасининг "Ўзбекистон Республикаси қонунларини тайёрлаш тўғрисида"ги қонуни 3-моддасида шундай ёзилган: "Қонун лойиҳаларини тайёрлаш ошкоралик, жамоатчилик фикрини ўрганиш ва ҳисобга олиш асосида, Олий Мажлис депутатларининг, партия фракцияларининг (блокларининг), давлат органлари ва жамоат бирлашмаларининг иштирокида амалга оширилади"⁴. Қонун лойиҳалари умумхалқ муҳокамаси асосий принциплари Ўзбекистон Республикасининг "Қонун лойиҳаларининг умумхалқ муҳокамаси тўғрисида"ги қонуни 3-моддасида қуйидагича белгиланган: "ихтиёрийлик; тенглик; ошкоралик; ҳамма учун очиклик; эркин фикр билдириш"⁵.

Жамиятда ошкораликни таъминлаш осон кечмайди. Унга тўсқинлик қиладиганлар учраб туриши сир эмас. Бироқ, қандайдир тўсқинлик бор экан, деб қўл қовуштириб ўтириш ҳам ярамайди. Бургага аччиқ қилиб, кўрпага ўт қўйиш – ошкораликни таъминлаш йўлидаги саъй-ҳаракатларни чиппакка чиқариб қўйиш билан баробар. У ҳолда нима қилмоқ керак, деган саволга қонуний, илмий нуқтаи назардан жавоб топиш ягона тўғри йўлдир! Ана шундагина амалда ҳақиқий ошкораликка эришиш мумкин. Ошкоралик моҳияти – жамоатчилик фикри билан ҳисоблашган ҳолда иш юритиш демак.

“Эл-юртимизнинг эзгу орзу-истакларини рўёбга чиқариш, бу йўлда ғов бўлиб турган турли тўсиқларни, бюрократизм, лоқайдлик, таъмагирлик, коррупция каби салбий иллатларни дадиллик билан кўтариб чиқиб, уларга қарши мурасасиз жамоатчилик фикрини шакллантиришни ўз касби, ўз

³ Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон, демократик ўзбекистон давлатини мард ва олижаноб халқимиз билан бирга курашимиз. – www.uza.uz, 14.12.2016.

⁴ Қаранг: Сайдов А.Х., Кўчимов Ш.Н. Қонунчилик техникаси асослари. –Т.: Адолат. 2001. 130-б.

⁵ Қаранг: ўша тўплам, 2001. 157-б.

⁶ Мирзиёев Ш.М. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига. – www.uza.uz, 27.06.2017.

ҳаётининг маъно-мазмуни деб биладиган журналистларни мен ҳақиқий журналист деб ҳисоблайман,— деб таъкидлади Президентимиз Шавкат Мирзиёев.— Албатта, барчамиз яхши тушунамиз, бунинг учун оммавий ахборот воситалари вакилларида нафақат профессионал билим ва малака, ҳаётӣ тажриба, ўз сўзи учун масъулият ҳисси, айнаи вақтда юксак гражданлик позицияси, маънавий жасорат ҳам талаб этилади. Бундай мақсадга эришиш учун оммавий ахборот воситаларига қонунчилик нуқтаи назаридан, моддий-техник, ўқув-услубий таъминот нуқтаи назаридан янада кенг имкониятлар яратиб беришимиз керак”⁶. Дарҳақиқат, жамиятда, унинг замонавий бошқарув тизимида ошкораликни таъминлаш, жамоатчилик билан алоқаларни такомиллаштиришда журналистларнинг ана шу саъй-ҳаракатлари жамият бошқаруви тизимида ўз самарасини кўрсатиши шубҳасиз.

Жамиятда ошкораликни таъминлашга қаратилган муҳим ҳужжатлардан бири — Ўзбекистон Республикасининг “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида”ги қонуни бўлганини алоҳида қайд этиш лозим. Қонуннинг 4-моддаси “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти очиқлигининг асосий принциплари” деб номланади. Унда давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти очиқлигининг асосий принциплари қуйидагича белгиланган:

улар томонидан тақдим этиладиган ахборотдан ҳамманинг фойдаланиши мумкинлиги, унинг ўз вақтида берилиши ва ишончлилиги;

улар фаолиятининг ошкоралиги ва шаффофлиги;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни излаш, олиш ва тарқатиш эркинлиги;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти тўғрисида ахборот тақдим этишда фуқароларнинг ўз шаъни ва кадр-қимматини тажовузлардан, ўз шахсий ҳаётига аралашувлардан ҳимоя қилишга бўлган ҳуқуқлари ва

қонуний манфаатларига, шунингдек фуқаролар ва юридик шахсларнинг ўз ишчанлик обрўсини ҳимоя қилишга бўлган ҳуқуқларига риоя этиш.

Қонуннинг “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклигини таъминлаш усуллари” деб номланган 11-моддасида давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклигини таъминлаш усуллари қуйидагилардан иборат қилиб белгиланган:

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни эълон қилиш (чоп этиш);

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни уларнинг расмий веб-сайтларида жойлаштириш ва янгилаб бориш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни ҳамма кириши мумкин бўлган хоналарга ва жойларга жойлаштириш ҳамда янгилаб бориш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни ахборот-кутубхона ва архив фондлари орқали тақдим этиш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг очик ҳайъат мажлисларида ахборотдан фойдаланувчиларнинг ҳозир бўлиши учун шароитлар яратиш;

ахборотдан фойдаланувчиларнинг сўрови асосида уларга давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида оғзаки ва ёзма шаклда (шу жумладан электрон ҳужжат шаклида) ахборот тақдим этиш.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклигини таъминлаш қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа усуллар билан ҳам амалга оширилиши мумкин.

Замонавий бошқарув ва раҳбар маънавияти ҳақида сўз борганда давлатимиз раҳбарининг ушбу фикрларини теран нигоҳ билан ўрганиш зарур: “Жамиятимиз ҳаётида демократик принципларни мустаҳкамлашда оммавий ахборот воситалари муҳим ва таъсирчан омил ҳисобланади. Бу борада чинакам профессионал замонавий журналистикани шакллантириш,

хусусан, нодавлат оммавий ахборот воситаларини, ахборот ва таҳлилий Интернет сайтларни молиявий қўллаб-қувватлашга эътибор қаратиш, бунинг учун алоҳида давлат фондини тузиш мақсадга мувофиқ,— деб таъкидлади Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2017 йил 22 декабрь куни Олий Мажлисга Мурожаатномасида.— Бугунги кунда юртимизда 1 минг 500 дан зиёд оммавий ахборот воситаси фаолият кўрсатмоқда. Улар мулк шакли, йўналиши, ахборот узатиш воситаларига кўра турличадир. Ўз-ўзидан равшанки, уларнинг барчасига юқори малакали кадрлар керак”⁷.

Хўш, замонавий бошқарувда ошкораликни таъминлаш, қонунлар ҳаётий ва амалиёт билан узвий боғлиқ бўлиши учун нима қилмоқ керак, деган навбатдаги саволга жавоб топишга тўғри келади. Бу муаммонинг ечими жамоатчилик фикрини ўрганиш билан изоҳланар экан, қонун лойиҳаларини "жойларда (вилоятларда ва ҳоказо) кенг муҳокама қилиш; парламент ўқишлари; илмий жамоатчилик ва манфаатдор вазирликлар, идоралар ва бошқа ташкилотларнинг вакиллари иштирокида бевосита қонун чиқарувчи органда ўтказиладиган кенгашларда муҳокама қилиш; тайёргарлик комиссияларининг кенгайтирилган мажлислари; оммавий ахборот воситаларида муҳокама қилиш; лойиҳа юзасидан илмий-тадқиқот муассасаларининг тақризини олиш”⁸ ва ҳоказолар қонун лойиҳаларини муҳокама қилишда ошкораликни таъминлаш имконини яратади.

Ижтимоий-сиёсий ҳаётда ошкоралик — тараққиётнинг муҳим омили ҳисобланади. Бу ҳокимият тузилмалари фаолияти устидан жамоатчилик назоратини кучайтириш билан боғлиқ муаммодир. Бундай назорат аниқ механизмларга таяниши талаб этилади. "Бу механизмнинг асосини учта муҳим тамойил — қонунийлик, танқид муҳити ва ошкоралик ташкил этади,—

⁷ Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. —Т.: Ўзбекистон, 2018 й. 36-б.

⁸ Қаранг: Ўзбекистон Республикасининг қонун чиқарувчи ҳокимияти: сохта вакилликдан ҳақиқий парламентаризмга қадар. —Т.: Ўзбекистон, 2001. 205-б.

⁹ Қаранг: Ўзбекистон жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ қилиш йўлида. —Т.: Академия. 2005. — 115-120-бетлар.

деб ёзади мутахассислар.— Ошкоралик жамоатчилик назоратини ўрнатиш учун муҳим иқлим яратишини алоҳида таъкидлаш зарур"⁹. Шунини алоҳида қайд этиш жоизки, инсон ҳуқуқлари ва эркинликларини, сўз ва матбуот эркинлигини, шунингдек, ошкораликни, жамиятда ўтказилаётган ислохотларнинг очиклигини таъминлайдиган демократик тамойилларни сўзда ёки қоғозда эмас, амалий ҳаётда жорий қилиш зарур. Чунки, жамиятда ошкоралик ва очикликни таъминлаш масаласи жамоатчилик фикрини ўрганиш усул-услубларининг қай даражада ривожлангани билан ҳам бевосита боғлиқ эканлиги барчага маълум.

Мамлакатимиз тараққиёти йўлида амалга оширилаётган энг муҳим вазифалардан бири — фуқаролик жамиятини ривожлантириш йўлидаги саъй-ҳаракатлардир. Бу вазифани амалга оширишда аввало нодавлат ва жамоат ташкилотларининг аҳамиятини янада кучайтиришни тақозо этади. Зеро, "Кучли давлатдан — кучли фуқаролик жамияти сари" тамойилини ҳаётга жорий этишда ҳам ошкоралик сиёсатининг ўрни бекиёс. Бу борада ахборот соҳасини жадал ривожлантириш, оммавий ахборот воситалари — матбуот, радио-телевидение фаолиятини эркинлаштириш фуқаролик жамияти асосларини барпо этиш жараёнининг узвий таркибий қисмига айланиши зарур эканлиги тегишли адабиётларда кўп бора таъкидланган.

Фуқаролик жамияти сари одимлар эканмиз, бу йўлда ижтимоий-иқтисодий жараёнлар билан боғлиқ кўп масалаларни ижобий ҳал этишда жамоат, нодавлат нотижорат ташкилотларининг ролини ошириш, хусусий сектор фаолиятини ривожлантириш тақозо этилади. Бунинг учун аввало жамиятимизни янада демократлаштириш, фуқаролик институтларини такомиллаштириш, халқимиз сиёсий фаоллигини юксалтиришдек муҳим вазифаларни ҳал этиш ҳаётий заруратга айланади. Республика миқёсидаги бу улкан вазифаларни ижобий ҳал этишда эса биринчи галда ошкораликни таъминлаш талаб этилади.

Ошкоралик асосан матбуот эркинлиги билан чамбарчас боғлиқ экан, мамлакатимизда бу борада ҳам қонун устуворлиги кўзга яққол ташланади. Яъни, Ўзбекистон Республикасининг "Оммавий ахборот воситалари тўғрисида"ги қонуни (янги таҳрири) 5-моддаси "Оммавий ахборот воситалари эркинлиги" деб номланган бўлиб, унинг иккинчи банди қуйидагича: "Ҳар ким, агар қонунда бошқача қоида назарда тутилмаган бўлса, оммавий ахборот воситаларида чиқиш, ўз фикри ва эътиқодини ошкора баён этиш ҳуқуқига эгадир"¹⁰.

Қонун ижроси билан кучли. Бироқ, ўша ижрони ким таъминлаши керак, деган ҳақли савол туғилади. Айтиш мумкинки, ҳар бир соҳада фаолият кўрсатаётган мутасаддиларгина тегишли қонунларда белгиланган вазифаларни бажаришлари тақозо этилади. Юқорида зикр этилган матбуот эркинлигини таъминлаш асосан журналистлар, ОАВ ходимлари зиммасига тушишини изоҳлашга ҳожат йўқ. Ҳақиқий демократик матбуот кўрсатма асосида яшай олмаслиги ҳақида айтилган фикрлар амалда ўз ифодасини топиши зарур. Бу ўз навбатида жамиятда замонавий бошқарувни янада такомиллаштиришга хизмат қилиши шубҳасиз.

Ҳар бир вазирлик, ташкилот ва муассасанинг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантириш давр талабига айланди. Бу идоралар таркибида Ахборот хизматлари ташкил этилиши улар фаолиятида ошкоралик сиёсатини амалга оширишда муҳим омил ҳисобланади. Айни пайтда юртимизда фаолият кўрсатаётган сиёсий партиялар, нодавлат нотижорат ташкилотлари ва бошқа идораларда ҳам шундай тузилмалар ана шу муҳим вазифани амалга оширишга хизмат қилмоқдалар.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, мамлакатимизда ошкоралик қонуний асосларда қанчалик ўз аксини топса, у жамиятни замонавий бошқаришни янада такомиллаштиришга ва раҳбар маънавиятини юксалтиришга хизмат қилаверади.

¹⁰ Ўзбекистон Республикасининг "Оммавий ахборот воситалари тўғрисида"ги қонуни (янги таҳрири). – www.lex.uz

Назорат учун саволлар:

1. Ошкоралик деганда нимани тушунасиш?
2. Ошкораликнинг назарий ва ҳуқуқий асослари қай манбаларда акс этган?
3. Жамият тараққиётида, ижтимоий-сиёсий ҳаётида ошкораликнинг ўрни қандай?
4. Жамиятда ошкораликни таъминлашда Ахборот хизмати қандай ўрин тутади?
5. Ошкоралик тўла таъминланиши учун идора ва ташкилотларда қандай вазифалар амалга оширилиши зарур?
6. Ошкораликнинг моҳиятини қандай изоҳлайсиз?
7. Ошкоралик матбуот эркинлиги билан боғлиқ жиҳатларини қандай изоҳлайсиз?
8. Қандай ҳолларда ошкоралик тўлиқ таъминланиши мумкин?
9. Ошкоралик таъминланган ёки таъминланмаган жамиятларни қандай қиёсий таҳлил қила оласиз?

АХБОРОТ ХИЗМАТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШДА НАЗАРИЯ ВА АМАЛИЁТ УЙҒУНЛИГИ

Режа:

- 1. Ахборот хизматини ташкил этиш.*
- 2. Ахборот хизматининг моддий базаси.*
- 3. Ахборот хизматида вазифаларнинг тақсимланиши.*

Ташкилотда Ахборот хизматини ташкил илмий ташкил этиш самарали бўлади. Бунинг учун авало унинг қуйидаги базасини яратиш зарур:

Биринчиси, “Ахборот хизматининг Низоми” ишлаб чиқилиши ва ишни шу Низом асосида ташкил этиш зарур. Ташкилот биносида Ахборот хизмати учун алоҳида хоналар ажратилиши ва уларда стол-стуллар, бошқа зарур жиҳозлар билан бир қаторда факсли телефон, компьютер (принтер ва сканери билан), телевизор, радио, видео, видеокамера, диктофон ва бошқа ашёлар бўлиши зарур. (Қайсики ташкилотнинг Ахборот хизмати бошқа бинода жойлашган бўлса, у кутилган даражада фаолият кўрсата олмайди).

Иккинчиси, Ахборот хизматига ушбу ихтисосликка эга бўлган кадрлар ишга қабул қилиниши мақсадга мувофиқдир. Жумладан, журналистикадан беҳабар, таҳририят, ахборот агентликлари, радио ва телевидение ишини тушунмайдиган шахс ахборот хизматида фаолият кўрсата олмайди. Айни пайтда PR назарияси ва амалиётини пухта билган журналист Ахборот хизмати фаолиятини ривожлантиришга самарали ҳисса қўшиши мумкин.

Ахборот хизматида қанча ходим ишлаши уни ташкил этган ташкилотга боғлиқ. Жаҳон амалиётида ҳар бир ташкилотда камида уч нафардан ўн беш кишигача ишлаши маълум. Қатор ривожланган мамлакатларнинг етакчи ташкилотларида ҳатто 50 нафаргача ходим ишлаши кузатилган. Ҳар бир ходимнинг ўз вазифаси бор. Яъни, бири – газета-журналларни, иккинчиси – радиони, учинчиси – телекўрсатувларни, тўртинчиси – интернетни мунтазам

кузатиб боради ва ташкилотга оид зарур ахборотларни тўплаш (ва шу йўл орқали жамоатчилик фикрини ўрганиш) билан шуғулланадилар. Айни пайтда улар ОАВ ёрдамида ўз ахборотларини тарқатиб борадилар.

Республикаимизнинг қатор етакчи ташкилотларида асосан уч нафардан ходим фаолият кўрсатмоқда. Яъни, ахборот хизмати раҳбари, катта референт ва оператор. (Ахборот хизмати масъул ходимлари бошқача номланиши ҳам мумкин).

Учинчиси, Ахборот хизмати ходимлари республикаимиз етакчи газета-журналларини мунтазам кузатиб бориш имконига эга бўлиши лозим. Бу борада ташкилотга обуна йўли билан келадиган нашрларнинг тахламлари иложи борица Ахборот хизмати хонасида туриши мақсадга мувофиқдир.

Ахборот хизмати раҳбари – ташкилот раҳбарининг матбуот котиби ҳисобланади. У барча масалаларда ташкилот раҳбари билан бевосита мулоқот қилиб, бу соҳада унинг маслаҳатчиси бўлиб хизмат қилади.

Матбуот котиби ташкилотнинг ахборот хавфсизлигини таъминлашга масъулдир. У матбуот анжуманларида, брифингларда ҳамда ОАВ вакиллари билан суҳбатларда ташкилот раҳбари номидан гапириши, турли саволларга жавоб бериши, ахборот тарқатиши, раддия бериши мумкин. Бу ишларнинг барчаси ташкилот раҳбари билан келишилган ҳолда қилиниши шарт.

Ахборот хизматини ташкил этиш ва унинг фаолиятини йўлга қўйиш масаласини ҳар бир вазирлик, идора ва муассаса ўзининг тегишли Низоми ва бошқа норматив ҳужжатлари асосида ҳал этади. Фақат, уни ташкил этиш ва фаолиятини такомиллаштиришда назарий манбаларга, илғор тажрибаларга таянган ҳолда иш тутиш мақсадга мувофиқдир.

Ахборот хизмати фаолиятини ривожлантириш борасида халқаро тажрибаларни изчил ўрганиб бориш мақсадга мувофиқдир. АҚШдаги Халқаро коммуникация ва ташқи алоқалар институти мутахассиси Маргерит Салливан “Масъул ахборот хизмати” тўпламида баён этилган айрим фикрлар билан танишамиз.

“Ҳамма фойдалана олиши мумкин бўлган ахборотсиз ёки уни олиш усулларига эга бўлмаган халқ ҳукумати майнавозчилик ё фожиага, ёхуд ҳар иккисига дебочадан бўлак нарса эмас”.

“Одамларга воқеалардан хабардор бўлиш имконини берсангиз, мамлакат хавф-хатардан ҳоли бўлади”.

“Ғоялар оқими, мулоҳазакор қарорлар қабул қилиш қобилияти, танқид қилиш имконияти – сиёсий демократия суянадиган барча асослар кўп даражада ахборотга боғлиқ”.

“Ҳукуматнинг халқ билан алоқаси бутун тизимининг маркази – жамоатчилик билан алоқа бўйича ахборот хизматидир. Ҳукумат ахборот хизмати – ОАВ ҳукумат фаолияти тўғрисида кунда ахборот берадиган канал”.

“Ҳукуматлар ихтиёрида жуда катта ҳажмда ахборот бўлиб, улар учун ушбу ахборотни фуқароларга етказишнинг самарали усули зарур, шундагина ҳукумат ахборот хизмати вакили саҳнага чиқади. Бу одам ҳукумат ичида ишловчи репортёр каби, жамоатчилик учун ахборот тўплайди”.

“Ахборот хизмати ходими журналистлар билан қалбдан, бироқ профессионал муносабатда бўлиши керак. Репортёрлар ўз ишини қилиши, сизлар, ахборот хизмати вакиллари эса, ўз ишингизни қилишингиз даркор. Сизлар репортёрлар билан дўст бўлишингиз мумкин, бироқ журналистлар ҳам худди ўзиларингиз каби доим хизматдалигини ёдда тутишингиз керак”.

“Матбуот котибининг иши президент позицияси ва фикрларини унга ўзининг кейинги ишларини аниқроқ режалаш имконини берадиган, айтилиш вақтида ҳукумат нима билан шуғулланаётганини билишда матбуотга кўмаклашадиган қилиб баён этишдан иборат. Бу – айтилиш вақтида икки жанобга хизмат қилишда эҳтиёткорлик билан мушкулларни енгишга имкон берадиган, усталик билан мувозанатлаштирилган фаолият”.

“Ахборот хизмати вакилларининг профессионал алоқалари дўстона, бироқ шахсий алоқалари кескин бўлиши мумкин. Репортёр мураккаб саволлар берадиган, сизга ёқмайдиган репортажни ёзишга ёки эфирга

узатишга тўғри келадиган вақт келиши мумкин. Сиз дўстликка умид боғлай олмайсиз. Доим нимадир – ё дўстлик, ёки профессионал муносабатлар зиён кўради. Бироқ сиз профессионал муносабатда бўлишингиз зарур. Сиз репортёрни таклиф қилиб: “Сен бу воқеани чиндан ҳам кўпиртириб юборибсан”,– дея олиш имкониятига эга бўлишингиз керак”.

“Яхши матбуот котиби янгилик тизимида ишлайдиган ҳар қандай қонуний ташкилотнинг ахборот тўғрисидаги ҳар бир сўровини, ҳатто: “Мен бу масалага кейинроқ қайтаман” деган бўлса-да, қондириши шарт. Оддий хушмуомалалик асосий қоида бўлиб хизмат қилиши даркор. Гарчи ушбу дамда матбуот душманларча отланиб турган бўлса ҳам, улар ахборот тарқатиш учун керак бўлиб қоладиган вақт келади. Шундай дам келганда улар кимдан қарздор эканликларини унутишмайди”.

“Ахборот хизматида ҳукуматнинг садақаси ёки унинг таъсирчанлик кўрсаткичи сифатида эмас, балки эркин жамият табиатидан ва давлатнинг фуқарога муносабатидан келиб чиқадиган нарса сифатида қараш керак. Демократия шароитида ҳукумат учун, у қандай бошқараётгани тўғрисидаги ахборотни оммага етказишдан ҳам кўра нима табиийроқ бўлиши мумкин? Демократик жамиятда матбуот билан мулоқот, бу – бурч!”¹

Ахборот хизмати фаолиятини йўлга қўйиш ва ривожлантиришда асқотадиган бу фикрларни амалиётда қўллаш фойдадан ҳоли бўлмайди. Гарчи, ҳаётий тажрибалар, ўзига хос кузатишлар натижасида “амалиёт учун сабоқ” тарзида айтилган бўлса-да, бу фикрлар моҳиятан назарий илм хазинасини бойитиши шубҳасиздир. Аслида назарий илмлар ҳам шу аснода такомиллашишини изоҳлашга ҳолат йўқ.

Ривожланган мамлакатларнинг етакчи ташкилотларида ахборот хизмати ижтимоий воқеликка айланиб кетган. Ўша давлатлардаги оммавий ахборот воситалари ҳукуматга дахлдор бўлган энг муҳим ахборотларни айнан ўша идора ахборот хизмати орқали олади. Бу жараёнда шундай йўл тутиш ҳар

¹ Қаранг: Салливан М. Масъул ахборот хизмати. <http://usinfo.state.gov>. Б. 7-10

томонлама самарали ҳисобланади. Ахборот хизмати орқали ахборот олишда ОАВ ходими учун талай қулайликлар пайдо бўлади.

Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги принципи ва кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни 8-моддаси иккинчи бандида: “Давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари, жамоат бирлашмалари ва бошқа нодавлат нотижорат ташкилотлари ҳамда мансабдор шахслар қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ҳар кимга ўзининг ҳуқуқлари, эркинликлари ва қонуний манфаатларига дахлдор бўлган ахборот билан танишиб чиқиш имкониятини таъминлаб беришга, мақбул ахборот ресурслари яратишга, фойдаланувчиларни фуқароларнинг ҳуқуқлари, эркинликлари ва мажбуриятларига, уларнинг хавфсизлигига доир ҳамда жамият манфаатларига тааллуқли бошқа масалалар юзасидан ахборот билан оммавий тарзда таъминлашга мажбурдирлар”² деб белгилаб қўйилган.

ОАВ ходими бирор вазирликдан ахборот олиш мақсадида ташриф буюрса, кимга мурожжат этиши керак? Эндиликда бу муҳим вазифани ҳал этадиган масъул ходим – матбуот котибидир.

Матбуот котиби журналистнинг ҳар томонлама тўлиқ ахборот олиши учун барча шароитларни яратиб бериши шарт. У ташкилот раҳбарининг ахборот бериши учун ҳам қўмаклашиши лозим.

Айтиш жоизки, пиар соҳасидаги фанлар дастлаб журналистика факультетларида ўқитила бошланган. Демак, бу соҳанинг ўзи маълум даражада ОАВ билан ишлашга ихтисослашган.

Матбуот котиби ҳар қандай вазиятда ОАВ ходимларининг саволларига асосли жавоб бериши зарур. У журналистлар билан мулоқот ва учрашувлар, матбуот конференциялари уюштиришда ташкилотчилик қобилиятига ҳамда маҳоратига эга бўлиши лозим.

² Ўзбекистон Республикасининг "Ахборот эркинлиги принципи ва кафолатлари тўғрисида"ги Қонуни. //Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. –Т.: Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги, 2008. Б. 43-44.

Матбуот котиби тегишли қонунларни, ҳукумат қарорларини пухта билиши ва амалиётда уларни тўла-тўқис қўллай олиши лозим. Соҳа бўйича тўла билим ва тасаввурга эга бўлган матбуот котиби барча масалаларни ташкилот мутасаддилари билан бамаслаҳат амалга ошириши мақсадга мувофиқдир.

Назорат учун саволлар:

1. Ташкилот ва муассасаларда Ахборот хизмати қандай ташкил этилади?
2. Ахборот хизматининг моддий базаси қандай яратилади?
3. Ахборот хизматида вазифалар қандай тақсимланади?
4. Назария ва амалиёт уйғунлиги деганда нимани тушунасиз?
5. Ахборот хизмати раҳбари – ташкилот раҳбарининг матбуот котиби ҳисобланишини қандай тасаввур этасиз?

АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ ВАЗИФАЛАРИ (ФУНКЦИЯЛАРИ)

Режа:

- 1. Ахборот тўплаш ва тарқатишида Ахборот хизмати ва ОАВнинг ўзига хос жиҳатлари.*
- 2. Ахборот хизматининг асосий вазифалари.*
- 3. Амалиётда “PR хизмати” ва “Ахборот хизмати” атамаларини синоним сифатида ҳам қўлланилиши.*

Ахборот хизмати билан ОАВ ходимларининг умумий вазифалари бор. Булар: ахборот тўплаш ва тарқатишдир.

Бу жиҳатдан уларни рақобатдош, дейиш ҳам мумкин.

Фақат, бу вазифаларни улар турли усуллар билан амалга оширади. ОАВ ходимлари ҳар доим ҳаёт билан ҳамқадам бўлиб, энг зарур ахборотларни тўплашга ва уларни тезкорлик билан тарқатишга ҳаракат қиладилар.

Ахборот хизмати эса ўрни келганда шундай тезкорлик билан тарқатиши мумкин (масалан, сайловлар даврида Марказий сайлов комиссияси Ахборот хизмати ўта тезкорлик, ҳозиржавоблик билан муҳим ахборотларни тарқатади). Бошқа пайтларда кўпроқ вазминлик, сермулоҳазалик билан иш юритиши мақсадга мувофиқдир. Чунки, Ахборот хизмати ташкилотнинг маълумотларини аниқ, асосли, муҳим жиҳатларини таҳлил этган ҳолда тақдим этиши талаб этилади.

Ахборот хизматининг ўзига яраша бошқа вазифалари (функциялари) ҳам бор, албатта. Булар ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини йўлга қўйиш билан боғлиқ вазифалардан.

Жамоатчилик билан алоқалар (яъни, PR) Ахборот хизматининг назарий асосларидан бири ҳисобланиши ҳақида юқоридаги мавзуларда батафсил тўхталган эдик. Яна шуни эслаш ўринлики, назариётчилар фикрича, PRнинг 500 дан ортиқ талқини бор. Соҳа мутахассиси Георгий Почепцов бу масалага

шундай ойдинлик киритган: “Бизда PR хизмати эмас, айнан ахборот хизмати, деб аташ мақсадга мувофиқдир”¹.

Демак, амалиётда “PR хизмати” ва “Ахборот хизмати” атамаларини синоним сифатида ҳам қўллашимиз мумкин.

Модомики, PR хизмати ва Ахборот хизматини уйғун ҳолда тушуниш мумкин экан, уларнинг принциплари ҳам бир-бири билан чамбарчасдир. Бу принципларни америкалик олимлар Даг Ньюсом, Алан Скотт, Жадй Ванслаик Турк “PR: жамоатчилик билан алоқаларнинг самарадорлиги” китобида кенг шарҳлаганлар². Назарий ва амалий жиҳатдан қаралганда ушбу принциплар Ахборот хизмати фаолиятида муҳим ўрин тутди. Яъни:

– Ахборот хизмати ходими жамоатчилик билан алоқалар жараёнида ҳар бир фактнинг аниқ ва тўғрилигини билишга эришиши лозим.

– Жамоатчилик билан алоқалардан асосий мақсад – идоравий манфаатлар эмас, жамоатчилик манфаати. Ахборот хизмати ходимлари фақат идора манфаатларини кўзлаб иш қилсалар, жамоатчилик эътиборидан тушиб қолишади. Сўнг, жамоатчилик уларни ҳеч қачон қўллаб-қувватламайди, фаолияти билан қизиқмайдилар ва улар билан алоқада бўлмайдилар.

Биринчи ўринда жамоатчилик манфаатларини ўйлаш керак. Ўшанда ҳам бу идора ўз мақсадига тўлиқ эришмайди. Чунки, жамоатчилик шу идоранинг ахборотини эшитади, қабул қилади ва шу информация доирасида иш қилади.

– Жамоатчилик билан алоқалар ўрнатаётган ташкилот ўз фаолияти давомида шундай иш қилиши керакки, унинг дастурлари жамоатчиликда катта қизиқиш уйғотсин. Ахборот хизмати жамоатчиликка шунини кўрсата олиши керак. Яъни, жамоатчилик шу ташкилот фаолиятига қизиқсагина унга эътибор беради. Акс ҳолда, у ҳақда етарлича ахборот ёки маълумотга эга бўлмаса, жамоатчилик унга эътибор қилмай қўяди.

– Ахборот хизмати ходимлари бутун фаолиятларини ОАВ билан ҳамкорлик асосида йўлга қўйиши зарур. Улар ОАВ ходимларига ҳеч қачон

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

² Қаранг: Newsom D, Scott A, Turk J.V. This is PR. The Realities of Public Relations. – Belmont, California, 1993. Б. 37-53.

нотўғри, ишончсиз маълумот бермаслиги лозим. Агар радио, телевидение ёки газетага хато маълумот берса, бундан жуда катта зарар кўради.

– Ҳар қандай ахборотга аудитория бирдан тушунмаслиги мумкин. Аудиторияда кимдир эшитади, кимдир қулоқ солмайди, кимдир нотўғри тушунади, кимдир тушунишни ҳам истамайди. Шунинг учун Ахборот хизмати ходими мулоқотни икки томонлама ташкил этиши керак. Яъни, бирор ахборот тарқатилдими, унинг натижаси билан қизиқиши зарур. Ўша ахборотни жамоатчилик тушуниб олдими? Тушунган бўлса, қай даражада ҳис этди? Керак бўлса, сўров ўтказиш, жойларга бориб, учрашувлар уюштириш, одамлар билан юзма-юз суҳбатлашиш лозим. Хатлар орқалими, телефон ёки бошқа воситалар ёрдамида, барибир, атрофлича ўрганиши керак. Жамоатчилик фикрини ўрганиш илми ва амалиётини Ахборот хизмати ходими яхши билиши тақозо этилади.

– Ахборот хизмати жамоатчилик билан алоқаларни йўлга қўяр экан, шу алоқа самарали бўлиши учун жамоатчиликнинг ижтимоий фикрини муттасил ўрганиб бориши керак. Ахборот хизмати ходими ижтимоий фикрнинг ичига кириб бориши зарур. Одамлар нима ҳақида ўйлаяпти, уларнинг фаолияти ҳақида қандай фикрларга эга ва ҳоказолар ҳақида аниқ билиши даркор.

Кенг аудитория турли тоифа кишиларидан иборат бўлиши мумкин, яъни, мактаб ўқувчилари, талабалар, зиёлилар, ишчилар, деҳқонлар ва бошқа касб эгалари. Уларнинг савияси, тушуниш даражаси ҳар хил бўлади. Ахборот хизмати ходими ҳаммага тушунарли, оммабоп сўзлар, иборалар билан халқона тилда гапириши, ахборот тарқатиши зарур. Бу жараёнда ҳар бир аудиторияга мос равишда сўз юритиш ижобий самара беради. Аудиторияни илмий жиҳатдан пухта ўрганган киши амалда унга мос муомала қилади.

– Ахборот хизмати соҳасида фаолият кўрсатган киши катта ишончга сазовор бўлади. Бу жамоатчиликнинг ижтимоий вазияти илмий тадқиқ этилган, синалган усуллар билан ўрганиш ҳосиласидир. Социология, ижтимоий психология усуллари ҳамда бошқа фанлар билан жамоатчиликни

ва ижтимоий вазиятни ўрганиб, ўша тўплаган билим ва тажрибалари асосида ҳаракатлар дастурини яратиши мумкин.

Бу борада ҳаёлпарастлик, паришонхотирлик қилиш, ҳар хил ҳис-ҳаяжон ва бошқа ҳавойи гаплар кетмайди. Аниқ илмий ёндашув керак. Бунинг учун энг аввало жамиятни, жамоатчилик фикрини ўрганиш шарт.

Жамоатчилик билан алоқалар шундай мураккаб фанки, унда тарих, фалсафа, социология, педагогика, сиёсатшунослик, этика, эстетика ва ҳоказо фанлар мужассамдир. Мазкур фанлар бир-бири билан жуда чамбарчас. Демак, Ахборот хизмати ходимлари биринчи галда соҳага оид фанларни ҳам пухта билиши лозим. У камида тўрт-беш соҳани билиши талаб этилади. Акс ҳолда у Ахборот хизмати ходими, шу соҳанинг мутахассиси бўлиши жуда қийин.

– Жамоатчилик фикрини ўрганиш учун энг аввало одамларни нималар қизиқтиришини кузатиш зарур. Хўш, одамлар қанақа ахборотларга қизиқади? Бу масалада, керак бўлса, Ахборот хизмати ходимининг ўзи жамоатчиликда бирор фикр уйғотиши мумкин. Фикр уйғондими, энди у одамларнинг фикрлари билан янада бойийди.

– Ахборот хизмати ходими бошқарув тизими, функциялари ва бошқа жиҳатларини билиши лозим.

– Жамоатчилик билан алоқаларнинг муҳим йўналишларидан бири бу – ижтимоий тафовутларни аниқ билиш зарур. Ижтимоий инқирозларнинг олдини олиш, имкон қадар ўша инқирозларга йўл қўймаслик лозим.

– Ахборот хизмати раҳбари – ташкилот раҳбарининг Матбуот котиби ҳисобланади. Унинг вазифалари жуда кўп. Биринчи галда у маданиятли, одобли, хушмуомала бўлиши зарур. Ҳар қандай вазиятда ҳам одамларни тушунишга ҳаракат қилиши лозим. Шу тариқа у жамоатчилик қалбига йўл топа олади. Қалбига йўл топилган одамларнинг фикрини ўрганиш мушкул бўлмайди.

Назариётчи Дмитрий Ольшанский ёзганидек, “журналист пиармен учун таъсир ўтказишнинг энг самарадор ёрдамчиси, воситачиси ва шу билан бирга унинг яқин дўстидир”³.

Ахборот хизматининг муҳим вазифаларидан бири – ижтимоий фикрни ўрганиб бориш ва ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини йўлга қўйишдир. Шу вазифани уддалаётган Ахборот хизматлари билангина ОАВ ходимлари ҳам ҳамкорлик ўрнатишга интилади.

Журналист бирор ахборотга эга бўлмоқчи бўлса, у аниқ ва ишончли манбага суянишни истади. Бу борада ташкилотнинг Ахборот хизмати унга ишончли ахборот манбаи бўлиб хизмат қилади.

Шуни айтиш жоизки, ОАВ ходими талаб қилган ахборотни тақдим этиш ахборот хизматининг асосий вазифаларидан бири ҳисобланади. Ахборот тўплаш ва тарқатиш борасида ОАВ ва Ахборот хизматининг ҳамкорлиги амалда жамият тараққиётига хизмат қилади. Ташкилотлар ўз жамоатчилиги билан мустаҳкам алоқа ўрнатишида Ахборот хизмати етакчи ўрин тутди.

Агар Ахборот хизмати мухбирларга зарур ахборотни бермаса, телефон қўнғироқларидан қочса, нотўғри иш қилган бўлади. Бундай масъулиятсизлик салбий оқибатларга олиб келиши мумкин. ОАВ ва Ахборот хизмати ўртасида қандайдир “жарлик” бўлмаслиги лозим.

Ахборот хизматининг вазифаларидан яна бири – ташкилот имижини яратиб боришдир. Ташкилот имижини яратишда унинг фаолияти ҳақида аниқ ва кенг қамровли маълумотлар, ахборотлар ёритиб бориши ғоят муҳимдир. Бу борада Ахборот хизмати ўз ташкилоти ҳақида асосан ижобий ахборотлар тарқатишга ҳаракат қилади. Одамлар қайсики соҳа, ташкилот ё маълум бир шахслар ҳақида қанча кўп маълумотга эга бўлса, уларнинг кўз олдида у манфаат келтирадиган соҳа ё ташкилот, жозибали ё ибратли шахс сифатида намоён бўлаверади. Демакки, унинг шунга яраша имижини яратилади.

³ Ольшанский Д. Политический PR. СПб.: –М.: Питер, 2003. Б. 438.

Ахборот хизматининг фаолияти аввало истиқболли режага асосланиши зарур. Бундай режани ишлаб чиқиш ва амалга ошириш учун биринчи галда мазкур ташкилот жамоасида Ахборот хизматига нисбатан тўғри муносабатни шакллантириши лозим.

Бу ўринда дастлаб ташкилот раҳбариятининг Ахборот хизматига бўлган эътиборини кучайтиришга эришиш мақсадга мувофиқдир.

Бундай муносабатнинг таркибий қисмлари қуйидагича бўлиши мумкин:

- жамоатчилик билан алоқалар соҳасига доимо эътибор бериб туриш;
- соҳа мутахассислари билан доимо маслаҳатлашиб туриш;
- муҳим қарорлар қабул қилишда уларнинг оқибатларини эътиборга олиш;
- ички (ташкилотники) ва ташқи жамоатчилик билан икки тарафлама алоқаларни қўллаб туриш;
- эълон қилинган режаларни амалга ошириш;
- жамоатчилик билан алоқалар учун ўз мақсадларини аниқлаб олиш.

Бугунги ахборотлашган жамиятда ҳар бир ташкилот жамоатчилик билан алоқаларни Ахборот хизмати орқали такомиллаштириб бориши мумкин. Шунинг учун ташкилот раҳбарлари Ахборот хизматига ижобий муносабатда бўлиши талаб этилади.

Ташкилот раҳбари ва Ахборот хизмати раҳбари ўртасида доим самимий ва ишонарли муносабат бўлиши зарур. Кўп идораларда Ахборот хизмати раҳбари идора бошлиғининг ахборот технологиялари ё жамоатчилик билан алоқалар бўйича ўринбосари ҳисобланади. Бундай расмий мақом ахборот хизмати учун ўз вазифаларини муваффақиятли бажаришга имкон беради.

Ахборот хизмати ташкилотнинг режаларини ОАВ, пировардида, халқ учун очиб қўяди, бу эса унинг ишлари жамият ҳаётида қандай акс этиши мумкинлигини тушунишга ёрдам беради.

Ахборот хизмати ходими ўзбек тили билан бир қаторда рус, инглиз ва бошқа дунёвий тилларни мукамал билиши лозим. Ахборот хизматининг вазифалари ҳақида мутахассислар кўп фикрларни илгари сурган.

“Матбуот котибининг вазифалари барчага маълум,— деб ёзади назарийчи Дмитрий Ольшанский “Политический PR” асарида.— Яъни, матбуот котиби энг аввало сиёсатчининг ОАВ билан алоқаларини йўлга қўйиши, фикрини, нуқтаи назарини, баҳосини ва ниҳоят режаларини содда ва тушунарли ифода этиб бериши зарур. Унинг вазифалари бешта асосий қисмга бўлинади:

1. Матбуот котиби журналистлар билан ўзига хос тарзда эркин мулоқотга кириша олиши зарур. Ҳатто ўзгалар орасида бўлса ҳам иложи борича ўзини яхши тутиши лозим.

2. Матбуот котиби ўз иш берувчисини ОАВ ходимлари билан мулоқотга киришишни ўргатиши лозим. Шундагина бу алоқалар доим мустаҳкамланиб, ривожланиб боради ва шунга яраша яхши самара беради.

3. Матбуот котиби раҳбарининг таржимаи ҳолидан яхши хабардор бўлиш баробарида унинг келгусидаги тактик ва стратегик режаларидан воқиф бўлиб юриши айниқса шу соҳада жуда муҳимдир.

4. Матбуот котиби сиёсат бобида етук таҳлилчи бўлиши керак. У сиёсий ҳаётдаги барча жараёнларни тезкорлик билан тушуниб, чуқур идрок этиб, мағзини чақа олиши ва зарур пайтда ҳар қандай вазифани моҳирлик билан уддалай олиши лозим.

5. Матбуот котиби гарчи қанчалик муҳим вазифаларни бажармасин, у доимо камтар, камсуқум бўлиши ва “ўз ўрнини билиши” лозим. Чунки у иккинчи даражали шахс ҳисобланади. Биринчи ўринда эса ҳамиша унинг раҳбари туради”⁴.

Муаллиф ўз асарида Наполеоннинг машҳур сўзларини келтиради, яъни: “душманлик руҳи билан суғорилган битта газета мингта найзадан хавфлироқ. Тўртта ана шундай газета юз минг аскарга эга бўлган қўшиндан кўра кўпроқ зафар келтириши мумкин”⁵. Бу ҳақиқат айниқса жамият ҳаёти учун хосдир. Лекин, ташкилот етакчиларининг газетага (ахборот агентликлари, радио ва телевидениега ҳам) бўлган муносабатини матбуот котиблари таъминлайди.

⁴ Ольшанский Д. Политический PR. СПб.: –М.: Питер, 2003. –С. 480.

Демак, “битта ноқобил матбуот котиби минглаб найзадан кўра хавфлироқ! Билъакс, битта иқтидорли ва омадли матбуот котиби, бу – бир неча иттифоқчи дивизия билан тенг. Энг муҳими шуки, айнан матбуот котиби сиёсий PRда асосий шахс ҳисобланади”⁶.

Ахборот хизматлари фаолияти ҳақида илғор мамлакатларда ўрганилган тажрибалар ҳақида сўз юритганда журналист Тошпўлат Раҳматуллаевнинг “Америка журналист нигоҳида” китобидаги ушбу фикрлар эътиборга моликдир: “Ҳар куни бир вақтда АҚШ давлат департаменти матбуот котиби журналистлар учун брифинг ўтказар экан. Эрталаб соат 4⁴⁵ да ахборот хизмати ходимлари газета, ТВ материалларини таҳлил қилишга киришади. Интернет кўздан кечирилади. Шундай таҳлил асосида шу куннинг энг долзарб муаммолари аниқланади ва брифингда журналистлар томонидан берилиши мумкин бўлган саволлар рўйхати тузилади. Ушбу материалларни олгач, матбуот котиби Пентагон, ҳарбий разведка, Марказий разведка бошқармасига мурожаат этиб, айти пайтда нималар ҳақида очиқ гапириш мумкину нималар ҳақида мумкин эмаслигини маслаҳатлашиб олади”⁷.

Ўрганилган тажрибалардан келиб чиққан ҳолда Ахборот хизмати ходимлари кундалик фаолиятида амалга оширишлари зарур бўлган вазифаларни қуйидагича белгилаш мумкин:

1. Ҳар кунги газеталарни, телекўрсатувларни ва интернетни эътибор билан кузатиб, радиоэшиттиришларни тинглаб бориши зарур. ОАВда ўз ташкилотига оид мавзулар ёритилса, албатта уни (газета, журнал, радио ёки телевидение канали, интернет сайтини), вақтини, муаллифини, сарлавҳаси ва асосий фикрини ёзиб олиш лозим.

2. Ўша мавзулар ҳақида аниқ фактлар асосида маълумотнома ёзиб, шу билан бир қаторда айти вақтда журналистларни, жамоатчилик вакилларини қизиқтираётган саволларни тузиб, ташкилот раҳбарига тақдим этиши шарт. Шунини айтиш жоизки, ташкилотга тегишли танқидий мақолалар, матбуот

⁵ Ўша асар, 479 б.

⁶ Ўша асар, ўша жойда.

⁷ Раҳматуллаев Т. Америка журналист нигоҳида. –Т.: Янги аср авлоди, 2003. –Б. 36.

орқали билдирилган таклифлардан ташкилот раҳбари беҳабар қолса, ахборот хизмати ходими ўз вазифасини тўлақонли бажармаган ҳисобланади.

3. Кеча тақдим этилган саволлар, таклифларнинг жавобини раҳбаридан сўраш, натижасини билиши зарур. Пировардида, раҳбари билан келишган ҳолда ОАВдаги танқидий мақолаларга жавоблар ёзиш (яъни, кўрилган чоратadbирлар ҳақида аниқ фактлар асосида), мабодо, ўша танқид асоссиз бўлса, унга раддия ё тегишли тартибда асосли жавоб хати йўллаши лозим.

4. ОАВда билдирилаётган талаб, таклиф ва истаклар асосида вақти-вақти билан ташкилот мутасаддилари ва журналистларнинг “давралар суҳбатлари”ни уюштириб туриши зарур.

5. Ташкилотнинг вилоят, шаҳар ва туманлардаги ҳудудий бошқармалари орқали жойлардаги жамоатчилик фикрини ўрганиб, тегишли хулосаларини раҳбари эътиборига ҳавола этиб бориши лозим.

6. Ахборот хизмати тегишли ташкилотига ОАВ, жумладан, интернет ёки оддий хат ва ҳатто телефон орқали берилган саволларга ўз вақтида (иложи борида ўша кунгач) аниқ жавоб қайтариши шарт.

7. Ривожланган давлатлардаги соҳага оид янгиликларини интернет ва бошқа ахборот воситалари орқали ўзлаштириб, бу ҳақдаги хулосаларини ёзма равишда ташкилот раҳбари эътиборига ҳавола этиб бориши мақсадга мувофиқдир.

8. Турдош ёки бир-бирига яқин ташкилотлар ахборот хизматлари билан мунтазам алоқада бўлиш, бир-бирларининг тадбирларида иштирок этиш, айрим анжуманларни биргаликда ўтказиб туриши мақсадга мувофиқдир.

9. Вақти-вақти билан матбуот конференцияси, брифинглар уюштириб туриши зарур.

10. Қайсики Ахборот хизмати ходими ташкилот фаолиятини ОАВда узвий равишда ёритиб бормаса, унинг фаолияти сустлашиб қолаверади.

Ҳар бир идора ва ташкилотда Ахборот хизмати фаолиятини муттасил такомиллаштириб бориш учун ишни аввало илмий ташкил этиш зарур.

Назарий билимлардан, мутахассисларнинг тегишли тавсияларидан унумли фойдаланиш амалиётда фақат ижобий натижалар беради.

Назорат учун саволлар:

1. Ахборот тўплаш ва тарқатишда Ахборот хизмати ва ОАВнинг ўзига хос жиҳатларини қандай изоҳлайсиз?
2. Ахборот хизматининг асосий вазифалари нималардан иборат?
3. “PR хизмати” ва “Ахборот хизмати”нинг фарқи нимада?
4. Ахборот хизмати ходимларининг асосий вазифалари нималардан иборат?
5. Ахборот хизмати ходими ҳар бир фактнинг аниқ ва тўғрилигини қандай аниқлайди?
6. Жамоатчилик билан алоқалардан асосий мақсад нима?
7. Идоравий манфаатлар деганда нимани тушунасиз?
8. Ахборот хизмати жамоатчилик манфаати учун хизмат қилишини қандай изоҳлайсиз?
9. Жамоатчилик ахборотни тўлиқ тушуниб етиши учун Ахборот хизмати ходими қандай йўл тутмоғи керак?
10. Жамоатчилик билан алоқалар самарали бўлиши учун Ахборот хизмати нималарга эътибор қаратиши лозим?

ТАШКИЛОТНИНГ ЖАМОАТЧИЛИК БИЛАН АЛОҚАЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ ЎРНИ

Режа:

- 1. Ташкилотнинг жамоатчилигини аниқлаб олиши ва ўрганиши.*
- 2. Жамоатчилик фикрини ўрганиши усуллари.*
- 3. Ташкилот фаолиятига оид ахборотлар ўрганилиши.*

Ташкилотнинг жамоатчилиги деганда кимлар, аҳолининг қайси қатлами назарда тутилади? Жамоатчилик билан алоқаларни ривожлантиришда аввало ҳар бир ташкилотнинг жамоатчилигини аниқлаб олиши зарур. У қандай аниқланади, деган саволга оддий кузатишлар орқали жавоб топиш мумкин.

Одамлар қайсики соҳа истеъмолчиси бўлса, улар ўша соҳа ё тизимнинг жамоатчилиги ҳисобланади. Масалан, Қишлоқ хўжалиги вазирлиги жамоатчилиги – деҳқонлар, боғбонлар, чорвадорлар, соҳа олимлари ва бошқа манфаатдор кишилардир.

Шифохонага тушган беморлар шак-шубҳасиз Соғлиқни сақлаш вазирлиги жамоатчилигини ташкил қиладилар. Беморлардан ташқари соғлом кишилар ўртасида тиббиёт ходимлари тушунтириш ё профилактик ишларни амалга оширяптими, демак, ундан манфаатдор одамлар ҳам вазирлик жамоатчилиги ҳисобланади.

Мактаб ўқувчилари ва қолаверса уларнинг ота-оналари республика Халқ таълими вазирлиги ҳамда вилоят, шаҳар, туман бошқармалари жамоатчилиги ҳисобланади.

Талабалар ва ота-оналари – Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг жамоатчилигини ташкил этадилар.

Демак, фуқаро қайсики соҳадан манфаатдор бўлса, у республика, вилоят, шаҳар ва туманларда шу соҳа мутасадди ташкилотларининг жамоатчилиги ҳисобланади.

Айни пайтда инсон ҳар куни турли ташкилотларнинг жамоатчилигига айланиши ҳам табиий. Айтайлик, у маҳалласида – ўша ҳудуддаги фуқаролар йиғини жамоатчилиги ҳисобланади. Автобусга чиққанида автотранспорт ташкилоти, дўконга кирганида савдо ташкилоти, телефонда сўзлашганида алоқа тармоғи ва ҳоказо ташкилотларнинг жамоатчилигига айланаверади.

Шу ўринда “жамоатчилик” билан “жамоа аъзоси” деган тушунчаларга ҳам ойдинлик киритиш зарур. Юқорида, инсон қайсики соҳа истеъмолчиси бўлса, у ўша соҳа жамоатчилиги ҳисобланади, дедик. Айни пайтда муайян соҳада фаолият кўрсатаётганлар ҳам ўша ташкилот жамоаси аъзоси, ҳам унинг жамоатчилиги бўлади. Масалан, таълим муассасасида фаолият кўрсатаётган ўқитувчи биринчи галда ўша муассаса жамоаси аъзосидир. Жамоа аъзоси – масъул ходим сифатида аввало ўша таълим муассасаси топшириқларини бажаради. Иккинчи жиҳатдан, у ҳам жамоатчилик вакили бўлиши ва юқори ташкилоти (вазирлиги, қўмитаси, уюшмаси) фаолиятига ўз муносабати, таклифларини билдиришлари мумкин.

Эътибор берган бўлсангиз, оддий милиция ходимларининг кийим-бошларида Ички ишлари вазирлиги эмблемаси ва унинг тагида “ИИВ” деган ёзув бор. Бу – ўша ходимнинг ИИВ тизими ходими деган маънони англатади. Демак, милиция ходими аввало ИИВ тизими (жамоаси) аъзоси ҳисобланиб, вазирлик буйруқларини, топшириқларни бажаради.

Тажрибали милиция ходимидан соҳани янада ривожлантиришга оид фикр сўрасангиз, у ўз билим ва тажрибаларидан келиб чиққан ҳолда таклифлар билдириши мумкин. Бу ўринда у шу соҳа жамоатчилиги қатори муносабат билдирган ҳисобланади. Айтиш жоизки, ҳар бир соҳани ривожлантиришда тажрибали мутахассис-кадрларнинг фикрлари ғоят қимматлидир.

Ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини йўлга қўйишга хизмат қиладиган ахборот хизмати аввало ўша жамоатчиликни аниқлаб олиши ва муттасил равишда уларнинг фикрларини ўрганиб бориши лозим.

Ҳар бир ташкилот ўз жамоатчилиги билан кучли. Ўша кучга амалда эришмоғи учун ахборот хизмати биринчи галда ташкилот фаолиятига оид ахборотларни муттасил оммага етказиб туриши зарур. Шу билан бир қаторда жамоатчиликнинг тегишли соҳалар ҳақидаги фикрларини ўрганиб, ундан ташкилот мутасаддиларини хабардор қилиб боришлари лозим. Ахборот хизматининг асосий вазифаларидан бири шу.

Одамларнинг фикрлари, таклифларини ўрганиб бормаган ёки безътибор қолдирган, улар билан етарли даражада алоқа ўрнатмаган ташкилот фаолияти заифлашиб, суस्ताшиб қолаверади.

Жамоатчилик билан алоқаларда энг муҳими – ҳақиқатни гапириш. Агар Ахборот хизмати ходими ташкилот номидан ёлғон хабар тарқатса, унга зарар келтиради. Одамлар рост билан ёлғоннинг фарқини яхши англаб етадилар. Саломга қараб алик, деганларидек, алдамчилик қилганларга одамлар ишонмай қўяди. Ишончдан қолган ташкилотга нисбатан муносабатлар ижобий бўлиши қийин. Башарти, ёлғон хабар тарқатган шахс хатосини англаб етган тақдирда нима қилмоғи керак? Албатта, ўша хатосини тан олиб, халқдан кечирим сўраши зарур. Қайси ОАВ орқали ёлғон хабар тарқатган бўлса, айнан ўша орқали узрини айтиши лозим. Бағри кенг халқ кечиримли бўлади, унга имкон беради.

Қайсики ташкилот жамоатчилик билан алоқаларни узвий равишда йўлга қўймаса, унинг фаол жамоатчилиги бўлмайди. Яъни, одамлар уни ташкилот сифатида тан олмайди, зарур пайтда қўллаб-қувватламайди.

Жамоатчилик билан алоқалар одамларни ишонтириш санъати билан амалга оширилади. Ишончга қандай эришилади? Бунинг усули оддий. Яъни, одамларга эътиборли бўлиш, уларга берилган ваъданинг устидан чиқиш, ишини амалда кўрсатиш, сўзини исботлаш орқалигина халқнинг ишончига сазовор бўлиш мумкин. Айтиш жоизки, жамоатчилик эътиборини муттасил қозониб келаётган ташкилотлар талайгина. Таассуфки, фаолияти ҳаминқадар, жамоатчилик билан алоқалари қоникарсиз ташкилотлар ҳам йўқ эмас...

Қайсидир ташкилотнинг жамоатчилигини кўпсонли фуқаролар ташкил этадилар, бошқасини эса нисбатан камроқ. Биз бу борада кенгроқ тасаввурга эга бўлиш мақсадида жамоатчилиги бутун мамлакатимиз халқи, ҳатто, чет эллардаги элчиларимиз ва хорижда таълим олишаётган ватандошларимизгача ташкил этадиган олий вакиллик органимиз — Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси жамоатчилиги билан танишамиз.

Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 76-моддасида: “Ўзбекистон Республикасининг Олий Мажлиси олий давлат вакиллик органи бўлиб, қонун чиқарувчи ҳокимиятни амалга оширади”¹ деб белгиланган. Ривожланган мамлакатлар парламентлари фаолиятида жамоатчилик билан алоқалар муҳим ўрин тутди. Буни “парламент” сўзининг луғавий маъноси — французча “парле” — баҳс-мунозара, “мент” — жой, ўрин деган маънони англатишидан ҳам англаш мумкин. “Олий вакиллик органлари бир неча мамлакатларда, жумладан, Англия, Франция, Италия, Канада, Бельгияда тўғридан-тўғри парламент деб аталади”².

Жамоатчилик билан алоқалар ҳар бир депутат, қолаверса, бутун Олий Мажлис фаолиятида у ёки бу шаклларда намоён бўлади. У ОАВда ўз аксини топади. Матбуотдаги жамоатчилик баҳс-мунозараси орқали хилма-хил фикрлар аниқланади. Бу билан мақбул таклифлар ўрганилиши учун замин яратилади. ОАВ парламентнинг жамоатчилик билан алоқаларини йўлга қўйишга ҳам хизмат қилади. Унда бир томондан, парламент фаолияти, депутатларнинг фикр-мулоҳазалари, ўтказиладиган тadbирлар ёритилса, иккинчи томондан, жамоатчилик фикри мунтазам равишда ўз ифодасини топади. “Ҳар бир публикация, ҳар бир босма материал, ҳар бир босма сўз маълум бир аниқ мақсадларни назарда тутаётган, мувофиқлаштирган дастурнинг қисми бўлиши зарур”³, деб ёзади PR соҳаси назариётчилари.

¹ Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. —Т.: Ўзбекистон, 2010. Б. 14.

² Азизхўжаев А., Ҳусанов О., Азизов Х. Конституциявий ҳуқуқ. —Т.: Академия, 2001. Б. 76.

³ Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Назария ва амалиёт. —М.: Вильямс, 2003. Б. 323.

⁴ Инсон ҳуқуқлари Умумжаҳон декларациясига шарҳлар. —Т.: Адолат, 1999. Б.51.

⁵ Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. —Т.: Ўзбекистон, 2003. Б. 8.

Парламент фаолияти қонунлар чиқариш билан бир қаторда жамоатчилик билан алоқалари жараёнида ҳам намоён бўлади. Бу ваколатлар эса тегишли қонун ҳужжатларида белгилаб қўйилган.

Инсон ҳуқуқлари Умумжаҳон декларацияси 21-моддасида: “Ҳар бир инсон бевосита ёки эркинлик билан сайланган вакиллари воситасида ўз мамлакатини бошқаришда иштирок этиш ҳуқуқига эгадир”⁴ деб ёзилган. Шунга монанд Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 32-моддасида “Ўзбекистон Республикасининг фуқарolari жамият ва давлат ишларини бошқаришда бевосита ҳамда ўз вакиллари орқали иштирок этиш ҳуқуқига эгадирлар”⁵, деб белгилаб қўйилган.

Демак, ҳар бир фуқаро ўз тақдирини ўзи белгилаш масаласи тегишли ҳуқуқий ҳужжатларда акс этган. Қонун чиқарувчи ҳокимият мамлакатимизда сайловлар йўли билан шаклланар экан, айтиш мумкинки, Олий Мажлиснинг жамоатчилиги – барча сайловчилар, шунингдек, ўша сайловчилар ортида турган оила аъзолари (сайлов ёшига етмаган ўғил-қизлар, вақтинча сайлов ҳуқуқидан маҳрум этилган шахслар) ҳамдир.

Қиёсан олиб қарайдиган бўлсак, жамоатчилик бу – табиат. Табиат бағрида инсон яшайди. Жамоатчилик бағрида ташкилот, соҳа яшайди. Шу нуқтаи назардан қаралганда қонун чиқарувчи ҳокимият ўз жамоатчилиги билан кучли. Ўша жамоатчиликка ахборот етказиб тура олиши билан кучли.

Депутатлар вақти-вақти билан ўз сайловчилари билан учрашадилар. Улар учрашувда Олий Мажлис Қонунчилик палатаси депутати ёки Сенати аъзоси сифатида парламент фаолияти ҳақида сўз айтиши маълум.

Шу билан бир қаторда улар жамоатчилик фикрларини ўрганадилар. Ҳар бир сайловчи қонун чиқарувчи ҳокимият фаолиятига ўз депутати орқали дахлдор. Парламент томонидан қонун лойиҳаси эълон қилинишидан тортиб, унинг муҳокамасида аҳолининг деярли барча қатламлари иштирок этади.

Жамоатчилик билан алоқалар мамлакат қонун чиқарувчи ҳокимиятининг функцияларидан бирига айланган.

Олий Мажлис Қонунчилик палатаси қўмиталари ва комиссиялари қонун лойиҳаларини ишлаб чиқадилар, ишчи гуруҳлари тузиб, ўз хулосаларини берадилар, қонунчилик ташаббуси ҳуқуқига эга бўлган субъектлар томонидан киритилган қонун лойиҳаларини сессияда кўриб чиқишга жиддий тайёргарлик кўрадилар ва муҳим қарорлар тайёрлашда иштирок этадилар. Кўриниб турибдики, бу жараёнларда жамоатчилик билан ҳар томонлама алоқалар ўрнатилади.

Ишчи гуруҳлари, мутахассислар жалб этилиши, уларнинг фаолиятлари тўғрисида ОАВ орқали кенг жамоатчиликка ахборот берилиши, қолаверса, ўша қонун лойиҳаларининг матбуотда эълон қилиниши, муҳокама этилиши – жамоатчилик билан алоқаларнинг ўзига хос кўринишидир. Олий Мажлис қўмиталари ва комиссиялари ўз фаолиятларини (жойларда ўтказиладиган мулоқотлар, суҳбатлар, турли тадбирлар орқали) халқ билан узвий алоқада амалга оширмоқда.

Назарий жиҳатдан олиб қаралганда, пиарменнинг аудитория билан муносабатлари – унинг фаолиятида асосий йўналишлардан биридир. Ушбу муносабатлар ҳам халқаро ва идоравий, турли кодекслар томонидан тартибга солинади. Идоравий манфаатлар билан адолат манфаатларини уйғунлашган ҳолида кўзланган умумий мақсадга эришиш мумкин.

Жамоатчилик билан алоқалар жараёнида парламент ҳам, бошқа ташкилот ҳам ўз фаолиятининг самарасини ошириш мақсадида Ахборот хизмати орқали ахборот тарқатиб бориши муҳимдир. Бу ахборот мақсадли равишда амалга оширилади.

Қонунчилик ҳокимияти ролини ва таъсирини кучайтириш аҳолининг мамлакат ижтимоий ва сиёсий ҳаётидаги иштироки кўламини янада кенгайтиришга хизмат қилади. Бу парламентнинг жамоатчилик билан алоқаларида ўз ифодасини топади.

Парламентнинг ўз жамоатчилиги билан алоқалари кўлами ва сифати қай даражада эканлигини матбуотда ёритилаётган мақолалар мисолида ҳам кўриш мумкин. Шу ўринда айтиш жоизки, илгари “депутатларни фақат сайлов давридагина кўриб қоламиз, сўнг халққа қорасини ҳам кўрсатмайди” деган эътирозлар беҳуда айтилмасди. Айни вақтда эса депутатларнинг халқ билан муносабатларини бўрттириб кўрсатишга ҳам ҳожат йўқ. Олий Мажлис Қонунчилик палатаси депутатлари ва Сенати аъзоларининг ОАВда чиқишлари анча фаоллашгани кузатилмоқда.

Икки палатали парламент фаолиятини жамоатчилик билан алоқаларсиз тасаввур этиб бўлмайди. Бундай эволюцион юксалиш изчил давом этгани сайин унинг самараси намоён бўлаверади.

Олий Мажлис ўз аудиторияси билан алоқаларини кенг йўлга қўйиши учун Ахборот хизмати ходими етук пиармен ва моҳир журналист бўлиши лозим. Топшириқларни ўз вақтида бажариш, ўзига хос услубни йўқотмаслик, аудиторияга мурожаат қилиш — ҳар бир оммавий ахборот воситаси тавсифидир ва буни бажариш ҳар бир PR ходими ишининг муҳим томони ҳисобланади. Телевидение, радио ва газеталарда ёритилаётган сайловга оид мавзулар замирида жамоатчилик фикри атрофлича ифода этилаётир. Бундай хулосалар эса парламент аъзолари журналистлар билан ёки журналистлар парламент билан узвий алоқа ўрнатишлари натижасида пайдо бўлади.

Жамоатчиликнинг парламентга муносабати қай даражадалигини ОАВ орқали англаш мумкин. Одамларнинг олий вакиллик органига нисбатан билдирган фикрлари ҳам амалда у билан муносабатини кўрсатади.

Қонун лойиҳаларини тайёрлашда жамоатчилик иштироки ва умумхалқ муҳокамасидан ўтказилиши тегишли қонунларда белгилаб қўйилгани парламентнинг жамоатчилик билан алоқаларини йўлга қўйишга ҳукукий асос бўлиб хизмат қилади.

Хулоса ўрнида айтиш жоизки, Ахборот хизмати ходимлари ўз фаолиятини талаб даражасида амалга ошириш учун аввало ташкилотининг жамоатчилигини яхши билиши зарур. Тегисли қонунлар ва ҳукумат

қарорларини ўрганиши лозим. Соҳага оид илмий-оммабоп адабиётлар билан муттасил танишиб бориши, мутахассислар фикрини эътибор билан ўрганиши тақозо этилади. Қайсики Ахборот хизмати ходими ўша соҳа сирларини қанчалик пухта эгалласа, бу мавзуда халқ билан мулоқотда мутахассислар қатори фикрлаша олса, демак, у ўзига яраша етук мутахассис ҳисобланади.

Назорат учун саволлар:

1. Ташкилотнинг жамоатчилиги ҳақида қандай тушунчаларга эгасиз?
2. Парламентнинг жамоатчилигини кимлар ташкил этади?
3. Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги жамоатчилиги ни кимлар ташкил этади?
4. Жамоатчилик фикрини ўрганишнинг қандай усулларини биласиз?
5. Ташкилот фаолиятига оид ахборотлар қай тарзда ўрганилади?
6. Ҳар бир шахс турли ташкилотларнинг жамоатчилигига мансуб бўлишини қандай изоҳлайсиз?
7. “Жамоатчилик” билан “жамоа аъзоси” деган тушунчаларни қандай изоҳлайсиз?

АХБОРОТ ХИЗМАТИ ФАОЛИЯТИДА ОҚ ВА ҚОРА ПИАР (ТЕХНОЛОГИЯЛАР)

Режа:

- 1. Оммавий алоқаларда муносабатларнинг хилма-хиллиги.*
- 2. Оқ ёки қора пиар (технологиялар) тушунчаси.*
- 4. Оқ PRнинг ўзига хос хусусиялари.*
- 5. Қора PR ва унинг салбий жиҳатлари.*

Ташкилот Ахборот хизмати фаолиятида оқ ва қора технологиялар, деган тушунча мавжуд. Бу тушунча моҳиятини теранроқ англаш учун биз Ахборот хизматининг назарий асосларидан бири ҳисобланган жамоатчилик билан алоқалар (PR) фанига мурожаат қиламиз.

Соҳа мутахассислари қайд этишларича, жамоатчилик билан алоқалар, хусусан, одамлар билан муносабатлар ранг-баранг бўлиши мумкин. Кимдир сермулоҳазакорлик билан муносабатда бўлса, бошқаси қизиққонлик қилади. Ким ҳақдадир ижобий фикр айтилса, бошқаси ҳақида салбий гаплар қулоққа чалинади. PR нуқтаи назаридан бу: оқ ёки қора пиар, дея таърифланади. Бу атамалардан уларнинг мазмун-моҳияти акс этиб турибди.

Оқ пиарда – оққўнгиллик билан қилинадиган самимий муносабатлар ўз ифодасини топади.

Қора пиарда – ичиқоралик, кўнгли қоралик билан қилинадиган саъй-ҳаракатлар акс этиб тургандек... (Баъзилар шунақа гаплар айтаётганида ҳатто кимдир “бўяб гапиришга уста экан” деб писанда қилишини эшитгансиз).

Ахборот тарқатилишида маълум мавзулар тегишли рангга “бўяб” талқин этилади. Бунинг назариётчилар: оқ ёки қора пиар деб атайдилар. Ахборот моҳиятига кўра PRда бошқа ранглар ҳам учрайди.

Эътибор қилсангиз, деярли барча муносабатлар моҳиятида оққўнгиллик ёки ичиқоралик нафаси сезилиб туради. Аксарият эзгу ниятли кишилар яхши

мақсадлар билан ишга киришса, қайсидир кимсалар хатти-ҳаракатида ёмон, хатарли, ўз манфаатлари йўлида ғаразли ниятларини ҳам сезиш мушкул эмас.

Энди, жамоатчилик билан алоқалар (PR) бу – ахборотларни бошқаришга хизмат қилади. Ахборот қурилиши ва тарқатилиш механизмининг бир хил методларини қабул қилиш ва таъсир қилиш жараёнлари муҳим аҳамият касб этади. Ахборот етказиш каналлари ва аудиторияга таъсири жуда жиддий масаладир.

Энди ана шу оқ ва қора пиар ўртасидаги тафовутларни аниқлаштирамиз.

Оқ пиарнинг мақсади бу – ҳақиқий, чин ахборотни ташкил қилиш ва уни яхши мақсадларга тўғри, оқ усуллар ёрдамида етказишдир. Оқ пиарларни ҳам тушуниш осон эмас. Айтайлик, Ахборот хизматлари ўз ташкилотлари ҳақида асосан оқ пиар яратишга ҳаракат қилади. Ташкилотлар фаолияти ҳақида доим ижобий фикр айтишнинг эса ўзига яраша масъулияти борлигини тўғри тушунмоқ керак. Мухтасар қилиб айтганда, оқ пиар воситасида асосан ҳаққоний воқеликлар кўтаринки руҳда ёритилади. Бундай ахборот замирида ёлғон, юзаки гапларга ўрин қолмайди. Оқ пиар замирида ҳамиша ҳақиқат акс этади.

Оқ пиарнинг тўғри пиардан озми-кўпми фарқи бўлади. Тўғри пиарда бутун воқеликлар тўғрилиқча, ортиқча шарҳларсиз, бирор рангга бўямасдан баён этилади. Афсуски, бундай ахборотлар одамларда унчалик қизиқиш уйғотмайди. Одамларни қизиқтириш учун ахборотга “ранг” керак бўлади. Баъзи ижодкорлар буни “бадий маҳорат билан тасвирлаш”, “сўз санъати маҳсули” сифатида талқин қиладилар. PR фанида эса уни тегишли рангларга “бўяш” деб таърифланади.

Қора пиардан асосан совуқ хабарлар, нохуш ахборотларни ҳосил қилиш ва ёмон мақсадларда ишлатишда фойдаланилади. Аксарият қора пиарлар замирида ёлғон-яшиқ, салбий маънодаги тўқималар, уйдирмалар ётади. Асли ичиқоралик билан тўқилган гап ҳеч қачон яхшиликка хизмат қилмайди.

Матбуотда қора пиар деб аталувчи тушунчани баъзилар “кир сиёсий технологиялар” деб талқин қилади. Уларнинг фикрича, қора пиарларнинг фаол қўлланиш даври – сайловлар жараёнида яққолроқ акс этади. Афсуски, қора пиарлар демократик асосда ўтадиган сайловлар жараёнида кўпроқ қўлланилади. Яъни, сайловолди ташвиқоти даврида баъзи сиёсий партиялар ҳамда номзодлар ўзаро курашларда бир-бирларини усталик билан ёмонотлик қилишга киришиб кетадилар.

Кўп ҳолларда устамонлар қора пиарни маданиятли шаклда, бежаб-бежаб амалга оширишга ҳаракат қилади. Афсуски, бундай PRнинг қоралигини ёки қоралик даражасини англаб олиш анча мушкул...

Шу ерда рангли пиарни бизга яхши таниш бўлган рангли тарғиботга қиёслаб, ойдинлик киритайлик. Оқ пиар деб оддий тарғиботга айтилади. У кўпинча маълум бўлган жисмоний ва ҳуқуқий шахслар томонидан ОАВ орқали амалга оширилади. Шунинг учун оқ пиарларни биз ҳаётга қонуний йўл билан ижобий мақсадларда ва воситаларда қўлланилишини тушунамиз.

Қора пиар кўпроқ маблағлар орқали амалга оширилади ва бу тўловлар қонуний манбалардан қопланиши мумкин. Масалан, сайловолди ташвиқоти даврида сиёсий партиялар кураши учун анча-мунча пул сарфланади. Қора ниятда баъзи кимсалар қанча хатти-ҳаракат қилишса, қора пиарни амалга ошириш учун ҳам шундай йўл тутиши мумкин. Бу йўлда керак бўлса, кимларнидир сотиб олади, ёмон ишларга ёллайди... Минг афсуски, бунақа мўмай даромадни қўлга киритиш учун шай турганлар ҳамиша топилади... Бу қора мақсадларда амалга оширилгани учун ҳам ушбу усул қора пиар деб номланган бўлса ажабмас.

Нияти бузуқ, ёмон мақсад ҳаракат қилаётганлар интернетда ё бошқа оммавий ахборот воситаларида кўпинча “ниқоб” билан пайдо бўлади. Бунақа “ниқоб”ни таҳаллус дея хаспўшлаш ноўрин. Негаки, таҳаллус эгасини ҳамма билиши керак. Айтайлик, Жулқунбой асли Абдулла Қодирий эканлигини ўз даврида замондошлари яхши билганлар. Мутахассислар фикрича, қора

тарғибот исми-шарифи номаълум шахс томонидан ёхуд руҳий таъсир йўли билан олиб борилади...

Қора пиарнинг турлари кўп, ҳар бири маълум маънога эга.

Биринчидан, қора пиарни ўзига хос “мажбурий тарғибот”, деб ҳисоблаш мумкин. Бунда кимдир бошқаларни шу ишга даъват этади, ўртага пул ё бошқа бойликни тикади, хуллас, мажбур қилади. Унча-мунча ақлирасо инсон ўзича қора пиар билан шуғулланмайди.

Иккинчидан, қора ниятда буюртма бериш усуллари ҳам ўзига хос қора пиар бўлиб қолади. Айрим нуфузли ташкилотлар, масъул шахслар, таниқли кишиларнинг обрўсини тўкиш учун атай махсус буюртма бериб қора пиар қиладиган кимсалар ҳам кам эмас. (Минг афсуски, бунақа қора ахборотларга тез ишониб қоладиган соддадил кишилар ҳам кўп. Масалан, “домла порахўр” ё фалон “санъаткор маънавий бузуқ”, пимадончи “мутасадди таъмагир” деса дарров ишонадилар. Исботинг борми, деб сўраб ҳам ўтиришмайди. Шунақа кир гапларга мойил баъзи кимсалар ҳатто “бу исбот талаб этилмайдиган гап” дея писанда қилишни хуш кўради, шунақа ҳолатлардан ҳузур қилади...)

Учинчидан, нашрга масъул шахс (раҳбар, муҳаррир) томонидан тавсия қилинмаган, лекин чоп этилган мақола ёки сурат ҳам қора пиар материали бўлиши мумкин. Бу таҳририятларда кам учрайдиган ҳодиса, бироқ, онда-сонда бўлса-да газеталарда шундай материаллар чиқиб кетади. (Масалан, бир оммабоп газетада ёритилаётган фоҳишалар ҳақидаги мақолага дзайнерлар интернетдан бир аёлнинг суратини олиб жойлаштирган. У ҳаётда яхши аёл бўлиб чиққан ва фарзандлари газетани судга берган...)

Тўртинчидан, сиёсий рақиблар бир-бирларининг обрўсини тўкиш учун қиладиган хатти-ҳаракатлари – қора пиарнинг кенг тарқалган туридир. (Буни кенгроқ маънода: ўзларини “муҳолифатчи” деб атаб таниқли сиёсий арбоблар шаънига бўлмағур гаплар ёзиши мисолида ҳам кўриш мумкин. Ваҳоланки, “муҳолифатчи” бўлишнинг ҳам ўз тартиб-қоидалари бор...)

Мутахассислар қора пиарнинг ОАВга нисбатан синонимини – “Жинса” деб атайдилар. “Жинса”ни ОАВда ишлатилган қора пиарнинг битта тури деб

таърифлаш ҳам мумкин. Журналистикада анча илгари пайдо бўлган “Жинса” маъноси – радио, телевидениеда эфир вақтлари ва газета саҳифалари сотилиши билан изоҳланади¹. Бу масалада мутахассислардан бири Евгений Пашенцев ўз фикрини қуйидаги сўзлари билан ойдинлаштиришга ҳаракат қилади: “Сайловчи юрагини забт этиш қийин ва қиммат, уни алдаш осонроқ”². Кўриниб турибдики, барча нотоза пиарларни – қора пиар дейиш ўринлидир. Шунини айтиш жоизки, қора қилмишлари учун жазо олмаслик оқибатида биргина жамиятда эмас, балки ягона ахборот маконига айланган бутун жаҳонда қора PR авж олиб кетмоқда...

Мухтасар қилиб айтганда, қора PR ҳеч қачон яхшиликка, тараққиётга хизмат қилмайди. Уни “рақобатчи” деб ҳам бўлмайди. Чунки, рақобат аввало соғлом, ўзаро ҳурматга асосланган муносабатлар заминида пайдо бўлади.

Баъзи мутахассислар PRларни – сарик, яшил ва бошқа ранглар билан ҳам атайдилар. Масалан, баъзилар хусусий газеталарни “сарик PR” деб аташади. PRни шу тариқа турли рангларга ажратиш мумкин.

Ташкилот ва журналистларнинг жамоатчилик билан муносабатлари, фикр алмашишлар жараёнида назарий асосларга ва одоб-ахлоқ меъёрлари PR талабларига мос равишда амалга ошиши ушбу амалиётнинг дунё миқёсида кенг тарқалишига, жумладан, Ўзбекистонда ҳам раванқ топишига ёрдам беради.

Сайловлар жараёнини ОАВда ёритиш технологияларини илмий жиҳатдан таҳлил қилиш ва ўзлаштириш Ўзбекистон шароитида алоҳида эътиборга молик ҳодиса. Бунда ОАВ ва сиёсий партиялар вакиллари оқ ва қора PR тўғрисида ҳам тасаввурга эга бўлиши мақсадга мувофиқдир³.

Кундалик барча ташкилотларнинг жамоатчилик билан алоқалари асосан оммавий ахборот воситалари орқали амалга ошади. Шу нуқтаи назардан олиб қаралганда PR ва журналистика узвий боғлиқ экан, мазкур фан

¹ Мўминов Ф.А. Паблик рилейшнз: история и теория. Т.: Ижод дунёси, 2003. Стр–97-98.

² Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. 136-б.

³ Қаранг: Шукуров Б. Оқ ва қора ранглар. (Мўминов Ф. б-н суҳбат) //Ўзбекистон овози, 2004. 4 ноябрь.

назариясини, жумладан, оқ ва қора пиар сирларини чуқур ўрганиш жамият ривожига ижобий таъсир кўрсатади.

Назорат учун саволлар:

1. Оммавий алоқаларда муносабатларнинг хилма-хиллигини қандай изоҳлайсиз?
2. Оқ PR деганда нимани тушунасиз?
3. Оқ PRнинг мақсадлари нималардан иборат?
4. Қора PR деганда нимани тушунасиз?
5. Қора PR мақсадлари нималардан иборат?
6. Тўғри PR деганда нимани тушунасиз?
7. Жамоатчилик билан алоқалар жараёнида оқ ва қора пиарни қандай фарқлаш мумкин?
8. “Жинса” деганда нимани тушунасиз?

ТАШКИЛОТ ИМИЖИНИ ЯРАТИШДА АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ ЎРНИ

Режа:

- 1. Имиж тушунаси.*
- 2. Имижеология – фан сифатида.*
- 3. Имижнинг асосий функциялари.*
- 4. Ташкилот имижини яратиш усуллари*

Жамоатчилик билан алоқалар жараёнида “Имиж” тушунчаси алоҳида ўрин тутди. Манбаларда қайд этилишича, тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланган иқтисодчилар фаолиятида имиж яратиш зарурати пайдо бўлган ва шу тариқа XX аср 60 йилларида америкалик иқтисодчи Болдуинг “Имиж” сўзини муомалага киритгани, у ишбилармонликда муваффақият қозонишда фойдали восита эканини исботлаб берган экан.

Ўзбекистон Миллий энциклопедияси 4-томи 129-бетидида унга шундай таъриф берилган: ИМИЖ (инглизча image, латинча imago – тимсол, кўриниш) – шахс, ҳодиса, нарсанинг оммалаштириш, реклама қилиш ва ҳ.к. мақсадларда одамларга ҳиссий-руҳий таъсир кўрсатишни кўзлаб шакллантириладиган қиёфаси; тарғиб қилиш воситаларидан бири. (Масалан, сиёсий арбоб имижи)¹.

Кейинчалик янгидан вужудга келаётган сиёсатшунослик соҳаси вакиллари томонидан “Имиж” фавқулодда ҳодиса сифатида алоҳида эътиборга олинади, улар бу ҳодисада ўз фаолиятларининг муҳим йўналишини кўришади. Сиёсатшунослар шу ҳодисанинг амалий аҳамияти илмий-амалий асослаб берилган Никколо Макиавеллининг “Подшоҳ” ҳамда Г.Лебоннинг “Социализм психологияси” асарларини яхши билишади. Макиавелли, давлат кишиси (раҳбари) учун тегишли “юз, қиёфа” нақадар

¹ Қаранг: Имиж. Ўзбекистон Миллий энциклопедияси, 4-том. –Т.:, 2002. Б. 129.

муҳимлигини асослаб берган бўлса, Лебон Имиж яратишни “шахсий жозиба” самараси ўлароқ сиёсий муваффақиятга эришиш воситаси сифатида таърифлайди.

Имиж яратишнинг психологик асосини таърифлаб бериш ижтимоий ва сиёсий психологиянинг объекти ва предмети бўлиб қолди. Ташқи тимсолни, қиёфани ижтимоий идрок қилиш ва субъектив англаш жараёни қонунларига оид билимларни эгаллаган ҳолда, улар бу муаммога назарий-амалий таъриф беришди.

Аниқликнинг “кўз билан кузатиш самараси” кўплаб тадқиқотларнинг предмети ҳисобланади. Гиппократ ушбу муаммо хусусида фикр юритар экан, одамларнинг темпераментини аниқлашда уларнинг юз ифодасидан фойдаланишни тавсия қилади².

Мутахассислар фикрича, ҳозирги даврда ишбилармонлик ва сиёсий фаолият билан шуғулланаётган кишилар учун имиж яратиб бориш заруратга айланиб қолди.

Сайловолди компаниялари даврида сиёсий партиялар ўз номзодларининг имижини яратиш масаласига алоҳида эътибор билан қарабини изохлашга ҳожат йўқ.

Жамиятда ҳар бир ташкилот имижини яратиб бориш мақсадга мувофиқ эканлигини барча мутахассислар эътироф этишади.

Имижга бўлган бундай талаб эса янги касбга – Имижмейкерликка асос солди. Бу касб эгаси шахсларнинг, ишбилармон ва сиёсий доираларнинг, кучларнинг (масалан, сиёсий партиялар, жамоат ташкилотлари ва бошқалар) имижини яратиш билан шуғулланади³.

Имиж борасидаги тадқиқотлар, илмий изланишлар – Имижеология фанини вужудга келтирди. Бу фан орқали имиж сирларини назарий жиҳатдан ўрганиш ва амалиётга татбиқ этиш мумкин.

² Қаранг: Шепель В.М. ва бошқ. Имижеология. Инсонларга қандай ёқиш мумкин? Ўқув қўлланма. /www.evartist.narod.ru

³ Қаранг: Шепель В.М. ва бошқ. Имижеология. Инсонларга қандай ёқиш мумкин? Ўқув қўлланма. /www.evartist.narod.ru

Мутахассислар фикрича, имиж инсон руҳиятининг қуйи қатламларида пайдо бўлади. Шу боис ҳам у одамларнинг идрок қилиши учун қулай ҳамда улар онгида муҳим жой олгандир.

Имиж ҳақида аниқ бир психологик маҳсулот сифатида гапирганда эса у ижтимоий кўрсатма, урф бўлган тимсол тарзида намоён бўлади. Унинг инсон руҳиятининг санаб ўтилган барча сфераларида бир вақтда пайдо бўлиши ҳам ҳеч гап эмас.

Чет тилидан таржима қилинадиган бирорта тушунчанинг изоҳи ҳар доим ҳам одамлар учун бирдек маъқул ва қўлланишга лойиқ бўлавермаслиги мумкин. Масалан, юнон тилидан таржимада мактаб сўзи “қувонч уйи” деган маъно англатар экан. Аммо барча ўқитувчи ва ўқувчилар бу сўзга нисбатан айнан мана шу маънони қабул қилмайди. Имиж тушунчаси семантикасини тушунтиришда ҳам шу нарсани эътиборга олиш лозим. Агар Владимир Далнинг “Изоҳли луғат”ига мурожаат этадиган бўлсак, тимсол тушунчаси билан бирга қиёфа тушунчаси ҳам келтирилади: “физиономия, ташқи қиёфа ва юз ифодаси, юз тузилиши”. Бундан кўринадики, тимсолнинг қиёфа шаклидаги изоҳи хорижий кўришидан анча кенг қамровли экан.

Буюк санъаткор Ф.Шалепин шундай ёзади: “ташқи қиёфа деганда фақат юз кўринишини, соч рангини ва шу кабиларнигина эмас, балки кишининг юриш, эшитиш, гапириш, кулиш, йиғлаш каби хислатларини ҳам тушунаман”. У ўз фикрида давом этиб: “агар кишининг ички олами яхши англаб етилса, унинг ташқи қиёфасини ҳам тўғри билиб олиш қийин эмас”, деб таъкидлайди⁴.

Имижеология – замонавий инсоншунослик ҳам ҳисобланади. Имиж яратиш технологиялари инсоншунослик тушунчаси билан чамбарчас боғлиқ. Имижеологиянинг асосий мақсади – қандай қилиб жозибали имиж яратиш мумкинлигини, ҳаётда биз дуч келадиган вазиятларга қараб муносиб хатти-ҳаракатлар моделини тўғри қуришни илмий асослаб беришдан иборатдир.

⁴ Қаранг: ўша манба.

Имижеология – жозибали бўлиш ва одамларга ёруғлик олиб келиш тўғрисида ҳар бир инсонга қаратилган чақирикдир. У одамнинг муносиб шахс бўлиб шаклланишига ёрдам беради.

Имижеология – ҳар бир фуқаронинг олиймақом қиёфа эгаси бўлиш ҳақидаги орзуси, у эса демократик ва инсонпарварлик жамияти барпо этишнинг муҳим шартидир.

Имижеология – бирор давлат менталитети ўзига хослигининг назарий акс этишидир. Масалан, ўзбеклар ўзаро оқибатли, эркаклари ориятли, аёллари ҳаёли!

Имижеология – инсонга руҳий таъсир этиш технологияларидан бири ҳисобланади. Блез Паскаль одамларга таъсир кўрсатишнинг икки усули бор, деб ҳисоблайди, яъни, “ишонтириш усули” ва “ёқиш усули”. Уларнинг иккинчиси айниқса самарали, деб ҳисоблаган эди у ва бу усулни тўла эгаллай олмаганидан афсус билдирган экан⁵.

Бизнинг давримизда одамларга, айниқса ёшларга шахсий таъсир кўрсатиш жуда қийин. Бунинг сабаблари кўп, аммо уларнинг энг муҳимларидан бири ахборот коммуникация тизимлари тараққий этган замонда жонли мулоқот ва бевосита шахсий таъсирнинг самараси одамлар психикасида ахборот клишесининг мавжудлиги туфайли ёпиб қўйилмоқда. Шу боис Б.Паскаль аввал одамларга ёқиш, ундан кейингина уларни нимагадир ишонтиришга уриниб кўриш лозимлигини таъкидлаганда ҳақ эди. Жозибали имижда эга бўлмай, яъни одамларнинг қалбидан жой олишга лаёқатли бўлмай туриб бу муаммони ижобий ҳал этиш мумкин эмас. Имижеологиянинг прагматик вазифаси ҳам шунда кўринади.

Бугун атайлаб имижмейкерларга мурожаат этмайдиган йирик сиёсий арбобларни топиш мушкул. Бундай шахсларнинг имижи энг майда деталларигача белгилаб қўйилади. Масалан, ёши улуг кишиларнинг юз ифодалари, мимикалари ёш билан боғлиқ ўзгаришларни кучли намоён этади.

⁵ Қаранг: Шепель В.М. ва бошқ. Имижеология. Инсонларга қандай ёқиш мумкин? Ўқув қўлланма. [/www.evartist.narod.ru](http://www.evartist.narod.ru)

Шу боис телекўрсатувлар пайтида уларнинг юзлари маълум масофа сақлаган ҳолда кўрсатилади. Яна бир жиҳат: шахс акс эттирилаётган фонга ҳам кўп нарса боғлиқ.

Имижеология – умумтаълим фани ҳам ҳисобланади. Мамлакатимизда назарий-амалий йўналишдаги янги тармоқнинг яратилиши бежиз эмас. Шахс кўнгил мулкининг ахлоқий таркиби – бир давлат менталитетининг фундаменталь тавсифларидан бири саналади. Имижеология миллий маданиятнинг фундаментал анъаналарига асосланади.

Унинг асосий тармоқлари сифатида қуйидагиларни кўрсатиш мумкин:

- оилавий;
- мактабгача бўлган давр;
- мактабга оид;
- олий таълимга оид (ва ҳоказолар).

Касбий фаолиятга қараб имижеологиянинг қуйидаги турлари ажратиб кўрсатилиш мумкин:

- ишбилармонлик;
- сиёсий;
- педагогик;
- тиббий;
- оммавий ахборот воситаларига оид;
- банк;
- сервис;
- ҳуқуқ-тартибот соҳалари;
- дипломатик (ва бошқалар).

Алоҳида синф сифатида бошқарув имижеологиясини ажратиб кўрсатиш мумкин. Бошқарув имижеологиясининг аҳамияти ортиб, у инсонлар ҳаётий фаолиятининг барча соҳаларига кириб бормоқда. Демак, бошқарув тизимида фаолият кўрсатувчи шахслар муносиб равишда имижга эга бўлишлари шарт.

Имижеология – шундай илм ва санъатки, унда инсоннинг ташқи кўринишига шахсий жозибадорликни бериш сирлари ҳам ўргатилади. Бу

фанга кўра, имижи баланд инсон бошқалардан ўз нуфузи ва жозибаси билан жаралиб туради.

Ҳар бир одам ўзига хос қиёфада яралган. Кимдир табиий жозига эга, ёқимтой, бошқаси эса ҳатто ўзига ҳам хунук кўриниб кетади. Бироқ, ҳамма бирдек жозибадор бўлгиси келади. Хўш, бунинг учун нима қилиш керак? Мана, йўли топилди; айнан имижеология санъатига мурожаат этиш мумкин! Шу орқали кўпчилик ўзининг ажойиб қиёфасини яратишга ҳаракат қилади.

Имижеологиясиз ҳар қандай фаолиятда ҳам муваффақиятга эришиш мумкин эмас, оилада ҳам, ишда ҳам, ҳамкасблар билан мулоқотда ҳам одам айнан шу орқали ўзига бўлган ишончни қарор топтиради.

Имиж – инсоннинг ишбилармонлик ва бошқа ижобий хусусиятларини катталаштириб кўрсатадиган ойнага ўхшайди. Унинг энг яхши жиҳатларини намоён этишга хизмат қилади.

Педагог, шифокор ва умуман, аҳолига хизмат кўрсатадиган ҳар қандай соҳада инсон фаолияти биринчи галда унинг ташқи қиёфаси билан боғлиқ. Ҳамма инсон ҳам бирдек ҳар томонлама ёқимтой, бошқаларни ўзига ром қиладиган даражада жозибадор бўлиши қийин, аммо у бунга ҳаракат қилмаса ундан ҳам қийинроқ аҳволга тушиши мумкин...

Ҳар қандай ташкилот ҳам ўз имижига эга бўлиши зарур. Имижи паст ташкилот одамлар эътиборидан қолиб кетаверади. Демак, ташкилот имижини яратиш бориш жуда муҳим вазифалардан бири ҳисобланади. Бу вазифа аввало ўша ташкилот раҳбарлари зиммасига юклатилади.

Ташкилот имижини яратиш учун раҳбарлар ўз ходимлари билан тез-тез суҳбатлар, бу борада ўқув-семинарлари ўтказиб туриш мақсадга мувофиқ. Жамоатчилик билан алоқаларни йўлга қўйиш асносида ташкилот имижини ошириш мумкин. Одамлар қайсики ташкилот фаолиятидан қанча кўп хабардор бўлишса, демак, улар учун ўша ташкилотнинг имижи шунча юқори даражада бўлиши аниқ. Ҳар бир ташкилот Ахборот хизмати ўз ташкилоти фаолияти ва унинг самаралари, одамлар учун энг фойдали жиҳатлари ҳақида

ахборот тарқатиб бориши зарур. Бу борада ахборотлар шунчаки хабар ёки қуруққина маълумот тарзида тарқатилиши кутилган натижани бермайди.

**Мутахассислар Имижеология амалиёти сифатида қуйидаги
машғулотларни тавсия этадилар:**

“Мен – ҳақиқий” машқи.

Бу машқнинг мақсади – ўзингизни ўрганишингиз имкониятлари ва ўзингиз ҳақингиздаги тасаввурни кенгайтиришдир.

1. Ўзингизга “Мен кимман?” саволини беринг ва миянгизга келган биринчи 10 та жавобни ёзинг;

2. Ўзингизга муҳим бўлган одам сиз ҳақингизда нима дейиши мумкин? Бунга ҳам 10 та жавобни ёзинг;

3. 1- ва 2-жавобларини қиёслаб кўринг.

“Мен – идеал” машқи.

Бу машқнинг мақсади – олдинги тажрибангизни ўрганиб чиқиш, йўқотилган имкониятларни топиш, уларни ҳаётга тадбиқ этиш йўлларини қидириш. Ўзингизга “Агар бор имкониятларимни ишга солганимда ким бўлишим мумкин эди?” деган саволни беринг ва унга 10 та жавоб ёзинг.

Ижтимоий муҳит (Бошқаларнинг шартли муносабати).

Ҳақиқатдаги мен.

Идеалдаги мен.

К.Рожерс ўз-ўзини мустаҳкамлаш гипотезасини ишлаб чиққан. Унинг маъноси шундаки, ўз-ўзини мустаҳкамлаш – бу ниқобларни бирма-бир ечишдир. Ниқобларни ечинг – кимлигингизни кўрасиз.

Агар сиз ўзингизни англай бошласангиз – бу маънавий етук инсонга айланаётганингиздан далолат. Буни қанчалик амалга ошира олсангиз, шунчалик ўзингизни ҳурмат қила бошлайсиз.

“Ўзингиз ҳақингиздаги яхши фикр – бахтнинг ярми” дейилади бир масалда.

“Менинг ҳаётдаги режаларим” машқи.

Ўзингизга керакли натижалар рўйхатини тузинг ва уларни заруридан нозарурига томон қараб чиқинг ва шунга мувофиқ жойланг.

Қуйидаги саволларга жавоб беринг:

“Мен нимага эришдим?” (Менинг омадим)

“Яқин орада нимага эришмоқчиман? Менинг глобал мақсадларим?”

Буларнинг ҳаммаси ўзингизни топишингизга олиб келувчи дастур вазифасини ўтайди⁶.

Оптимизм формуласи.

“Мен – концепция” – бу ўзингизга кичик бир мадҳия, ўзингизга бўлган севги сингдиришнинг бир йўли.

“Мен ажойиб!” кичик мадҳиясини тайёрлаш ва ёд олиш.

1. Матнни ўқинг;
2. Яна икки марта ёққан сўзларга эътибор берган ҳолда ўқиб чиқинг;
3. Мадҳияга хоҳишингизга мувофиқ ўзгартириш киритинг;
4. Яна бир марта ичингизда ўқинг;
5. “Мен – ажойиб!” мадҳиясини овозингизни чиқариб ўқинг.

Ўзингизга бўлган мадҳияни кунига уч марта 15-30 сония оралиғи билан ўқиб туринг. Зарурият бўлса, кўпроқ ўқинг⁷.

Сизларга “Мен –ажойиб!” мадҳияси намунасини кўрсатамиз.

“Мен – ажойиб!” мадҳияси.

Мен бахтли одамман!

Мен дунёдаги энг бахтли одамман!

Менинг кайфиятим яхши!

Ҳар доим менинг кайфиятим яхши!

Менинг кайфиятим зўр!

Менинг кўзларимда бахт ёғдуси!

Менинг юрагимда бахт ёғдуси!

Мен яшаяпман, шунинг учун бахтлиман!

⁶ Қаранг: Шепель В.М. ва бошқ. Имижеология. Инсонларга қандай ёқиш мумкин? Ўқув қўлланма. [/www.evartist.narod.ru](http://www.evartist.narod.ru)

Мен оптимистман!
Қуёш мен учун ёрқин, осмон эса мусаффо!
Менга ишониш мумкин.
Мен ишончни оқлайман!
Мен дўст бўла оламан.
Оиланинг тинчлиги мен учун муҳим!
Мен эътиборли ва меҳрибонман.
Мени дўстларим қадрлашади ва ҳурмат қилишади.
Мен билан ҳамиша осон ва серфайз-қувноқ.
Мен ҳар доим ўз устимда ишлайман.
Буни мен ўз ишим билан, ғуруримни қадрлашим билан, оилавий
номусим билан исботлайман.
Мен ота-онамга ҳаёт ва мулоқот қувончи учун раҳмат айтаман!
Ана энди хулосага ўтамиз; мана шундай кўтаринки кайфиятда яшаётган
инсоннинг ҳаётда, жамиятда ўрни қандай бўлади? Албатта, аъло даражада!

Физиогномика асослари.

Ҳар ўнта одамдан саккизтаси ўз суҳбатдошининг ташқи кўринишига қараб баҳо берар экан. Одамнинг ташқи кўринишида унинг юзи ва кўзлари муҳим рол ўйнайди.

Жозибадорлик сари биринчи қадам – юзнинг тузилишини яратиш – фейсбилдинг. Демак, биз ташқи кўринишни “қуришни” юз тузилиши орқали ўрганамиз. Буни яхши билган одам ўз суҳбатдоши билан тезда тил топишиб кетади.

Физиогномика – табиатни ўрганиш, тушуниш демакдир. Айрим одамлар уни санъат деб, бошқалари фан деб билади. Шарқда омадга эришиш учун туғма психатларнинг ўрни катта, физиогномика эса бунинг учун йўл, деб ҳисоблашган. Масалан, юзнинг узунлиги пешонанинг пастки қисмининг

⁷ Қаранг: Шепель В.М. ва бошқ. Имижеология. Инсонларга қандай ёқиш мумкин? Ўқув қўлланма. [/www.evartist.narod.ru](http://www.evartist.narod.ru)

энига бўлган нисбати, кенг бурун парраклари, бўртиб чиққан жағ – одамнинг ўзига ишонганлигидан далолатдир.

Физиогнамиканинг “отаси” деб Пифагорни айтишади. У нафақат математик масалаларни, балки одамнинг ташқи кўринишини бемалол баҳолай олган. Ўзига шогирдликка қабул қилишдан олдин бўлажак шогирдларни синчковлик билан кўздан кечирган. Унинг мактабига кираверишда “Ўлчанмаган одамнинг кириши таъқиқланади” деган ёзув бўлган. Аристотел эса физиогномикага оид илк асарни ёзган ва юз ҳақидаги фанга асос солган. Абу Али ибн Сино ҳам унинг қарашларини маъқуллаган. Муолажа жараёнида ҳам физиогнамикани ишга солган⁸.

Кўриниб турибдики, имиж яратиш қадим замонлардан буён алломалар эътиборини тортган.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, PR тизимида имиж яратиш ҳар бир ташкилотнинг ўзи, кундалик фаолияти ҳақида муттасил ахборот тарқатиш орқали амалга оширилади. Мазкур вазифани амалга оширадиган Ахборот хизмати бу борада ташкилотнинг имижмейкери ҳам ҳисобланади.

Назорат учун саволлар:

1. Имиж деганда нимани тушунаси?
2. Ташкилот имижини қандай шакллантирилади?
3. Қандай омиллар ташкилот имижига ижобий ва салбий таъсир қилиши мумкин?
4. Имижеологияни фан сифатида қандай тушунаси?
5. Имижнинг асосий функцияларини қандай изоҳлайсиз?
6. Ташкилот имижини яратишнинг қандай усулларини биласиз?
7. Замонавий инсоншунослик деган тушунчани қандай изоҳлайсиз?

⁸ Қаранг: Шепель В.М. ва бошқ. Имижеология. Инсонларга қандай ёқиш мумкин? Ўқув қўлланма. / www.evartist.narod.ru

АХБОРОТ МАНБАЛАРИНИ ЯРАТИШ УСУЛЛАРИ

Режа:

- 1. Ахборот хизмати ҳар куни янги ахборот ва маълумотлар тўплаши ва ОАВга тақдим этиш режаси.*
- 2. Веб-сайтда ахборот манбаини яратиш усуллари.*
- 3. Ахборот хизмати ходимининг вазифалари.*

Ахборот хизмати ходимлари ҳар куни ўз ташкилотидан янги ахборот ва маълумотлар олиш, тўплаш ва қайси ОАВга тақдим этиш режасини ишлаб чиқиши зарур. Бу режа албатта ташкилот раҳбари томонидан тасдиқланиши керак. Яъни, ҳар бир мутасадди ташкилот раҳбари томонидан тасдиқланган режага биноан иш юритиши, бинобарин, Ахборот хизмати томонидан талаб этилган ахборотларни бериши лозим. Бу борада матбуот котиби ташкилот раҳбари билан бамаслаҳат иш қилиши шарт. Ахборот олишда ҳам, ОАВга тақдим этишда ҳам ўзбошимчалик қилиш салбий оқибатларга олиб келиши мумкин.

Ахборот хизмати мунтазам равишда ташкилот томонидан ахборот оқимини вужудга келтириши талаб этилади. Бугунги кунда бу муҳим вазифани амалга оширишда интернетдан самарали фойдаланиши мақсадга мувофиқдир. Ҳозирги кунда интернет тизимида республикамизнинг деярли барча етакчи ташкилотлари интернетда веб-сайтларига эга. Ўша веб-сайтда ахборот манбаини яратиш учун қуйидаги маълумотларни жойлаштириш зарур:

1. Ташкилот номи, манзили, харитаси, биноси сурати, телефон рақамлари, электрон почта ва ҳоказолар тўлиқ ва аниқ ёзилиши, бу ўринда қисқартма сўзлар имкон қадар ишлатилмаслиги ёхуд аввал тўлиқ номи ёзилгач қавс ичида қисқартма шакли берилиши мақсадга мувофиқдир;

2. Ташкилотнинг Низоми, Дастури, турли меъёрий ҳужжатлари;

3. Ташкилотга тегишли бўлган Ўзбекистон Республикасининг қонунлари, Президент Фармонлари, ҳукумат қарорлари (шунингдек, уларга вақти-вақти билан киритилган ўзгартиш ва қўшимчалар ҳозиржавоблик билан тузатиб қўйилиши шарт);

4. Ташкилот мутасаддиларининг исми-фамилиялари, лавозимлари, иложи борица таржимаи ҳоллари, фаолиятини акс эттирувчи суратлари;

5. Ташкилотнинг кундалик фаолиятини ёритишга қаратилган ахборотлар, янгиликлар турли тадбирлар, анжуманлар, давра суҳбатлари ҳақида суратли лавҳалар.

Бунинг учун Ахборот хизмати ходими қуйидаги вазифаларни амалга ошириши зарур:

А). Ташкилот ходимларининг кундалик фаолиятлари билан танишиб боришлари ва энг муҳим ахборотларни тўплашлари;

Б). Олинган маълумотлар, факт ва рақамлар тўғрилигини синчковлик билан текширишлари, бу борада мутасадди ва масъул ходимлар билан ҳамкорликда иш юритишлари;

В). Ташкилот фаолиятига оид қайси маълумотлар сир сақланиши зарурлигини аниқлаб олиши, ахборот хавфсизлигини таъминлашга жиддий эътибор бериши;

Г). Ахборотда номлари қайд этиладиган кишиларнинг исми-фамилияси, вазифаси тўлиқ кўрсатилиши шарт (инсон исмининг бош ҳарфинигина ёзиб қўйиш ярамайди);

Д). Ахборот матнини журналистика талабларига мос равишда; ижодий маҳорат билан мазмунли, қисқа ва лўнда ёзиши (токи, уни таҳририят ходимлари қайта ишлаб ё таҳрир қилишларига ҳожат қолдирмаслиги) шарт.

6. Ташкилотга келган хатлар, аризалар, таклифлар ва уларнинг ижросига оид маълумотлар;

7. Ташкилот муассислигида чиқадиган газета-журналларда, шунингдек, бошқа ОАВда ташкилот ҳақида ёритилаётган муҳим мақолалар;

8. Ташкилотнинг ҳудудий (вилоят, шаҳар ва туман) бошқармалари ё бўлимлари ҳақида маълумотлар;

9. Ташкилот фаолиятини ривожлантиришга қаратилган янги режалар, лойиҳалар, шунингдек, турдош соҳалар ташкилотлари билан алоқалар;

10. Ташкилот томонидан амалга оширилган ишлар ҳақида ойлик, чорак ва йиллик ҳисоботлар.

Ахборот хизмати ходимлари ушбу вазифани ҳар куни амалга ошириб боришлари зарур. Токи, уларнинг веб-сайтларида ҳар куни янги ахборотлар ёритиб борилмаса, уни кўпчилик кузатмай қўяди.

Агар Ахборот хизмати веб-сайтини зарур ахборотлар билан тўлдириб бормаса, ўзига яраша “мафкуравий бўшлиқ” пайдо бўлиши ва у ҳақида турли бўҳтонлар тўқиб чиқаришига “имкон яратиб” қўйиши мумкин.

Ҳар куни турли маълумотлар, янги-янги ахборотлар билан тўлдириб борилган веб-сайтларни биринчи галда ОАВ ходимлари кузатадилар ва ўзларини қизиқтирган маълумотлар, янгиликларни олиб, ҳозиржавоблик билан ёритиб борадилар. Бундан ташқари ҳар бир Ахборот хизмати ўз ташкилоти ҳақида маълумотлар берувчи китоблар, рисоалар, буклетлар чоп қилиши ва ОАВ вакилларига, турли анжуманларда меҳмонларга, умуман, жамоатчиликка тақдим этиши мақсадга мувофиқдир.

Ахборот манбаларидан фойдаланаётган ОАВ вакилларига аввало ўша ташкилот Ахборот хизмати билан бу борада маслаҳатлашиш, фикр алмашиш лозимлигини “эслатма” шаклида (телефон орқали бўлса-да) бериб бориш мақсадга мувофиқдир. Қайсики ОАВ мазкур ахборот манбаидан фойдаланар экан, ўша манбани албатта кўрсатиши шарт.

Ахборот оқимини кучайтиришнинг самарали йўли – вилоят, шаҳар ва туман ташкилотларида ҳам ахборот хизматларини ташкил этиш ва улар орқали мунтазам маълумотлар, ахборотлар тўплашга эришишдир.

Ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантириш учун ижтимоий фикрни муттасил ўрганиб бориш тақозо этилади. Бунинг учун Ахборот хизмати ходими ҳар бир фикрни эътибор билан тинглаб, хулоса

чиқариши зарур. Яъни, одамлар нималар ҳақида ўйлаяпти, уларнинг фаолияти ҳақида қандай фикрларга эга ва ҳоказолар.

Шиддаткор давр ҳар бир муассаса, вазирлик ва ташкилотларнинг ахборот хизматлари олдига улкан вазифалар қўймоқда. Ахборот хизматлари қай даражада фаолият кўрсатаётганини уларнинг саъй-ҳаракатлари билан ОАВда ёритилаётган ранг-баранг мақолалардан билса бўлади.

Айтиш жоизки, баъзи журналистлар ташкилотлардан ахборот олишда кимга мурожаат қилишга қийналадилар. Холисона ўйлаб қаралса, ўша пайтда ташкилот раҳбари бошқа муҳим иши билан банд бўлиши мумкин. У журналистга интервью беришга тайёр бўлмаслигини ҳам назарда тутиш жоиз. Бу пайтда уни ахборот бермаганликда айблаш ноўрин. Демак, ОАВ ходими ахборотни қаердан олиши, кимдан талаб қилиши зарурлигини билиши лозим. Яъни, улар учун Ахборот хизмати ҳамиша ишончли ахборот манбаи бўла олади. Ўз навбатида ташкилотнинг Ахборот хизмати зарур ахборотларни бериш учун масъулдир. Бунда Ахборот хизмати ҳеч иккиланмасдан, қийналмасдан ўзи яратган ахборот манбаини тақдим эта олади.

Ахборот хизмати ходими ўз ташкилотида юз бераётган янгиликлардан доимо бохабар юриши ва муҳим ахборотларни ҳозиржавоблик билан тегишли веб-сайтига жойлаштириши, заруратига қараб у ҳақда ОАВда ўз муносабатини ёритиб бориши мақсадга мувофиқдир.

Бу борада Дмитрий Ольшанскийнинг қуйидаги сўзларини эслаш жоиз: “PR ҳеч қачон ўз ихтиёри билан ва ўзи хоҳлаганидек бирор ишни амалга оширмайди. Оммавий ахборот воситалари унинг қўли ҳисобланади. Матбуот котиби бор-йўғи босма ва электрон оммавий ахборот воситаларининг пинҳон бошқарувчисидир”². Демак, Ахборот хизмати ходими ОАВда чиқадиган материалларни таҳлил қила олиши, етакчи журналистларнинг услубини билиши ҳам лозим.

² Ольшанский Д.В. Политический PR. Б. 467.

Ҳар қандай ахборотни оммага ОАВ ҳозиржавоблик билан етказиб бериши лозим. Бу жараёнда Ахборот хизмати мунтазам равишда зарур ахборот манбаларини яратиши мақсадга мувофиқдир. Асосий гап, зарур ахборот манбаларини яратиш ҳақида. Мамлакатимизда фаолият кўрсатаётган турли ташкилотларнинг ахборот хизматлари асосан ахборот манбаларини яратиш билан шуғулланмоқда.

Қайсики ОАВ ходими бирор ташкилотдан ахборот олишни истаса аввало унинг тегишли веб-сайтини кузатиши мумкин. Бугунги кунда қатор давлат, нодавлат нотижорат ташкилотлари, жамоат бирлашмалари, сиёсий партияларнинг веб-сайтини кузатсангиз тегишли маълумотлар, зарур ахборотларни топишингиз мумкин. Бу эса юртимизда давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг жамоатчилик билан алоқалари тобора ривожланиб боришга хизмат қилиши шак-шубҳасиз. Бироқ, ахборот манбаларини яратиш, пировардида, ахборот тарқатиш борасидаги бу илғор усулдан ҳали-ҳанузгача баъзи ташкилотларнинг ахборот хизматлари етарли даражада фойдаланмаётгани аёндыр. Буни уларнинг веб-сайтлари деярли бўм-бўш ёки бир пайтлар номигагина бир-иккита хабар жойлаштирилган “саҳифалари” мисолида кўриш мумкин. Бу ўринда асосий гап – ахборот тарқатишда илғор усулларни ўз вақтида самарали фойдаланиш ҳақида бормоқда.

Ахборот хизмати мунтазам равишда ташкилоти томонидан ахборот оқимини ташкил қилиши зарур. Бунинг учун Ахборот хизмати ходими ҳам ижодкор, ҳам ташкилотчи бўлиши мақсадга мувофиқдир. Ахборот хизмати ходими яхши нотиқ ҳам бўлиши тақозо этилади. У интервью бераётганида ёхуд бошқа суҳбатларда иштирок этаётганида адабий тил нормаларига қатъий риоя этиши муҳимдир. Шевага оид сўзларни кўп ишлатиши, сўз ва ибораларни айтишда талаффузи ноаниқ бўлиши унинг обрўсига путур етказиши мумкин.

Ҳар қандай журналист ҳам исталган вазирлик ёки ташкилотдан ахборот олишда муайян қийинчиликка дуч келиши мумкин. Яъни, шу соҳага оид атамалар, иборалар, ҳужжатлар номларини ёзишда гоҳо чалкашиб кетади.

Шундай пайтда Ахборот хизмати журналистларга яқиндан ёрдам беради. Бирор анжуман ҳақида ёзганда хатоликка йўл қўймаслик учун ОАВ ходими албатта Ахборот хизматига мурожаат қилиши мақсадга мувофиқдир.

Бу борада Биринчи Президентимизнинг қуйидаги сўзларини эслаш ўринли: “Нега вилоят ҳокимлари, туман ҳокимлари, вазирлар ва бошқа мутасадди раҳбарлар матбуотдан ўзини олиб қочади? Заифлиги, тили қисик жойи борми? Нега очиқ мулоқотга чорласангиз, дудукланиб қолади? Ёки, очиғини айтадиган бўлсак, мазмунли жавоб бериш учун қурби, савияси, малакаси етишмайдими?” Эътибор берсангиз бу масала ечимини ижобий ҳал этишда PR талабаларига мос илғор фикрлар илгари сурилган. Фикрни таҳлил этишда давом этамиз. “Президент ҳам, вазирлар ҳам, оддий фуқаро ҳам, ҳокимлар ҳам очиқ баҳсдан, очиқ мулоқотдан ўзини тортмаслиги шарт. Бизни сайлаган одамлар ҳокимият фаолиятдан хабардор бўлиши ва унга баҳо беришида матбуот воситачи ролини бажариши лозим”³.

Бу борада журналистлар, Ахборот хизматлари ходимлари ўз устиларида кўп ишлашлари, муттасил изланишлари талаб этилади. “Оммавий ахборот воситалари сўзда эмас, амалда “тўртинчи ҳокимият” даражасига кўтарилиши зарур. Бу – замон талаби, ислохотларимиз талаби,— деб таъкидлади Президентимиз Шавкат Мирзиёев.— Биринчи навбатда медиа тармоқлари фаолияти самарасини ошириш, уларни халқ билан мулоқотнинг ишончли воситасига айлантириш, замонавий ахборот хизматлари бозорини, соғлом рақобат муҳитини шакллантириш сингари долзарб масалалар доимий эътиборимиз марказида бўлиши керак”⁴.

Демак, Ахборот хизмати ташкилот томонидан берилиши зарур бўлган ахборотларни изчил равишда тўплаб, тегишли веб-сайтида манба сифатида тақдим этиб бориши мақсадга мувофиқдир.

Ахборот хизмати ходими кун бўйи шу идора мутасаддилари билан бирга ишлайди, у ташкилотнинг фаолияти билан боғлиқ қонунлар, ҳужжатлар, иш жараёни, атамалар, факт ва рақамлардан яхши хабардор

³ Каримов И.А. Янгича фикрлаш ва ишлаш – давр талаби. Т.5. – Т.: Ўзбекистон, 1997. Б. 351-352.

бўлади. Ахборот манбаларини яратишда бирор ноаниқлик ёки хатоликка йўл қўймаслик лозим. Ахборот хизмати томонидан тақдим этилган ахборот оқими ОАВ учун ишончли манба бўлиши керак.

Назорат учун саволлар:

1. Ахборот манбалари қандай яратилади?
2. Ахборот тўплашнинг қандай усулларини биласиз?
3. ОАВга ахборот қай тарзда тақдим этилади?
4. Ахборот оқими қандай вужудга келтирилади?
5. Ташкилотга тегишли веб-сайтга қандай ахборот ва маълумотларни жойлаштириш зарур?
6. Ташкилот веб-сайтига неча кунда янги ахборот жойлаштириш керак?
7. ОАВ ходимлари тақдим этилган ахборот манбаидан фойдаланишда нималарга эътибор қаратиши зарур?
8. Ахборот оқимини кучайтиришнинг қандай самарали йўлларини биласиз?
9. Ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантириш учун Ахборот хизмати қандай вазифаларни амалга ошириб бориши керак?
10. Ахборот хизмати ходимининг вазифалари нималардан иборат?

⁴ Мирзиёв Ш.М. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига. – www.uza.uz, 27.06.2018.

ПРЕСС-РЕЛИЗ ТАЙЁРЛАШ МАҲОРАТИ

Режа:

- 1. Пресс-релиз – Ахборот хизмати хабарномаси.*
- 2. Пресс-релиз – ишончли ахборот манбаи сифатида.*
- 3. Пресс-релизга қўйиладиган талаблар.*
- 4. Пресс-релиз тайёрлашда Ахборот хизмати ходимининг ижодий маҳорати.*

Ахборот хизмати ходимининг ижодий маҳорати ОАВга тарқатаётган пресс-релизидида яққол намоён бўлади. Ташкилот томонидан ўтказиладиган катта анжуманга келган журналистларга Ахборот хизмати ходими пресс-релиз тақдим этиши зарур. Улар шу жойнинг ўзидаёқ бу ихчам, аниқ ва лўнда ахборот матни билан танишади. Қўшимча маълумотлар зарур бўлса, Ахборот хизмати ходимидан сўрайди.

Лисонимизга янги кириб келган “пресс-релиз” атамасининг луғавий маъносини баъзи мутахассислар дастлаб: “матбуот хабарномаси” деб сўзма-сўз таржима қилган эдилар. Мантиқан олиб қаралганда, она тилимизда “матбуот хабарномаси” деган ибора ғализ, моҳияти ноаниқ. Уни “Ахборот хизмати хабарномаси” деб аташ тўғри бўлади. Яъни, ташкилотнинг Ахборот хизмати томонидан тарқатиладиган хабарнома!

У қисқа, лўнда, мақсади аниқ, тили равон, ортиқча “тушунтириш”лардан йироқ, фактларга бой бўлган муҳим хабар матнидир. Моҳиятан уни ахборот манбаи, дейиш мумкин. Пресс-релизни тайёрлаш учун Ахборот хизмати ходими нималарга эътибор бериши керак?

1. Қоғоз тепасига катта-катта харфлар билан пресс-релиз деб ёзилгач, ташкилотнинг тўлиқ номи, манзили, телефон рақами, электрон почтаси, охирида эса тайёрланган санаси кўрсатилиши зарур.

2. Пресс-релизда аввало ташкилот ҳақида қисқача маълумот бериш, сўнг ўша анжуманга оид факт ва рақамлар, анжуман ўтказилишидан мақсад ҳамда унинг моҳияти ёритилиши лозим.

3. Пресс-релизни ўқиган киши бу материал нима ҳақида, анжуман қачон ва қаерда бўлади, унинг жамоатчилик учун қандай аҳамияти борлиги аниқ акс этиши керак. Бир ёки икки бет ҳажмда (А-4 форматда бир интервалда) тадбир ўтказишдан мақсад, асосий мавзу тўла акс эттирилиши тақозо этилади¹.

4. Пресс-релизда жой номлари тўлиқ ва бехато ёзилиши шарт. Масалан, ЕХХТ-ДИИХБ деган қисқартма сўзни газетада шундоқ ёритса, ҳамма бирдек тушунмайди. Аввало, Европада Хавфсизлик ва Ҳамкорлик Ташкилотининг Демократик институтлар ва инсон ҳуқуқлари бўйича Бюроси, деб ёзиш, сўнг қавс ичида (кейинги ўринда – ЕХХТ-ДИИХБ) деб кўрсатиш мақсадга мувофиқдир. Айтайлик, “МСК” деган ёзувга илгари дуч келмаган киши унинг – Марказий сайлов комиссияси эканини билмайди. Айрим номлар қисқартма ҳолида қўпол сўзларга айланадиган бўлса, яхшиси уни тўлиқ ҳолида ёзган маъқул. Шу ўринда, инглиз олими Сэм Блэкнинг фикрича, қисқартма номларни ҳам тўғри ёзиш керак. Айтайлик, БМТни Б.М.Т. ёки АҚШни А.Қ.Ш. тарзида ёзиш нотўғридир².

5. Пресс-релизда кишиларнинг исми шарифларини тўлиқ ва тўғри ёзиш шарт. (Айтайлик, Ж.К. Тахтаев эмас, балки Жўракул Комилович Тўхтаев қабилида ёзиш зарур). Ўшанда уни телевидение ёки радиода ўқиб эшиттиришда ҳам ноқулайлик туғилмайди.

6. Жой номларини тўғри ёзиш муҳим. (Масалан, Фарғонани – Фергана, Тошкентни – Ташкент ё Тошкан қабилида ёзилиши мумкин эмас. Шунингдек, Москвани – Масков, Россияни – Русия деб ёзиш мантиққа зид). Бошқа мамлакатлар ҳақида сўз кетганда уларнинг номини ҳам асл ҳолича ёзиш зарур. (Масалан, Индия эмас – Ҳиндистон, Египет эмас – Миср Араб

¹ Қаранг: Салливан М. Масъул матбуот хизмати. Regional Program Offise. Vienna. RPO. –Т.: 2002. Б. 43.

² Қаранг: Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. Б. 83-85.

Республикаси, Эмиратмас – Бирлашган Араб Амирликлари, Киргизиямас – Қирғизистон ва ҳоказо).

7. Рақамларни тушуниб ёзиш, хатоликка йўл қўймаслик, керак бўлса, бу борада мутахассислардан маслаҳат сўрашдан тортинмаслик даркор. Баъзилар рақамлар моҳиятини тушунмасдан шундоқ ёзадилар: “Мазкур ўқув даргоҳида 1000 минг нафар ўқувчи таълим олмоқда”. Бу ерда ўқувчилар сони – миллионта деб кўрсатилмоқда. Бундай пайт энг мақбули рақамдан сўнгги сўзни қавс ичида “1000 (минг) нафар” қабилида ёзиш мақсадга мувофиқдир.

8. Соҳага оид атамаларни қўллашда тегишли мутахассислар билан маслаҳатлашиш зарур. Баъзан шундай жумла ёзишади: “дискетда ёзишни машқ қилмоқдалар...” Асли компьютерда ёзиш мумкин. Ундаги ёзув дискетга ва ундан бошқа компьютерга кўчирилиши мумкин.

9. Пресс-релизда имловий хатоликка йўл қўйиш мумкин эмас. Тилимиз шу қадар бой ва сержилоки, ундаги сўзлардан атиги битта ҳарфи хато ёзилса, маъноси бутунлай ўзгариб кетиши ҳеч гапмас. Айтайлик, “кузга яқин” билан “кўзга яқин” ибораларининг маънолари бутунлай бошқа...

10 Пресс-релизни мутасаддилар билан маслаҳатлашган ҳолда тайёрлаши ва ташкилот раҳбарига кўрсатиб олиши лозим.

Пресс-релизни талаб даражасида тайёрлай олмаган ходимлар Ахборот хизматида ишлашга нолойиқ деб ҳисобланади. ОАВга тарқатиладиган пресс-релиз таҳрирталаб бўлиши нафақат Ахборот хизмати ходими, балки ташкилотнинг ҳам обрўсига путур етказди.

Соҳа мутахассисларидан бири профессор Файзулла Мўминов бу мавзуда қуйидаги маълумотларни тақдим этган:

Ўтказилаётган тадбирларнинг пресс-релизи рисоладагидек бўлиши учун биринчи галда нималарга аҳамият бериш зарур? Пресс-релизни тайёрлаш тахминан 15 та талабдан иборат:

1. Предмет, воқеа, ҳаракат (шахс, партия, дастур...) ҳақидаги маълумот матннинг биринчи жумласида бўлиши шарт;

2. Биринчи жумлада воқеанинг қисқача мазмуни бўлиши керак;

3. Пресс-релизнинг мазмуни етгита асосий саволга жавоб бериши зарур:
- а). Тадбир предмети (воқеа...).
 - б). Ташкилот (унинг номи).
 - в). Ташкилот қаерда жойлашган (унинг манзили).
 - г). Ютуқлар нималардан иборат (тадбир нега ўтказилмоқда).
 - д). Илова (қўшимча равишда яна нимадан фойдаланиш мумкин).
 - е). Деталлар (рақамлар, миқдорлар, ўлчовлар, ранглар...).
 - ж). Предмет манбаси (манзилнинг тўлиқ номи, телефон, боғланиш мумкин бўлган шахс, электрон манзил ва ҳ.к.).
4. Пресс-релиз асосан электрон шаклда тарқатилади, бу усул осон, қулай, тезкор ва кенг қамровли.
5. Пресс-релиз ташкилот номи акс эттирилган варақа (бланк)да тайёрлангани маъқулроқ.
6. Пресс-релиз ёрқин, жонли сарлавҳа зарур.
7. Пресс-релиз қоғознинг бир томонида 1,5 интервалда босилади.
8. Абзацлар қисқа, 5-6 қатордан бўлиши керак.
9. Пресс-релиз ҳажми – 200-220 сўздан иборат бўлиши мақсадга мувофиқдир.
10. Зарур бўлганда пресс-релиз икки вариантда тайёрланади:
- умумий ва ихтисослашган пресс-релизлар.
11. ОАВ қўшимча материаллар сўраши мумкин бунга тайёр бўлиб туриш керак.
12. Агар расмлар ва бошқа шунга ўхшаш илова (чизмалар, диаграмма)лар бўлса, бу ҳақда пресс-релизда айтиш зарур ва сўралганда юбориш мумкин.
13. Одатда пресс-релиз имзоланади, яъни, кимнинг номидан юборилаётгани кўрсатилади.
14. Матн оддий матн шаклида юборилиши мақсадга мувофиқдир.
15. Мавзунинг номи рус ва инглиз тилларида такрорланиши мақсадга мувофиқдир.

Ахборот хизмати ходими тахририятларга юборилган пресс-релизлар рўйхатини қайд этиб қўйиши даркор.

Агар пресс-релиз ахборот хизмати ходими томонидан рисоладагидек ёзилган бўлса, журналист ҳеч бир ўзгартиришсиз уни хабар ҳолида чоп эттириши ёки мазкур воқеа ҳақида каттароқ мақола ёзаётганда биринчи хатбошида тўлиқ келтириши мумкин (Фақат, у қайси ташкилот Ахборот хизмати томонидан тақдим этилганини кўрсатиши шарт).

Пресс-релизнинг муҳимлиги абзацдан-абзацга камайиб боргани маъқул, чунки журналистлар уларни пастдан қирқиб қўяверади.

Пресс-релизларни юбориш усуллари уларни тарқатишдан мақсад қандай эканлигига боғлиқ. Агар шунчаки ташкилотдаги янгилик ҳақида кимларгадир маълумот узатиш бўлса, унда матбуот релизлари почта орқали юборилади. Агар пресс-релиз эълон қилиниши зарур бўлса, унинг матни хатга илова қилиниб, махсус одам билан тахририят (бошқа бир муассаса, идорага) юборилади.

Агар пресс-релиз адресатни бирор-бир тадбирга чақириш билан боғлиқ бўлса, унда иккита вариант бор:

1. Пресс-релизнинг биринчи, қисқартирилган матни бир ҳафта олдин тадбир дастурига илова шаклида таклиф этилган идора ёки шахсга юборилади, тадбир куни эса унинг яна бир нусхаси ёки иккинчи кенгайтирилган варианты тарқатма материалларга қўшиб берилади.

2. Пресс-релиз тадбир куни дастур ва тарқатма материаллар билан биргаликда ОАВ ва меҳмонларга топширилади. Бундай пресс-релизлар бир ҳафта-ўн кун олдин тарқатилади, тадбирга бир-икки кун қолганда телефонда яна эслатилади.

Агар битта идорадан икки ёки ундан кўпроқ одам чакирилса, уларни рўйхат қилмасдан ҳар бирига алоҳида таклифнома ва пресс-релиз юбориш маъқулроқ. Худди шундай агар журналистдан ташқари мазкур ОАВнинг бош муҳаррири чакирилса, унга алоҳида, журналистга алоҳида таклифнома ва

пресс-релиз юбормоқ зарур: таклифнома тадбирни эслатади, пресс-релиз эса ишлашга имконият яратади.

Пресс-релизда имловий, стилистик ва ҳатто, тиниш белгиларида хатолар бўлмаслиги зарур. Агар шундай хатоларга йўл қўйилса, бу ташкилотнинг обрўйига путур етказади.

Демак, Ахборот хизматининг ҳақиқий ижодий маҳорати Пресс-релизда ёрқин намоён бўлади.

Назорат учун саволлар:

1. “Пресс-релиз” атамаси қандай маънони англатади?
2. Ишончли ахборот манбаи, деган фикрни қандай изоҳлайсиз?
3. Пресс-релиз қандай тайёрланади?
4. Пресс-релиз тайёрлашда Ахборот хизмати ходимининг ижодий маҳорати қандай баҳоланади?
5. Пресс-релиз ОАВ вакилларига қандай тақдим этилади?

АХБОРОТ ХИЗМАТИ ХОДИМЛАРИНИНГ ТАШКИЛОТЧИЛИК ВА ИЖОДИЙ МАҲОРАТИ

Режа:

- 1. Ахборот хизмати ходимининг ташкилотчилик маҳорати;*
- 2. Ахборот хизмати ходимлари ҳар кунги ўз ташкилотидан янги ахборот ва маълумотлар тўплаши ва ОАВга тақдим этиши режасини ишлаб чиқиши;*
- 3. Ахборот хизмати томонидан мунтазам равишда ахборот оқимини вужудга келтириши;*
- 4. Веб-сайтда ахборот манбаини яратишда ахборот хизмати ходимининг ижодий маҳорати.*

Ахборот хизмати ходими ўз ташкилоти жамоаси – раҳбаридан тортиб оддий ходимларигача тўла маълумотга эга бўлиши даркор. (Ташкилотнинг кадрлар бўлимида ҳар бир ходимга тегишли ҳужжатлар сақланади, ахборот хизматида эса уларнинг илмий, ижодий ва бошқа салоҳиятини кўрсатадиган маълумотларгача тўплаб борилиши мақсадга мувофиқдир) У бутун фаолияти давомида ана шу жамоадан ахборот олади, уларни ОАВ билан ҳамкорликка чорлайди, биргаликда тадбирлар, анжуманлар уюштиради, имижини яратади. Билъакс, уларнинг жамоатчилик билан алоқалар борасидаги тушунчалари мавҳум бўлиб қолаверади.

Жамоатчилик билан алоқалардан кўзланган мақсад – ташкилотнинг дастур ва режаларидан, кундалик фаолиятидан оммани узлуксиз бохабар қилиб бориш, иккинчи томондан, соҳада катта тажрибага эга кишилар, мутахассисларнинг унга муносабати, фикр-мулоҳазаларини, таклиф ва эътирозларини ўрганиб боришдир. Ташкилотда ана шу вазифани бажариш Ахборот хизмати зиммасига тушади. Ахборот хизматини ташкил этган ташкилот раҳбари аввало унинг ана шу вазифаларини тўғри англаб олмоғи лозим.

Қайсики ташкилот раҳбари Ахборот хизматининг шу вазифаларидан келиб чиққан ҳолда иш тутса, унинг дастур ва режалари тўла амалга ошишига имкон яралади. Бундай ташкилотнинг имижи ортиб бораверади. Ахборот хизматидан самарали фойдаланган ташкилот раҳбарининг имижи шунга яраша юқори бўлади. Ахборот хизмати, биринчи галда, ташкилот раҳбарининг журналистлар билан алоқасини мустаҳкамлайди. Ўз навбатида ОАВ ходимлари ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини изчил ривожлантиришга ёрдам беради. Ишни шу асосда ташкил этган раҳбар амалда ташкилотининг фаолиятини муттасил ривожлантира олиши мумкинлигини ҳаётнинг ўзи исботламоқда.

Афсуски, баъзи ташкилот раҳбарлари Ахборот хизматини тузишдан мақсад, унинг вазифаларини ҳали тўла англаб етмаётгани кўриниб турибди. Ваҳоланки, ҳар бир ташкилотда Ахборот хизмати ўрни, мавқеи қай даражада бўлиши биринчи галда шу жамоа раҳбарига боғлиқдир.

Ахборот хизмати биринчи галда ташкилот раҳбари ва ОАВ ўртасида доимий алоқа ўрнатади. Журналистлар билан бўладиган мулоқотларда матбуот котиби ташкилот раҳбарининг ишончли маслаҳатчиси бўлишини тўғри тушуниш лозим. Афсуски, шуни тушунмаган айрим раҳбарлар Ахборот хизматига "шунчаки бўлим" сифатида қарайди. Оқибатда юқорида қайд этилган вазифалар бажарилмай, ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқалари ривожланмай қолаверади. Демак, бу масала қай даражада ҳал этилиши ташкилот раҳбарига боғлиқ. "Барчамизга аёнки, ислоҳот – бу янгиланиш, ўзгариш дегани. Ислоҳотлар ижобий натижа бериши учун, аввало раҳбарларимиз ва одамларимиз ўзгариши керак. Инсон ўзгарса, жамият ўзгаради,— деб таъкидлади Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида.— Бу мақсадга эришиш учун биринчи навбатда, барча даражадаги раҳбарлар ва халқ депутатлари, барча етакчилар ўз фаолиятини танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик асосида ташкил этишларини бугун ҳаётнинг ўзи талаб этмоқда. Замонавий, оқилона бошқарув тизимини жорий

этиш – олдимизга кўйган вазифаларни бажаришнинг асосий шартидир"¹. Мазкур Мурожаатномада таъкидланганидек, Президент қабулхоналарининг икки йиллик иш тажрибаси шуни кўрсатдики, биз яқин ўтмишда халқдан, унинг ташвиш ва муаммоларидан анча узоқлашиб қолган эканмиз. Биз фуқаролар билдирган фикр-мулоҳаза ва таклифларни инобатга олиб, давлат бошқарув тизимини ислоҳ қилишимиз, илғор давлат менежменти ва “ақлли” бошқарув принципларига босқичма-босқич ўтишимиз лозим. Бу шуни билдирадики, энди давлат муассасалари бевосита фуқаро билан ишлашга ўтади. Давлат идоралари халққа, жумладан, тадбиркорларга яқин кўмакчи бўлиши зарур.

Бугунги кунда раҳбарнинг тадбиркор ва ишчан бўлиши баробарида ўз жамоатчилиги билан алоқаларини узвий равишда ривожлантириб бориши устувор масалалардан бирига айланди. Зотан, "мамлакатимизнинг эртаси ва тараққиёти раҳбар ходимларнинг фидойилиги, профессионал маҳорати, ижтимоий-сиёсий фаоллиги, ғоявий-маънавий етуклигига кўп жиҳатдан боғлиқ"² экан, бугунги кунда улардан Ахборот хизматига тўғри муносабатда бўлишлари талаб этилишини изоҳлашга ҳожат йўқ.

Бугунги кунда ташкилотларда Ахборот хизматини ташкил этиш ҳукумат сиёсати даражасига кўтарилганига қарамай бу масалага лоқайдлик билан қараётганлар кам эмас. Бу эса мамлакатимизда РРнинг ривожланишига салбий таъсир кўрсатмоқда. Бунинг натижасида "жойларда очик ва эркин фикрловчиларнинг "оғзини ёпишга" уринувчи раҳбар шахслар ҳам учраб туради"³, алал-оқибат, жамоатчилик фикрини назар-писанд қилмаслик ҳоллари ҳам кўзга ташланмоқда. Бу ошкоралик сиёсатига зиддир. "Аслида, ошкоралик – камчиликларни ўзимиз аниқлайлик, уларга холисона баҳо берайлик ва бартараф этайлик дегани. Бу эса очик мулоқот, баҳс-мунозара орқали рўёбга чиқади"⁴. Ахборот хизмати эса худди ана шу масъулиятли

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси (2018 йил 28 декабрь). – www.uza.uz

² Пахрутдинов Ш. Замонавий раҳбар: у қандай фазилатларга эга бўлиши лозим? //XXI аср. 2005 йил 10 ноябрь.

³ Қаранг: Ўзбекистонда жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ қилиш йўлида. – Т.: Академия, 2005. 118-б.

⁴ Ўша тўплам, ўша бет.

вазифани адо этишини ҳар бир ташкилот раҳбари тўғри тушунмоғи зарур. Қайсики раҳбар шуни тўғри тушунмаса, бундан биринчи навбатда ташкилоти ва жамоатчилиги зарур кўришини изохлашга ҳожат йўқ. Бу каби муаммолар ечимини эса жамоатчилик фикрини ўрганмасдан туриб ижобий ҳал этиш жуда мушкул. Ахборот хизмати худди шу муҳим вазифани бажаришини тўғри тушунган ҳолда ташкилот раҳбари унга имкониятлар яратиши, матбуот котибига жиддий муносабатда бўлиши, ОАВ билан ҳар томонлама алоқаларни мустаҳкамлашда у билан бамаслаҳат иш тутиши давр тақозосига айланди. Ривожланган мамлакатларда матбуот котибининг мавқеи ташкилот раҳбари ўринбосарларига тенглаштирилгани бежиз эмас.

Бироқ, бу илғор иш услубини тушуниб етмаётган айрим раҳбарлар Ахборот хизматига "иккинчи даражали тузилма" сифатида қарашмоқда. Улар Ахборот хизмати ходимларига маърузаларини ёздириш, қандайдир маълумотнома ёки бошқа ҳужжатларини тайёрлатиш каби майда-чуйда ишларни юклаб қўймоқда. Ахборот хизматининг ҳақиқий юмушлари бир четда қолиб кетаётир. Бу ҳолда Ахборот хизматини тузишдан кўзланган мақсадга эришиб бўлмайди.

Ахборот хизматининг яна бир вазифаси – ташкилот раҳбарининг ОАВда мунтазам чиқишларини таъминлашдан иборат. Бунинг учун ўша раҳбарнинг ўзи ҳам ташаббус кўрсатиши зарур. Яъни, газетада қандай мақола ёритиши, телевидение ёки радиога қайси мавзуда интервью бериши борасида Ахборот хизмати раҳбари билан бамаслаҳат иш тутиши лозим.

Қатор ташкилотларда Ахборот хизмати фаолиятини тобора такомиллаштиришда пойтахт шаҳримиздаги Миллий матбуот марказида, турли ташкилот ва муассасаларда вақти-вақти билан ўтказилаётган матбуот котиблари йиғилишлари, давра суҳбатлари муҳим ўрин тутмоқда. Бу тадбир ва анжунларда айниқса ёш матбуот котиблари билим ҳамда тажрибалари, малакаларини оширмоқдалар.

Ахборот хизмати матбуот анжуманлари ўтказилганидан сўнг у ҳақда ОАВда кенг ёритилиши учун ҳам масъул ҳисобланади. ОАВни ахборот

билан таъминлаш ҳар бир Ахборот хизмати ходимининг муҳим вазифаси ҳисобланади.

Демак, ташкилот раҳбари Ахборот хизматини "майда-чуйда" ишларга ўралаштириб қўймасдан ўша салмоқли, залворли вазифаларни бажаришга йўналтириши давр талабидир. Бунинг учун ташкилот раҳбарининг ўзи Ахборот хизматининг қандай мақсадда ташкил этилгани, вазифалари нималардан иборат эканлигини яхши англаб олмоғи зарур. Бу борада назариётчи Валентин Королько ёзганидек, «PRни хўжақўрсинга ташкил қилмаслик керак»⁵. Унинг фикрича, ўзларига яхши шароит яратиш учун ҳар қандай йўл билан халқни алдаш ва омма ишончини суиистеъмол қилиш нохуш оқибатларга олиб келади. Жамиятни маълум бир муддат давомида алдаш мумкин. Бирон-бир қисминигина узоқроқ алдаб юриш мумкин. Бутун жамиятни ҳар доим алдаб юриш эса ҳали ҳеч кимга насиб қилмаган⁶. Жаҳон амалиётига назар ташлайдиган бўлсак, қайсики соҳада бўлмасин омма ишончини суиистеъмол қилиш шак-шубҳасиз салбий оқибатларга олиб келади...

Демак, энг аввало ҳар бир ташкилотда Ахборот хизматига нисбатан муносабатни тўғри шакллантириш тақозо этилади. Мутахассислар фикрича, бундай муносабат моҳияти тубандагича бўлиши мумкин:

- ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантиришга доимо эътибор бериб туриш;
- соҳа мутахассислари билан бамаслаҳат иш юритиш;
- муҳим қарорлар қабул қилишда аввало ундан кўзланган мақсад ва оқибатини эътиборга олиш;
- ташкилотнинг ички ва жамоатчилик билан ташқи – икки томонлама алоқаларини мунтазам равишда ўрнатиш;
- эълон қилинган режалар, учрашувларда берилган ваъдаларнинг тўла бажарилиши учун қатъий ҳаракат қилиш;

⁵ Королько В.Г. Основы публик рилейшнз. –Киев.: Ваклер, 2000.–С. 11-12

⁶ Королько В.Г. Основы публик рилейшнз. –Киев.: Ваклер, 2000.–С. 11-12

– ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларни ривожлантиришдан кўзланган мақсадларини аниқлаб олиш.

Давр талабини тўғри англай олмаётган айрим ташкилот раҳбарларида Ахборот хизмати билан бундай муносабатлар нима учун зарур, деган ғайриоддий савол пайдо бўлиши мумкин. Очиғи, бундай амалиётга ўрганмаган мутасаддилар оғизда бошқача гапирсалар-да амалда унга ўзлари риоя этиши жуда қийин кечмоқда. Хўш, бу борада нима қилмоқ керак, деган саволга мухтасар жавоб топиш керак. Профессор Шукритдин Пахрутдинов ибораси билан айтганда: "вазифа аниқ: раҳбар кадрларни профессионал жиҳатдан қайта тайёрлашимиз, энг аввало, уларнинг онг ва тафаккурини тубдан ўзгартиришга эришимиз зарур"⁷.

Токи, улар ўзлари раҳбарлик қилаётган ташкилотининг жамоатчилик билан алоқаларини изчил ривожлантиришда Ахборот хизматининг ўрни ва ролини ҳам англаб етишлари лозим.

Хулоса ўрнида айтиш мумкинки, Ахборот хизматининг асосий вазифаси – матбуот, радио ва телевидение орқали ўз идоралари ҳақида жамоатчилик ўртасида ижобий ахборотни тарқатиб, ушбу жамоатчиликда идоранинг имижини яратишдир. Албатта, мазкур вазифани муваффақиятли бажариш фақатгина Ахборот хизмати ходимларининг ўзларига боғлиқ эмас. Уларнинг фаолияти энг аввало истиқболли режага асосланиши зарур.

Ахборотлашган жамиятда Ахборот хизматини ривожлантирмасдан бирор ташкилот фаолияти ривожланиши мушкул. Ахборот хизматига ижобий муносабатда бўлмаслик ва унга керакли ёрдамни кўрсатмаслик ташкилотнинг эртаги фаолиятини таъминлай олмаслик билан тенгдир. Ташкилот раҳбари ва Ахборот хизмати раҳбари ўртасида доимий самимий ва ишонарли мулоқот бўлиши зарур. Кўп идораларда Ахборот хизмати раҳбари идора бошлиғининг ахборот технологиялари ё жамоатчилик билан алоқалар бўйича ўринбосари ҳисобланади. Бундай расмий мақом Ахборот хизмати учун ўз вазифаларини муваффақиятли бажариш имконини ошираверади.

⁷ Пахрутдинов Ш. Замонавий раҳбар: у қандай фазилатларга эга бўлиши лозим? //XXI аср. 2005 йил 10 ноябрь.

Ахборот хизматининг бошқа бўлимлар билан муносабатлари

Ушбу мавзу асосан соҳа мутахассисларидан бири – филология фанлари доктори, профессор Файзулла Мўминов (муаллифнинг илмий раҳбари) билан ҳамкорликда тайёрланди.

Ҳар бир ташкилот бир нечта бошқарма, гуруҳ ё бўлимлардан (кейинги ўринларда – бўлим) таркиб топишини изоҳлашга бўлмаса керак. Улар бир мақсад йўлида фаолият кўрсатадилар. Фақат, кундалик ишлари, режалари турлича бўлиши мумкин. Айтайлик, газета таҳририятида ҳам ўша нашр йўналишига монанд "Ижтимоий ҳаёт", "Иқтисодиёт", "Адабиёт ва санъат", "Жамоатчилик билан алоқалар" каби бўлимларнинг режалари турлича бўлса-да, улар шу таҳририятни ташкил этган ҳолда битта номда газета чиқарадилар. Демак, таҳририят умумий мақсад йўлида фаолият кўрсатади.

Турли маҳсулотлар ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхона, йирик ташкилот ва муассасаларда ҳам фаолиятлари бир-бири билан чамбарчас бўлган бўлимлар фаолият кўрсатмоқда. Ахборот хизмати ташкилот раҳбарияти билан қандай муносабат ўрнатган бўлса, ўша бўлимлар билан ҳам худди шундай узвий алоқада бўлиши лозим. Очиқ айтиш керак, ҳозирча Ахборот хизматининг бошқа бўлимлар билан муносабатларига етарли даражада эътибор берилмаётир.

Юқорида Ахборот хизматининг ташкилот раҳбари ва жамоа ходимлари ўртасидаги алоқаларни ривожлантириш борасидаги вазифалари ҳақида сўз юритдик. (Буни, ички PR деб атадик). Ахборот хизматининг навбатдаги вазифаси – ташкилотдаги бошқа бўлимлар билан ҳам ҳамкорликни йўлга қўйишдан иборат. Бу ҳам аслида ички PRни такомиллаштиришга хизмат қилади.

Ташкилотдаги ҳар бир бўлим билан узвий алоқада бўлиш ижтимоий фикрни теранроқ ўрганишга ёрдам беради. Зеро, "жамоатчилик фикри моҳиятини теранроқ англамоқ учун мазкур ижтимоий ҳодиса таркибини атрофлича ўрганиш мақсадга мувофиқдир,— деб ёзади профессор Мансур

Бекмуродов.— Ҳар бир фикр ўз кўлами ва сифатига кўра хусусий, гуруҳий, маҳаллий, миллий, табақавий бўлиши мумкин"⁸. Ташкилотда эса бир нечта бўлимлар билан алоқа ўрнатиш асносида бутун жамоа фикрини теранроқ ўрганиш имкони пайдо бўлади. Чунки, уларнинг фикрлари "бирор бир ижтимоий аҳамиятга эга бўлган масала хусусида билдирилган эътиқоди, фикр-қарашларининг намоёнишидир"⁹.

Демак, ҳар қандай ташкилотда ички РРни ривожлантириш учун Ахборот хизмати фақат раҳбарияти билан муносабат ўрнатиши камлик қилади. Ахборот хизмати барча бўлимлар билан бирдек алоқа ўрнатган тақдирдагина кўзланган мақсадга эришиши мумкин. У ҳар бир бўлимнинг фаолияти, режалари, ютуқ ва камчиликлари, эришаётган натижаларидан бохабар бўлиб бориши зарур. (Ҳозирча Ахборот хизмати умумий йиғилишларда раҳбарнинг гап-сўзларидан сўнггина бошқа бўлимлар фаолиятдан қисман хабардор бўлмоқда).

Агар Ахборот хизмати бошқа бўлимлар билан ўзаро алоқаларни мунтазам йўлга қўйган ҳолда фаолият кўрсатса, бу ташкилотнинг ривожланишига қай даражада ижобий таъсир кўрсатишини тасаввур этиш қийин эмас. Демак, бу масалага ташкилот раҳбари жиддий эътибор қаратиб, ташкилотининг бўлимлари билан Ахборот хизмати ўртасидаги алоқаларни ривожлантиришга ёрдам бериши мақсадга мувофиқдир. Аслида, ҳар бир раҳбарнинг энг муқаддас бурчи — одамларга ғамхўрлик қилиш, уларни бирлаштиришдан иборатдир.

Ахборот хизматининг барча бўлимлар билан алоқаларни мустаҳкамлаб бориши энг аввало умум манфаатига хизмат қилади. Ҳар бир бўлим Ахборот хизмати орқали бир-бирларининг ишларидан бохабар бўлиб боради. Шу аснода улар ҳамфикр, маслақдошга айланадилар. Умум манфаатига тўғри келмайдиган ёхуд улар фаолиятига тўсқинлик қиладиган муаммоларни баҳамжиҳатлик билан ҳал этиб бориш имкониятига эга бўладилар. "Гап шахс

⁸ Бекмуродов М. Ўзбекистонда жамоатчилик фикри. —Т.: Ўзбекистон Республикаси Ижтимоий фикр жамоатчилиги маркази. 1999. — 25 б.

⁹ Биккер Г., Босков А. Современная социологическая теория и ее преемственности и изменении. —М.: 1963. С-632.

нуқтаи назарини умум манфаатларига нечоғли мувофиқ тушишига, ҳар бир индивиднинг жамоа хоҳиш-иродаси, мақсад ва интилишлари доирасида иш тутишига боғлиқлиги устидадир,— деб ёзади профессор Мансур Бекмуродов.— Зеро, жамиятнинг илдам тараққиёти фикрлар мўл-кўллиги, масалани ҳал этишнинг ранг-баранг йўл ва усуллари мавжудлиги ва бу эркин қарашларни очик-ойдин ўртага ташлаш, муҳокама этиш имкониятлари яратилган ҳоллардагина амалга ошиши мумкин"¹⁰.

Ахборот хизмати ташкилотдаги бошқа бўлимлар билан қандай муносабат ўрнатади?

Бу бирор буйруқ ё қандайдир кўрсатма билан амалга ошадиган иш эмас.

Ахборот хизмати ходими ишни аввало барча ходимлар билан самимий муносабатлар, ўзаро ҳамкорлик ўрнатишдан бошлаши зарур. Бошқа бўлимлар Ахборот хизматига қилаётган ишлари ҳақида маълумотлар бериб боришдан қанчалик манфаат кўришини тушунтириш керак. Бўлимлар нафақат қўлга киритилаётган ютуқлар, айтилиб вақтда ишга тўсқинлик қилаётган муаммолар хусусида ҳам Ахборот хизматига очик-ойдин айтишлари одатий ҳолга айланиб қолиши даркор. Бундай ҳолни эса ташкилотларда иш юритишнинг — мувофиқлаштириш усули деб аташади. Бу борада АҚШлик мутахассис Маргерит Салливан айрим назариётчиларнинг фикрига таянган ҳолда шундай ёзган: "Мувофиқлаштиришсиз ишни яхши бажариб бўлмайди". Муаллифнинг фикрича, матбуот котиби ходимларнинг ОАВ билан барча алоқаларини мувофиқлаштиргани дуруст. Матбуот котиби, ҳеч бўлмаса, бирон-бир ходим матбуот вакиллари билан мулоқотда бўлган-бўлмаганини, қандай мавзуларни муҳокама қилганини имкон қадар тезроқ билиши зарур¹¹.

Шуни очик айтиш жоизки, аксарият ташкилотларда ходимлар ОАВ вакиллари билан ўзларича суҳбатлашавермайдилар. Уларга бирор ахборот беришга ийманадилар (ёки "қовун тушириб" қўйишдан кўрқадилар). Нега

¹⁰ Бекмуродов М. Ўзбекистонда жамоатчилик фикри. —Т.: Ўзбекистон Республикаси Ижтимоий фикр жамоатчилики маркази. 1999. — 7-8 б.

¹¹ Қаранг: Салливан М.Х. Масъул матбуот хизмати. —Т.: 2005. — 13 б.

шундай, деган саволга эса ҳеч ким жўяли жавоб айта олмайди. Бу бутун дунёда кузатилган ғалати ҳодисадир. Бироқ, ижтимоий ҳаётда энг муҳим ахборотлар айнан уларнинг фаолиятлари билан боғлиқлигини эътироф этиш жоиз. У ишлаб чиқариш ё бошқа соҳадами, барибир, ахборотнинг биринчи манбаи – оддий меҳнаткашларнинг фаолиятлари билан боғлиқ ҳодисалардан бошланишини изоҳлашга ҳожат йўқ. Шундай экан, ҳар бир жамоада Ахборот хизмати бошқа бўлимлар билан узвий алоқада бўлиб, улар ахборотини ҳушёрлик билан ўрганиб, лозим топса, ОАВда ёритиб бориши даркор. Шу боисдан Ахборот хизмати фаолиятининг "аҳамияти яна шу сабабдан ҳам ортадики, улар умумий ҳокимият институти номидан ҳаракат қилади, бу институт ўз иродасини фуқароларга етказмасдан, ўз қарорларини эълон қилмасдан ва тушунтирмасдан ишлай олмайди"¹². Ташкилотда Ахборот хизмати фаолияти, вазифалари ва мақсадлари барчага маълум бўлгач, унга бўлган эътибор ҳам ортади.

Хўш, бошқа бўлим ходимлари Ахборот хизматига қачон ахборот бериб туриши, муаммоларини ошкора айтиши мумкин? Қачонки, ундан бирор ижобий натижа чиқишига ишонса!

Айтайлик, бирор бўлим Ахборот хизмати зарур ахборотини айтганидан сўнг у ҳақда ОАВда мақола ёритилса ва ундан ўша бўлим манфаат кўрса, сўзсиз бошқа ахборотларидан ҳам бохабар қилиб туради. Ёки муаммосини Ахборот хизматига айтгач, унинг ижобий ҳал этилишига йўл очилса, шундан сўнг ўша бўлимнинг Ахборот хизмати билан алоқалари мутаҳкамлана бошлайди. Ахборот хизмати бошқа бўлим ахборотини шунчаки тинглаб, ундан кейин бирор саъй-ҳаракат қилмаса, уларнинг ҳафсаласи пир бўлади. Сўнг, унга бирор ахборот бериш фойдасиз, деган хулосага келади. Бундай жамоада Ахборот хизматининг бошқа бўлимлар билан алоқаси кутилган даражада бўлмайди.

Бошқа бўлимлардан олинган ахборотларни Ахборот хизмати нима қилади, деган саволга қуйидагича жавоб бериш мумкин:

¹² Қаранг: Матбуот хизматлари фаолиятини ташкил этиш бўйича қўлланма. –Т.: Адолат. 2006. – 6-б.

1. Маълумот сифатида ўрганади, таҳлил қилади ва ташкилот раҳбари билан келишган ҳолда интернетдаги тегишли веб-сайтига жойлаштиради.

2. Мавзунинг долзарблигига қараб ОАВда ёритиши мумкин.

3. Жамоатчиликнинг унга нисбатан фикрини, таъбир жоиз бўлса, тажрибали мутахассисларнинг таклифларини, эътирозларини ўрганиб, бу ҳақда бўлим ходимларини хабардор этади.

Бу, албатта, ўша бўлим фаолиятининг янада ривожланишига хизмат қилади. Демак, ҳар бир бўлим Ахборот хизматини ўз фаолияти ҳақидаги янги ахборот ва маълумотлар билан таъминлаб туриши мақсадга мувофиқдир. Ўз навбатида Ахборот хизмати бўлим фаолияти, ютуқлари ва муаммолари, ходимлар фаолияти ҳақида жамоатчиликни хабардор этиб бориши даркор. Аҳоли уларнинг фаолияти, чиқараётган маҳсулотлари ёки кўрсатаётган хизмати ва ҳоказолардан мунтазам бохабар бўлиши лозим. Бу билан Ахборот хизмати мазкур ташкилотда бўлимлараро ахборот алмашинувини таъминлашга хизмат қилади. Шунинг баробарида бошқа бўлимлар Ахборот хизмати саъй-ҳаракатларига қараб йўл тутишлари одатий ҳолга айланади.

Хўш, бу борада юртимиздаги ташкилотларда аҳвол қай даражада? Бу масалада Ахборот хизмати биринчи галда қуйидаги саволларга аниқ ва тўлиқ жавоб бера олиши даркор:

1. Ташкилот жамоасини, унинг бўлимларини қандай мутахассислар ташкил этади?

2. Улар ташкилотга тегишли қонунлар, ҳукумат қарорлари ва бошқа меъёрий ҳужжатлардан қай даражада бохабар?

3. Ташкилот низоми, дастури, режалари билан танишиб чиқишганми?

4. Ана шу ҳужжатлар юзасидан қандай фикрлар билдиришган? (Ўша билдирилган фикрлар мониторинги олиб борилганми? Унинг натижалари ташкилот раҳбарига ва жамоага маълум қилинганми?)

5. Ходимлар ташкилот раҳбарининг таржимаи ҳолини, иш услубини билишадими, унга ишонишадими, зарур пайтда қўллаб-қувватлашадими?

6. Ташкилотнинг истикбол режалари, дастурлари билан ҳар бир ходим танишганми ва бу борада уларнинг фикрлари ўрганилганми?

7. Жамоа шартномаси – корхонада иш берувчи билан ходимлар ўртасидаги меҳнат, ижтимоий-иқтисодий ва касбга оид муносабатларни тартибга соладиган меъёрий ҳужжат¹³ борми ва унга қай даражада амал қилинмоқда?

8. Бўлимларнинг кундалик фаолияти: эришаётган натижалари, пайдо бўлаётган муаммолар ва уларнинг ечими қандай ҳал этилаётганидан бутун жамоа мудом хабардор бўлиб борадими?

Тасаввур қилинг, барча ходимлардан ўша саволларга ижобий жавоб олинса, у ҳолда бу жамоа аъзоларининг ҳуқуқий савияси, маданияти қай даражада юксак бўлиши мумкин! У ҳолда ҳар бир ходим қандай жамоада ишлаётганини англаб, онгли равишда меҳант қилади! Ташкилотининг бу жамиятда нима учун кераклигини ҳис этади. Одамларга қандай фойда келтираётганини, бунинг келажаги қандай бўлишини яхши билади. Ахборот хизмати ўз фаолиятида жамоа аъзоларига ана шулар ҳақида узлуксиз равишда зарур маълумотларни етказиб туриши шарт.

Агар ходим улардан беҳабар бўлиб, фақат раҳбарининг топшириғини бажариш билангина кифояланаётган бўлса-чи? (Маъмурий-буйруқбозлик усули шунақа эди-да). Бу ҳолда ташкилот фаолиятини қандай баҳолаш мумкин? Бундай ташкилот ўз мақсадларига қай даражада эриша олади?

Юқорида айтиб ўтганимиздек, ана шу ички PR вазифаларини ўз номи билан – пиарменлар, яъни, Ахборот хизмати бажаради. У биринчи галда ташкилот раҳбарияти ва меҳнат жамоаси ўртасида доимий алоқа ўрнатиши зарур. Бу алоқа – жамоа аъзоларини юқорида санаб ўтилган ҳужжатлар билан таништиришдан бошланади. Ўз соҳасига оид қонунлар, ташкилотининг меъёрий ҳужжатлари, режалари ва бошқа маълумотлар билан танишган ҳар бир ходимда уларга нисбатан фикр пайдо бўлади. Ана шу фикрларни, таклиф ва эътирозларни ўрганиб, улардан ташкилот раҳбарини

¹³ Қаранг: Ўзбекистон миллий энциклопедияси. –Т.: 2002. – 3-жилд, 545-б.

хабардор қилиб бориш Ахборот хизматининг ғалдаги муҳим вазифаси ҳисобланади. Илмий нуқтаи назардан қаралганда, Ахборот хизмати шу аснода икки томонлама фикр тинглашни, пировардида, жамоатчилик билан алоқаларни йўлга қўйган бўлади.

Аниқланишича, баъзи ташкилотларда бу масалаларга на раҳбари ва на Ахборот хизмати ходими эътибор беради. Айнан шу масалада бир гуруҳ журналистлар ўртасида сўров ўтказилганида айримлар ўз таҳририяти низоми, дастури, бош муҳаррирнинг режалари, молиявий аҳволи билан таниш эмаслиги маълум ҳам бўлди.

"Таҳририят низоми билан танишмисиз?"— деган саволга бир адабий ходим шундай жавоб берган:

"Ўша ҳужжатлар бош муҳаррирнинг сейфида туради. Сўрасак, нега кавлаштириб қолдинг?"— дея ғалати қарайди...

Иккинчи ходимнинг жавоби ҳақиқатга анча яқин бўлди:

"Аслида ўзимиз лоқайдмиз. То ишимиз тушмагунча на қонунни ва на бошқа зарур ҳужжатларни ўқиб кўрамиз".

Учинчи ходим масалага янада ойдинлик киритди:

"Фақат раҳбарнинг топшириғини бажаришга одатланиб қолганмиз".

Тўртинчи ходим бепарволигини ошкор қилди:

"Ўша ҳужжатларни билганимиздан нима фойда?"

Унга шундай жавоб қайтариш ўринлидир:

"Аввал ўша ҳужжатлар билан тўлиқ танишинг, сўнг, ҳуқуқий билим ва савиянгиз ошганида саволингизга ўзингиз мухтасар жавоб топасиз!"

Яширишга ҳожат йўқ, бундай ачинарли ҳолни республикадаги қатор ташкилотларда ҳам кузатиш мумкин. Аксарият ҳолларда ходимлар ўзларини қандайдир вазифани бажариш учунгина ишга қабул қилинган, деб ҳисоблайдилар. Улар ташкилот режалари билан қизиқмайди. Демак, ўша ташкилотларда ҳозирча ички PR ҳам, Ахборот хизматининг бошқа бўлимлар билан алоқалари ҳам қоникарли даражада деб бўлмайди. Халқона тилда

айтганда, бундай ташкилотларда аҳвол — эски тос, эски ҳаммомлигича қолмоқда.

Қайсики ташкилотда Ахборот хизмати фаолиятига жиддий эътибор қаратилса ва юқорида қайд этилган вазифалар тўла амалга оширилса, ўша муаммолар ечими ижобий ҳал этилиши мумкин.

Ахборот олиш ҳам, журналистнинг саволларига тўлақонли жавоб бериш ҳам катта масъулият талаб қилади. Бунинг учун журналист ҳам, ташкилот мутасаддиси ҳам муайян тайёргарлик кўрмасдан бирор натижага эришиши мушкул. Хўш, бу муаммони осонроқ ҳал этишнинг имкони борми? Ахборот хизмати худди ана шу масъулиятли ва муҳим вазифани ижобий ҳал этади!

Яъни, у ташкилотлар ва ОАВни боғловчи бўгин бўла олади.

Бугунги кунда республикамизнинг кўп ташкилотлари ўз ахборот хизмати, газета-журналлари, телерадиостудияси, интернетда веб-сайтларига эга. Улар ташкилот ахборотларини оммага етказишга хизмат қилиши талаб этилади. Ўз навбатида жамоатчилик фикри ўрганиб борилиши зарур.

Ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини узвий боғлаб турадиган масъул шахслар — Ахборот хизмати ходимлари ҳисобланади. Улар аввало ташкилотнинг ОАВ билан алоқаларини мунтазам равишда йўлга қўяди. Ўз навбатида ОАВ ташкилот ахборотини тарқатиш билан бир қаторда унинг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантиришда ҳам муҳим ўрин тутadi.

Ахборот хизмати қанчалик самарали фаолият кўрсатса, ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқалари шунчалик мустаҳкамланиб бораверади. Шунини айтиш жоизки, одамлар оқ билан қорани, рост билан ёлғонни, ҳақиқат билан сохталикни яхши ажратиб олади. Шул боис PR кўпроқ психологик муносабат ўрнатади, одамлар билан руҳий мулоқотда бўлади. Бу қуйидагича кечади: “...ўзаро алоқадан эътиборга, эътибордан тушунчага, тушунчадан тан олишга, тан олишдан ишончга, ишончдан ҳурматга, ўзаро ҳурматдан ҳамкорликка, ўзаро ҳамкорликдан ҳамоҳангликка”¹⁴. Бундай ўзаро боғланиш жамоатчилик билан алоқаларни мустаҳкамлашга хизмат қилади.

¹⁴ Мўминов Ф.А. Паблик рилейшнз: теория и история. —Т.: Ижод дунёси. 2003. Б. 77.

PR назарияси ва амалиётини яхши билган матбуот котиблари турли мураккаб вазиятларда қандай йўл тутишини ҳақида Д.Бутриннинг ушбу фикрлари эътиборга молик: “Яхши матбуот котиби журналистлар билан шундай асосда ишлаши керак: “ҳақиқат шунчалик серқирраки, ёлғон гапиришга ҳеч қандай ҳожат йўқ”¹⁵. Матбуот котиби зиммасига тушадиган мураккаб вазифалар ҳақида сўз борар экан, ахборот хизмати институти ҳозирги пайтда оммавий ахборот воситалари оламининг муҳим бир сегменти бўлиб қолаётганини тўғри англамоқ даркор.

Назорат учун саволлар:

1. Ташкилотчилик маҳорати деган тушунчани қандай изоҳлайсиз?
2. Ахборот хизмати ходими қандай ташкилотчилик маҳоратига эга бўлиши керак?
3. ОАВга тақдим этиладиган ахборот ва маълумотлар режасини ишлаб чиқишда нималарга эътибор қаратиш зарур?
4. Ахборот оқимини вужудга келтиришда нималарга эътибор қаратиш зарур?
5. Ташкилотда Ахборот хизматига нисбатан муносабат қандай шакллантирилади?
6. Ташкилот раҳбари ўз Ахборот хизмати билан қандай муносабатда бўлмоғи зарур?
7. Ташкилотда Ахборот хизматининг бошқа бўлимлар билан муносабатлари қандай йўлга қўйилади?
8. Бошқа бўлимлардан олинган ахборотларни Ахборот хизмати нима қилади?
9. Ташкилот раҳбарининг журналистлар билан алоқаси қай тариқа йўлга қўйиб борилади?
10. Жамоатчилик билан алоқалардан кўзланган асосий мақсад нима?

¹⁵ Бутрин Д. Год открытых дверей. //Коммерсантъ. –2002, 24 декабрь. Б. 30.

МАТБУОТ КОНФЕРЕНЦИЯСИ

Режа:

- 1. Матбуот конференциясига тайёргарлик кўриш.*
- 2. Матбуот анжумани ўтказиш учун яратиладиган шароитлар.*
- 3. Матбуот анжуманини бошқаришда матбуот котибининг ўрни.*

Журналистлар учун энг катта мулоқот майдони – матбуот конференцияси ҳисобланади. Унда ОАВ вакиллари вазир, қўмита раиси ва бошқа ташкилот, муассаса ҳамда идораларнинг раҳбарлари, мутасаддилари билан юзма-юз мулоқот қилиш имконига эга бўлади.

Матбуот анжумани қанчалик юксак савияда, очиқ-ошкора ўтказилиши Ахборот хизматининг ташкилотчилик маҳратига боғлиқ. Бу ишни амалга оширишдан аввал матбуот котиби дастлаб ўз идорасида раҳбари билан бамаслаҳат қуйидаги вазифаларни амалга ошириши зарур:

– матбуот анжумани ўтказишдан мақсад ва ундаги асосий мавзунини аниқ билиши (шу асосда Пресс-релиз тайёрлаши);

– конференция ўтказиладиган вақти (йил, ой, кун, соат, дақиқасигача) аниқ бўлиши ва бу ҳақда тегишли ОАВ ходимларига камида уч кун илгари хабар берилиши шарт;

– анжуман журналистлар учун қулай манзилда ўтказилиши, ўша хона кенг ва ёруғ, шовқин-сурондан йироқ бўлиши лозим. Токи, телекўрсатув ё радиоэшиттириш тайёрлашда ноқулайлик бўлмаслиги зарур. Столлар иложи борида айлана шаклида бўлиши, анжуманга келишган мутасадди раҳбарлар ва журналистлар бемалол юзма-юз мулоқот ўтказиши учун қулай бўлиши керак. (Ўзбекистон Миллий матбуот марказида шу қулайликлар яратилган);

– матбуот конференциясига ташриф буюрган журналистларни рўйхатда қайд этиш ва шу ернинг ўзида Пресс-релизларни тарқатиш лозим;

– матбуот конференциясида иштирок этаётган ташкилот мутасаддилари олдида уларнинг исми шарифлари, лавозимлари ёзилган лавҳа туриши шарт. Токи, анжуман иштирокчилари кимлар билан мулоқот қилишаётганини билиб турсинлар;

– ташкилот раҳбарини таклиф этилган журналистлар рўйхати билан албатта таништириш даркор. Таклиф этилмаган журналистлар ҳам ташриф буюришлари ва матбуот конференциясида фаол иштирок этишлари, бу ҳақда ОАВда ёритишлари мумкин (фақат аккредитациядан ўтган журналистлар билангина ўтказиладиган матбуот конференциялари бундан мустасно);

– анжуманда ташкилот раҳбари ва яна кимлар нима ҳақида гапиришини матбуот котиби улар билан келишиб олиши муҳимдир;

– журналистлардан кутилаётган тахминий саволлар рўйхатини раҳбарга тақдим этиш (бу ишда матбуот котибидан жуда зийраклик талаб этилади, у ўша мавзу доирасида журналистлар қандай саволлар бериши мумкинлиги ҳақида сўровлар ўтказиши, ОАВ вакилларининг фикрларини ўрганиш йўли билан берилиши мумкин бўлган саволлар рўйхатини тузиши мумкин);

– журналистлар олдиндан матбуот конференцияси мавзусини сўраган тақдирда уларга албатта тўғри ахборот бериш шарт. Бундай пайт “Пресс-прелиз” тақдим этиш мақсадга мувофиқдир. Айрим журналистлар радиода ё телекўрсатувларда анонс беришлари мумкин.

Анжуман белгиланган дақиқада бошланиши шарт. Негаки, баъзи радио ва ҳатто, телеканаллар уни тўғридан-тўғри эфирга бериши ҳам мумкинлигини ёдда тутиш лозим.

Анжуманни матбуот котиби бошқаради. У ташкилот мутасаддиларига, сўнг, навбати билан журналистларга сўз беради. Бунинг учун матбуот котиби имкон қадар журналистларнинг исми шарифларини, қайси ОАВдан ташриф буюрганини билиши даркор.

Ахборот хизмати ходимларидан бири анжуманда берилаётган савол-жавобларни ёзиб бориши зарур. Бу ҳақда унинг ўзи ҳам мақола ёзиши мумкин. Журналистлар орасида атай “шов-шувли” савол берадиганлари ҳам

учраб туради. Бундай пайтда эса матбуот котиби вужудга келган нокулай вазиятдан усталик билан чиқиб кетишга ҳаракат қилиши зарур.

Матбуот анжуманларидан асосий мақсад – ОАВ ходимларини ахборот билан таъминлашдир. Иккинчиси, уларнинг фикрларини ўрганиш. Ташкилот мутасаддилари ва журналистлар ўртасидаги бундай мулоқот майдонида ҳар қандай масаланинг ечими топилиши учун имкон яралади. ОАВ вакиллари юзма-юз мулоқотда ўзларини қизиқтирган саволларига бевосита тегишли мутасаддидан жавоб оладилар. Бу ахборотнинг янада аниқ, сермазмун, фактларга бой бўлишига хизмат қилади. Матбуот анжуманининг яна бир муҳим жиҳати – ташкилот мутасаддилари ва ОАВ вакиллари томонидан фикр икки томонлама тингланади. Матбуот анжуманларида ҳам ОАВ ходимлари аввало ахборотга эга бўладилар ва уни ҳозиржавоблик билан ёритишга киришадилар.

Мутахассислар фикрича, матбуот анжуманидаги “мураккаб саволлар кўрилатган масаланинг туб моҳиятини очиб беришга хизмат қилиши”¹ бу тадбирнинг қанчалик муҳим эканлигини кўрсатади. Матбуот анжумани орқали кенг жамоатчилик билан алоқалардан ташкилот фақат ютади.

Баъзи ташкилотлар матбуот анжуманини “зарурат пайдо бўлганида” ўтказиш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблайдилар. “Зарурат йўқ” деб, ойлаб матбуот конференцияси ўтказмаслик жамоатчилик билан алоқалар амалиёти мантиғига зиддир. Чунки, ташкилот ва унинг жамоатчилиги тенг ҳуқуқли ва ўзаро боғлиқлигини ёддан чиқармаслик даркор.

Ахборот хизмати – уни ташкил этган ташкилот ё муассаса билан ОАВ ўртасида ижтимоий кўприк, дейиш мумкин. Бу “кўприк” матбуот конференцияларида яққол намоён бўлади. “Матбуот конференцияларини муттасил ўтказсангиз, улар ҳовурни чиқариш имконини беради. Бирон бир эълон ёки позитив ахборот бўлса, матбуот конференциясини ўтказиш яхши тадбир”².

¹ Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика.– М.: Вильямс, 2003. Б. 372.

² Қаранг: Салливан М. Масъул матбуот хизмати. Regional Program Offise. Vienna. RPO. –Т.: 2002. Б. 55.

Матбуот конференцияларидан кутилган натижалар, яъни, анжуманда тарқатилган ахборотлар, савол-жавоблар ва уларнинг ОАВда ёритилиши ҳақида Маргерит Салливан “Масъул ахборот хизмати” китобида шундай ёзади: “ОАВ жамоатчиликни ҳукумат фаолиятдан хабардор қилади ҳамда мунозарага ундайди”³. Муаллиф бир матбуот котибининг шундай фикрларини келтиради: “ҳукуматлар ихтиёрида жуда катта ҳажмда ахборот бўлиб, улар учун бу ахборотни фуқароларга етказишнинг самарали усули зарур, шундагина ҳукумат ахборот хизмати вакили саҳнага чиқади. Бу одам, ҳукумат ичида ишловчи репортёр каби, жамоатчилик учун ахборот тўплайди”⁴.

Демак, матбуот котибининг касб маҳорати бутун фаолияти давомида, айниқса, матбуот анжуманларида намоён бўлади. ОАВ ходимлари билан мулоқот пайтида у нима қилиши ё қилмаслиги лозим, деган саволга умумлашма фикр сифатида қуйидагилар тавсия этилади:

– доимо ҳақиқатни гапириш, ҳушёр ва ростгўй бўлиш зарур. Сизга бўлган ишонч айнан ана шунга боғлиқ;

– саволга жавобни билмаган тақдирда, “билмайман” деб ростини айтиш жоиз. Бундай вазиятда ҳаммасини тез орада аниқлашга ваъда берганингиз маъқулроқ. Саволга ноаниқ жавоб бўлса, бунга ойдинлик киритиш истагингиз борлигини айтинг;

– тушунарли ва равон тилда гапиринг, адабий тил нормаларига риоя этишингиз ахборот хизмати фаолиятида муҳим ўрин тутди. Сўзларингиз ёзиб олинаётгани доимо ёдингизда турсин;

– журналистлар билан иложи борица яхши муносабатда бўлинг, ОАВда сўзларингиз нотўғри талқин қилинган бўлса, ўз вақтида ойдинлик киритинг. Хатоларни мулойимлик билан кўрсатиб, уларга ишонарли далил-исботлар келтиринг;

³ Ўша манба. Б. 7-15.

⁴ Қаранг: Салливан М. Масъул матбуот хизмати. Regional Program Offise. Vienna. RPO. –Т.: 2002. Б. 7-15.

– воқеа-ҳодисалар шунчалик тез содир бўладики, ўзингиз, расмий кишилар, вазирлик ё ташкилотлар нималарга эришганини ёддан чиқариб қўймаслик учун албатта улар ҳақида иш дафтарингизга ёзиб боринг;

– журналистлар кўнғироғига вақтида жавоб қайтаринг ё ҳеч бўлмаса бу ишни ёрдамчингизга юклаб қўйинг;

– журналистларга муҳим бўлган ахборотни ўз вақтида топиб беришга ҳаракат қилинг, гарчи бунга қўшимча куч талаб қилинса ҳам... Бу зарур ахборотнинг ОАВда ёритилишида ҳозиржавобликни таъминлашга хизмат қилишини унутманг;

– яхши кайфиятда юриш Ахборот хизматига хос хислат ва фазилат. Шунини унутмангки, кўнгил совуши ишимизга мудом зарар келтиради;

Матбуот котибининг нуфузи у хизмат қилаётган ташкилот имижига ҳам сўзсиз таъсир қилади. Ахборот хизмати ходими жамоатчилик орасида ўзларини қандай тутишлари зарурлиги ҳақида мутахассислар фикрига кулоқ тутишлари шарт. Бу борадаги тажрибалардан келиб чиққан ҳолда Ахборот хизмати ходимларига қуйидаги тавсиялар берилади:

– ОАВ ходимлари билан мулоқотда ҳеч қачон ёлғон сўзламанг;

– тушунарсиз жумла ва ибораларга албатта шарҳ беринг, изоҳланг;

– ўзингизга ҳақиқатдек туюлган гапнинг исботи бўлмаса яхшиси айтманг;

– бирор мавзунини ўзингизча тўқиб чиқарманг, чунки, ташкилот ахборот хизмати номидан сўзлаяпсиз;

– ҳар бир сўзингизни журналистлар текшириб кўриши мумкинлигини ёддан чиқарманг;

– журналистлар, ҳатто, ташкилотингизга мурожаат қилган фуқароларнинг бирор саволини жавобсиз қолдирманг;

– ташкилот раҳбаринини вақти-вақти билан ОАВда чиқишини уюштиринг. Бунинг учун раҳбарингиз билан келишган ҳолда журналистларни таклиф этинг;

– Ахборот хизмати фаолияти ҳақида ҳисоботлар ёзиб боришни унутманг.

Ҳар бир Ахборот хизмати бошқа ташкилотларнинг ахборот хизматлари билан мунтазам алоқада бўлиши, уларнинг веб-сайтларини кузатиб бориши мақсадга мувофиқдир.

Матбуот котиби ўз фаолияти давомида қандай дастур зарур ёки зарур эмаслигини, у жамоатчиликка қандай таъсир этишини билиши даркор. Дастур қачон амалга ошишини, у орқали қандай самарали натижаларга эришиш мумкинлигини билиш тақозо этилади.

Ушбу мавзуда соҳа мутахассисларидан бири – филология фанлари доктори, профессор Файзулла Мўминов (муаллифнинг илмий раҳбари) билан ҳамкорликда тайёрланган қуйидаги маълумотлар ҳам тақдим этилади.

Матбуот анжуманлари муҳим ахборотдан жамоатчиликни хабардор қилиш учун ўтказилади. Унга пухта тайёргарлик кўриш керак. Чунки етказилаётган маълумотлар ортиқча бўёқларсиз, аниқ далилларга таянган бўлиши шарт.

Матбуот конференциясини тайёрлаш ва ўтказиш тартибининг умумий ва алоҳида (конференция мавзусига, характериға боғлиқ) қоидалари бор. Табиийки, биз кўпроқ умумий қоидалар ҳақида гапирамиз, яхшиси уларни санаб чиқамиз:

1) матбуот анжуманини тайёрлаш ҳақида ташкилот буйруғи, унда барча керакли бандлар ўз аксини топиши;

2) анжуман ўтказиш жойи, кун тартиби, меҳмонлар рўйхати, масъул ходимлар, молиявий таъминлаш, транспорт, келганларни қайд этадиган одамлар, норасмий қисмининг жойи ва характери, анжумандан ташқари тадбирлар, ташкилот раҳбари билан келишиш;

3) зарур бўлганда меҳмонхоналардан жойлар тайинланиши;

4) тадбирға қатнашаётган барча меҳмонлар ва раҳбарларнинг телефонлари рўйхати;

5) баннер, плакат ва бошқа безатилишға оид воситалар тайёр бўлиши;

6) кириш сўзи тайёр бўлиши;

7) VIP меҳмонларни кутиб олиш (ва анжуман давомида улар билан бирга бўлиш);

8) меҳмонларни қайд этиш вақти уларга керакли материалларни тарқатиш ва улар ҳақида керак бўлган маълумотларни йиғиш (бу вазифаларнинг ҳар бири алоҳида одамлар бажариши маъқулроқ);

9) адабиётлар, босма, реклама ва ахборот материалларининг тайёрлиги;

10) бейжикларни тарқатиш;

11) анжуман кун тартибининг бир нусхасини фойега олиш;

12) анжуман масъуллари рўйхати ва вазифалари тарқатма материалларда ўз аксини топиши;

13) зарур бўлганда сувенир ва совғалар тайёрлиги;

14) байроқлар тайёрлиги;

15) залда стол ва стуллар етарли бўлиши;

16) микрофон, компьютер, проектор ва аппаратуралар тайёрлиги;

17) чиқишларни ёзиб олиш воситалари тайёр бўлиши;

18) тадбирни ўтказадиган ташкилот логотипи;

19) видеога тушириш масаласи;

20) суратга тушириш имкониятлари;

21) хорижий меҳмонлар бўлса, улар билан боғлиқ протокол тадбирлари;

22) агар шунга зарурат бўлса, тадбирда гапирмоқчи бўлганлар рўйхати ва улар нутқининг матни (тезислари) тайёрлиги;

23) меҳмон (ОАВ)лар учун ёзув (табличка, фуршетка)лар;

24) зарурат бўлганда, уларнинг илтимосларига биноан, айрим меҳмонларни алоҳида ОАВлар билан учрашувларини ташкил этиш;

25) давра стол ёки президиум (модератор, олиб боровчи) учун кун тартиби ва қатнашчилар рўйхатидан ташқари муҳим меҳмонлар ҳақида батафсил маълумотлар;

26) ОАВ учун махсус одам бириктирилиши (ОАВ учун пресс-релиз ва тарқатма материал тайёрлаб туриш, радио телевидение ва матбуотга ким интервью беришини ташкил этиш ва ҳ.к.)

- 27) столларда ёзиш учун қоғоз ва қаламларни ташкил этиш;
- 28) барча қатнашчилар учун сув ва стаканлар етарлилигини таъминлаш;
- 29) ҳаво иссиқ бўлса, ўз вақтида кондиционерларни ёқиб, зални совутиш;
- 30) маърузачилар етиб келиши (ёки келмаганлигини) раис (модератор)га ўз вақтида билдириш;
- 31) барча хоҳловчилар учун навбатма-навбат сўз бериш (агар бунинг иложи бўлмаса, энг муҳимларига имконият яратиш);
- 32) кўп гапирадиганларни ўз вақтида одоб билан тўхтатиш;
- 33) савол-жавоб қисмига вақт қолдириш ва улар қисқа ҳамда аниқ бўлишини таъминлаш;
- 34) савол-жавоб пайти қарашлар плюрализмини таъминлаш;
- 35) зарур бўлганда мунозара қисмига вақт ажратиш;
- 36) мунозаранинг одоб билан олиб борилишини таъминлаш;
- 37) тадбир бошлангандан кейин раис (модератор)га керакли маълумотларни етказиб туриш учун махсус бир одамни тайинлаш;
- 38) кечикиб келган муҳим меҳмонлар билан қатнашчиларни қисқа таништириш;
- 39) аёлларга алоҳида эҳтиром кўрсатиш;
- 40) аппаратура симлари йўл устида бўлмаслигини таъминлаш;
- 41) кофе-брейк учун ҳамма нарса тайёр эканлигини текшириш;
- 42) кофе-брейк пайти меҳмонлар бемалол гаплаша олишини таъминлаш;
- 43) танаффусларни ўз вақтида ўтказиб ишни давом эттириш;
- 44) тадбирга якун ясаш;
- 45) меҳмонларни кузатиш ва ҳоказолар.

Бу муҳим ташкилий тадбирлар билан биргаликда ажуманнинг “асосий қаҳрамони” чиқишига ҳам алоҳида эътибор қаратмоқ даркор. Яъни, унинг маърузаси бугунги аудиторияга мос тушиши керак. Шунингдек, унинг нуткида машҳур шахсларнинг мавзу доирасидаги бир-иккита қизиқарли фикрлари келтирилса, мақсадга мувофиқ бўлади. Шу билан бирга

қаҳрамоннинг ташқи кўриниши, нутқининг таъсирчан ва эсда қоларлилиги, жумлаларнинг грамматик жиҳатдан тўғри тузилганлиги, аниқ ва равлонлиги, хатти-ҳаракатлардан, имо-ишоралардан тўғри фойдалана олиши матбуот анжуманининг муваффақиятли ўтишига замин яратади.

Бундан ташқари, ахборот хизмати ходими аввало ўз идорасида тайёргарликни бошлайди. Яъни, у раҳбари билан маслаҳатлашган ҳолда қуйидагиларни аниқлаб олиши зарур:

– анжуман журналистлар бемалол етиб келишлари учун қулай манзилда ўтказилиши, ўша хона кенг ва ёруғ, шовқин-сурондан йироқ бўлиши лозим. Токи, телекўрсатув ё радиоэшиттириш тайёрлашда ноқулайлик бўлмаслиги зарур. Столлар иложи борица айлана шаклида жойлашиши, анжуманга келган мутасадди раҳбарлар ва журналистлар бемалол юзма-юз мулоқот ўтказиши учун қулай бўлиши лозим. (Тошкент шаҳридаги Миллий матбуот марказида ана шу қулайликлар яратилган);

– конференция ўтказиладиган вақти (йил, ой, кун, соат, дақиқасигача) аниқ бўлиши ва бу ҳақда тегишли ОАВ ходимларига бир ҳафта камида уч кун илгари хабар берилиши шарт. Бу хабар журналистларга таклиф сифатида айтилиши ҳам мумкин;

– журналистлар олдиндан конференция мавзусини сўраган тақдирда уларга, албатта, тўғри ахборот бериш муҳимдир. Айрим журналистлар радиода ёки телекўрсатувларда анонс беришлари ҳам мумкинлигини ёдда тутиш зарур;

– ташкилот раҳбарини таклиф этилган журналистлар рўйхати билан, албатта, таништириш даркор. Таклиф этилмаган журналистлар ҳам ташриф буюришлари ва конференцияда фаол иштирок этишлари ва бу ҳақда ОАВда ёритишлари мумкин (фақат аккредитациядан ўтган журналистлар билангина ўтказиладиган матбуот конференциялари бундан мустасно);

– анжуманда ташкилот раҳбари ва яна қайси масъул шахслар нималар ҳақида гапиришлари хусусида ахборот хизмати ходими келишиб олиши муҳимдир;

– журналистлардан кутилаётган тахминий саволлар рўйхатини раҳбарга тақдим этиш (бу ишда ахборот хизмати ходимидан жуда зийраклик талаб этилади. У ўша мавзу доирасида журналистлар қандай саволлар бериши мумкинлиги ҳақида сўровлар ўтказиши, ОАВ вакилларининг фикрларини ўрганиш йўли билан берилиши мумкин бўлган саволлар рўйхатини тузиши мумкин);

– конференцияда иштирок этаётган ташкилот мутасаддилари олдида уларнинг исми шарифлари, лавозимлари ёзилган лавҳа туриши шарт. Токи, анжуман иштирокчилари кимлар билан мулоқот қилаётганини билиб турсинлар;

– конференцияга ташриф буюрган журналистларни рўйхатда қайд этиш ва шу ернинг ўзида улар учун қулай бўлган тилда ёзилган пресс-релизларни тарқатиш лозим.

Конференцияни одатда матбуот котиби бошқаради.

У аввало, тегишли мутасаддиларга, сўнг, навбати билан журналистларга сўз беради. Бунинг учун матбуот котиби имкон қадар ўша журналистларнинг исми шарифларини, қайси ОАВдан ташриф буюрганини билиши даркор.

Ахборот хизмати ходимидан бири анжуманда берилаётган савол-жавобларни ёзиб бориши мақсадга мувофиқ. Бу ҳақда унинг ўзи ҳам мақола ёзиши мумкин.

Журналистлар орасида атай "шов-шувли" савол берадиганлари ҳам учраб туради. Бундай пайтда эса ахборот хизмати ходими вужудга келган ноқулай вазиятдан усталик билан чиқиб кетишга ҳаракат қилиши зарур.

Масалан, Россия ички ишлар вазирига шундай савол беришган: "Фалон жойда кеча бир милиция ходими порахўрлик қилганидан хабардормисиз? У ҳақда нима дея оласиз?"

Шунда даврани бошқараётган Россия ички ишлар вазирининг ахборот хизмати ходими журналистнинг саволига савол билан жавоб қайтарган: "Сиз ўғлингиз айни вақтда нима ишлар билан шуғулланаётганини биласизми?"

Табиийки, анжуман иштирокчилари ахборот хизмати ходимининг топқирлигига тан беришган. Бироз мулзам бўлган журналистни вазирнинг ўзи ноқулай аҳволдан қутқарган. Яъни, ўша милиция ходими ҳақида ёзиб беришини сўраган ва унга қандай чора кўрилгани ҳақида навбатдаги анжуманда маълум қилинишини айтган.

Ташкилот мутасаддилари ва журналистлар ўртасидаги мулоқот майдони – матбуот конференцияси ҳисобланади. Бу матбуот анжуманида энг муҳими – ташкилот мутасаддилари ва ОАВ вакиллари томонидан фикр икки томонлама тингланади. Матбуот анжуманларида ҳам ОАВ ходимлари аввало ахборотга эга бўладилар ва уни ҳозиржавоблик билан ёритишга киришадилар. Иккинчидан, улар юзма-юз мулоқотда ўзларини қизиқтирган саволларига бевосита ўша мутасаддидан жавоб оладилар. Бу ахборотнинг янада сермазмун, фактларга бой бўлишига хизмат қилади.

Мутахассислар фикрича, матбуот анжуманидаги "мураккаб саволлар кўрилатган масаланинг туб моҳиятини очиб беришга хизмат қилиши" бу тадбирнинг қанчалик муҳим эканлигини кўрсатади. Матбуот анжумани орқали кенг жамоатчилик билан ўрнатиладиган алоқадан ташкилот фақат ютади.

Баъзи ташкилотлар матбуот анжуманини "зарурат пайдо бўлганида" ўтказиш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблайдилар. «Зарурат йўқ» деб, ойлаб матбуот конференцияси ўтказмаслик ҳам жамоатчилик билан алоқаларнинг мустаҳкамлигига зид. Чунки ташкилот ва унинг жамоатчилиги тенг ҳуқуқли ва ўзаро боғлиқлигини ёддан чиқармаслик даркор.

Ахборот хизмати – уни ташкил этган ташкилот ё муассаса билан ОАВ ўртасида ижтимоий кўприк, дейиш мумкин. Бу "кўприк" матбуот конференцияларида яққол намоён бўлади.

Ахборот хизмати ходимининг касб маҳорати бутун фаолияти давомида, айниқса, матбуот анжуманларида намоён бўлади. ОАВ ходимлари билан мулоқот пайтида у нима қилиши ё қилмаслиги лозим, деган саволга

мутахассисларнинг фикрларини эътиборга олган ҳолда қуйидагиларни тавсия этамиз:

- доимо ҳақиқатни гапириш, ҳушёр ва ростгўй бўлиш зарур. Сизга бўлган ишонч айнан ана шунга боғлиқ;

- саволга жавобни билмаган тақдирда, "билмайман" деб ростини айтиш жоиз. Бундай вазиятда ҳаммасини тез орада аниқлаб беришингизни ваъда қилганингиз маъқулроқ. Саволга ноаниқ жавоб берсангиз, бунга ойдинлик киритиш истагингиз борлигини айтинг;

- тушунарли ва равон тилда гапиринг, адабий тил нормаларига риоя этишингиз ахборот хизмати фаолиятида муҳим ўрин тутди. Сўзларингиз ёзиб олинаётгани доимо ёдингизда турсин;

- иложи борича ОАВ ходимлари билан яхши муносабатда бўлинг, сўзларингиз нотўғри талқин қилинган бўлса, журналистларга қўнғироқ қилиб, ойдинлик киритинг. Хатоларни мулоҳимлик билан кўрсатиб, уларга ишонарли далил-исботлар келтиринг;

- воқеа-ҳодисалар шунчалик тез содир бўладики, ўзингиз, расмий кишилар, вазирлик ё ташкилотлар нималарга эришганини ёддан чиқариб қўймаслик учун албатта, улар ҳақида иш дафтارينгизга ёзиб боринг;

- журналистлар қўнғироғига вақтида жавоб қайтаринг ё ҳеч бўлмаса бу ишни ёрдамчингизга юклаб қўйинг;

- журналистларга муҳим бўлган ахборотни ўз вақтида топиб беришга ҳаракат қилинг, гарчи бунга қўшимча куч талаб қилинса ҳам... Бу зарур ахборотнинг ОАВда ёритилишида ҳозиржавобликни таъминлашга хизмат қилишини унутманг;

- хушчақчақ кайфиятда юриш ахборот хизмати ходимига хос хислат ва фазилатдир. Шунини унутмангки, қўнгил совуши ишимизга мудом зарар келтиради. Агар сизда хушчақчақлик туйғуси бўлмаса, ишингиз беҳуда машғулотга айланиб қолади;

Ахборот хизмати ходимининг нуфузи у хизмат қилаётган ташкилот имижига ҳам сўзсиз таъсир қилади. Ахборот хизмати ходими жамоатчилик

орасида ўзларини қандай тутиши зарурлиги ҳақида мутахассислар фикрига қулоқ тутишлари фойдадан ҳоли бўлмайди.

Соҳа мутахассислари уларга шундай тавсиялар беришади:

– ҳеч қачон ёлғон сўзламанг, ҳеч қачон «шарҳларсиз» гапирманг, хаёлингиздаги гапни ҳақиқат деманг, ўзингизча тўқиманг, билмасангиз ўйлаб топманг. Қобилиятли журналистлар барча нарсани текшириб кўрадилар. Агар хатога йўл қўйган бўлсангиз, сизга бўлган ишонч сўнади;

– бирор саволни жавобсиз қолдирманг, агар янгиликлар борасида етарли маълумотга эга бўлмасангиз, уларни тавсия қилманг;

– инқирозга дуч келганда ундан чиқиш режаси бўлсин. Ҳақиқий маълумотлар орқали зудлик билан журналистларга мурожаат қилинг;

– раҳбариятни вақти-вақти билан матбуотда чиқишга жалб қилинг. Ўз ходимларингизга ахборот бериб турунг. Ахборотлар ҳаққонийлигига доимо эътибор беринг.

Ахборот хизмати ходими ўз фаолияти давомида қандай дастур зарур ёки зарур эмаслигини, у жамоатчиликка қандай таъсир этишини билиши даркор. Дастур қачон амалга ошишини, у орқали қандай самарали натижаларга эришиш мумкинлигини билиш тақозо этилади.

Ахборот хизматларини ташкил этиш ва фаолиятини йўлга қўйишда илмий, назарий ва амалий тажрибаларга таянган ҳолда иш тутган ташкилот ҳамда матбуот котиби кўзлаган мақсадларига эришади.

PR амалиётининг ёрқин ифодаси бўлган матбуот анжуманида халқ фикри, таклифлари ўрганилиши учун қулай вазият вужудга келади. Ушбу жараёнда ташкилот ўз фаолиятининг самарасини ошириш мақсадида ўз фаолияти ҳақида ахборот тарқатади. Бу ахборот мақсадли равишда амалга оширилади. Жамоатчилик билан алоқалар журналистикада ҳам энг яхши, қулай ва самарали алоқалардан ҳисобланади. У «тўртинчи ҳокимият»нинг ҳам жамоатчилик орасида мавқеини оширади.

Ахборот хизмати фаолияти самарасини матбуот конференцияларида яққол кузатиш мумкин. Журналистлар нафақат ўзларини қизиқтирган мавзуда, балки, кенг омманинг фикрларини ифода этишга интиладилар.

Сухбат, баҳс, мунозараларда эса жамоатчиликнинг фикрлари акс этиши шубҳасиз. Саволларга берилган жавоблар ҳақида ҳозиржавоблик билан ОАВда ёритилади. Унга ўз навбатида фуқаролар ҳам муносабатларини билдиришлари мумкин. Шу тариқа ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқалари мустаҳкамланиб бораверади.

ОАВда акс этаётган жамоатчилик фикрлари орқали уларнинг ташкилот фаолиятига қанчалик қизиқиш билан қарашларини илғаб олиш мумкин. Газетада ёритилган долзарб мавзудаги мақолалар биринчи галда шу соҳа мутахассисларида қизиқиш уйғотади. Ташкилот фаолиятининг муттасил ОАВда ёритилиши ғоят муҳим аҳамият касб этади. Бу ўринда ОАВ ва матбуот кенг маънода ижтимоий-сиёсий, информацион фаолиятнинг доимий иш кўрувчи, серкўлам, ҳозиржавоб, таъсирчан, жанговар кўриниши эканлигини намоён этган ҳолда жамиятдаги мавжуд ғоялар ва одамларнинг уларга қарашлари ва муносабатларини акс эттиради. Матбуотда расмий хабарлар матни қисқа, лўнда қилиб ёзилади. Унда кўрилган масалаларнинг моҳияти, қонун ва қарорлар, белгилаб олинган вазифалар аниқ ифода этилади. Одамлар ҳар куни танишиб борган газетаси орқали уни чоп этган ташкилотни таниши, билиши ва унинг жамоатчилигига айланиши мумкин. Барча нашрлар умуммақсад йўлда хизмат қилса бас. Кўпинча таҳририят ходимлари матбуот конференцияси ҳақида ёзишда камчиликларга йўл қўйишади. У ҳолда, шундай анжуман ўтказишдан муддао нима, деган саволга газета саҳифасидан етарли даражада жавоб топиш қийин. Бундай хабарлар матбуот анжумани ва унда кўтарилган масалалар ҳақида керакли ахборотни бера олмайди ва тадбир таъсирчанлигини туширади.

Аслида, анжумандаги энг муҳим ахборот аввало ташкилот матбуот хизмати тарқатган пресс-релизда акс этса, иккинчиси, савол-жавоблар

асносида юзага чиқади. Бундай савол-жавоблар замирида жамоатчиликка етказилиши зарур бўлган ахборотлар ОАВда ўз аксини топиши зарур.

Матбуот хизмати фаолиятининг оммавий ахборот воситаларида кенг ёритилиши учун қуйидаги вазифаларни амалга оширишлари лозим:

- ташкилот фаолияти ҳақида ОАВ орқали тезкорлик билан, доимий равишда ҳаққоний ахборот тарқатиш;
- ташкилот фаолияти тўғрисида жамоатчиликни мунтазам хабардор қилиб туриш;
- ташкилот томонидан қабул қилинаётган ҳуқуқий актлар, расмий ахборотларни аҳолига ўз вақтида етказиш, уларни таҳлил қилиб бориш;
- ташкилотдан оммавий ахборот воситалари учун мунтазам равишда ҳеч монеликсиз ҳамда ишончли ахборот олишни йўлга қўйиш;
- ташкилот фаолияти ҳақида ахборотлар тарқатиш;
- ОАВ орқали ташкилот ва жамоатчилик ўртасидаги ахборот алмашинувини таъминлаш;
- ташкилот фаолияти хусусида кенг жамоатчиликнинг фикри ҳамда муносабатларини ўрганиб бориш, уларнинг оммавий ахборот воситаларидаги иштирокини кенгайтириш.

Қолаверса, ахборот хизмати фаолияти ва матбуот анжуманини қай даражада ва қай тарзда ёритиш журналистларнинг ҳам ижодий маҳоратига боғлиқдир. Бу борада ҳам ахборот хизмати ходими журналистлар билан яқин алоқада бўлиши ва улар билан ижодий ҳамкорлик қилиши мақсадга мувофиқдир. ОАВда акс этаётган жамоатчилик фикрлари орқали уларнинг ташкилот фаолиятига қанчалик қизиқиш билан қарашларини илғаб олиш мумкин. Газетада ёритилган долзарб мавзудаги мақолалар биринчи галда шу соҳа мутахассисларида қизиқиш уйғотади. Матбуотда расмий хабарлар матни қисқа, лўнда қилиб ёзилади. Унда кўрилган масалаларнинг моҳияти, қонун ва қарорлар, белгилаб олинган вазифалар аниқ ифода этилади. Одамлар ҳар куни танишиб борган газетаси орқали уни чоп этган сиёсий

ташкилотни таниши, билиши ва унинг жамоатчилигига айланиши мумкин. Барча нашрлар умуммақсад йўлида хизмат қилса бас.

Назорат учун саволлар:

1. Матбуот конференциясига қандай тайёргарлик кўрилади?
2. Матбуот конференцияси – мулоқот майдони, деган фикрни қандай изоҳлайсиз?
3. Матбуот анжумани қандай савияда ўтказилиши кимларга боғлиқ?
4. Матбуот анжуманини талаб даражасида ўтказиш учун қандай шароитлар керак?
5. Матбуот анжуманини ўтказиш учун Ахборот хизмати ходимлари қандай вазифаларни бажаришлари зарур?
6. Матбуот анжуманини ким бошқаради?
7. Матбуот анжумани давомида Ахборот хизмати ходимлари қандай вазифаларни бажариши зарур?
8. Ташкилот фаолиятининг очиқ-ошкоралигини таъминлашда матбуот анжумани қандай аҳамиятга эга?
9. Матбуот анжуманлари ўтказишдан асосий мақсад нима?
10. Ташкилот фаолияти хусусида кенг жамоатчиликнинг фикри қандай ўрганилади?

АХБОРОТ ХИЗМАТИ ВА ЖУРНАЛИСТЛАР ҲАМКОРЛИГИ

Режа:

- 1. Матбуот анжумани ҳақида ёритишда журналистлар билан ҳамкорлик самараси.*
- 2. Ташкилот ва жамоатчилик ўртасида ахборот алмашинуви.*
- 3. Ташкилот ахборотини тарқатишда ОАВ қандай ўрни.*
- 4. Ахборот хизмати томонидан ахборот тарқатиш усуллари.*

Бўлиб ўтган матбуот анжумани ҳақида ОАВда кенг ёритиш мақсадга мувофиқдир. Таассуфки, баъзи таҳририят ходимлари бу мавзунини ёзишга жиддий эътибор қилишмайди. Баъзи ОАВ ходимлари анжуман “бўлиб ўтгани”, унда мутасаддилар “журналистларнинг саволларига жавоб бергани” ҳақидаги гаплардан нари ўтишмайди.

У ҳолда, шундай анжуман ўтказишдан муддао нима, деган саволга газета саҳифасидан етарли даражада жавоб топиш қийин. Бундай хабарлар матбуот анжумани ва унда кўтарилган масалалар ҳақида етарли ахборотни бера олмайди.

Аслида, анжумандаги энг муҳим ахборот тарқатилган пресс-релизда акс этган бўлади. Савол-жавоблар замирида эса жамоатчиликка етказилиши зарур бўлган маълумотлар айтилади. У ОАВда кенг ёритилиши зарур. Бу журналистнинг ижодий маҳоратига боғлиқ. Ахборот хизмати ходими журналистлар билан яқин алоқада бўлиши ва улар билан ижодий ҳамкорлик қилиши мақсадга мувофиқдир.

Жамоатчилик билан алоқалар – Ахборот хизмати ходимининг бош мақсади. У мазкур аудитория номидан ҳаракат қилади. Шу боис, у одамлар билан ўзаро ҳурмат доирасида мулоқотда бўлишни асосий вазифа деб билиши зарур. Негаки, одамлар ишонувчан, у нима гапирса, ишонади.

Ташкилот фаолияти ҳақида асосан ОАВ орқали ахборот тарқатилишини назарда тутган ҳолда Ахборот хизмати унга изчил равишда материаллар юбориб туриши зарур. Бу жараёнда Ахборот хизмати ходими қуйидагиларга амал қилиши даркор:

- ташкилот қачон таъсис этилганидан тортиб, қайси қонунлар, ҳукумат қарорлари асосида фаолият кўрсатишигача аниқ билиши;

- ўз ташкилотининг Низоми, Ҳаракат дастури, мақсад ва вазифаларини теран англаши;

- ташкилотдаги ҳар бир масъул ходимнинг лавозими, вазифаларини аниқ билиши;

- ташкилот фаолиятидаги ютуқ ва камчиликлардан воқиф бўлиши;

- журналистларнинг ташкилот фаолиятига оид саволларига жавоб бера оладиган даражада бўлиши;

- ташкилот фаолиятига тааллуқли факт ва рақамларни муттасил ўрганиб бориши;

- ахборотни қоғозга туширганда юксак ижодий маҳорат билан ишлаши, таҳрирга ҳожат қолдирмаслиги;

- имкон қадар қисқа сатрларда улкан мазмунга эга бўлган мавзуларни ёритиши;

- Ахборот хизмати томонидан тақдим этилиб, ОАВда ёритилган ахборотга нисбатан одамларда қандай муносабат пайдо бўлганини ўрганиш.

Таниқли сиёсатшунос Дмитрий Ольшанский таъбири билан айтганда, Ахборот хизмати ходими аввало ахборотга нисбатан жавобгарлик ҳиссини туйиши зарур. Яъни, келтирилган факт ва рақамларни ёки бўлмаса, танқидий мулоҳазаларни у асослай олиши шарт. Пишиқ-пухта ахборотни ўз вақтида ОАВга узатишда Ахборот хизмати ходимининг ҳозиржавоблиги, тезкорлиги муҳим аҳамият касб этади. Агар у ўз ташкилоти ҳақидаги муҳим ахборотни тезкорлик билан узатмаса, бошқалар бунга улгуриб, у тўплаган ахборотнинг қиммати йўқолади. Сиёсатшунос олимнинг “Политический PR” китобида

ахборот хизмати ходимининг бу жараёндаги олти асосий вазифасини қуйидагича таснифлаган:

1. Ахборот хизмати ходими ўз ташкилотининг мақсад ва вазифаларини чуқур билиши, унинг Низомидаги, Ҳаракат дастуридаги аниқ мақсадлардан бохабарлиги ҳамда айна дамдаги ютуқ ва камчиликлардан воқиф бўлиши. Чунки мулоқот пайтида у йирик муаммолар билан бирга кўзга кўринмасдек бўлиб туюлган айрим жиҳатлар ҳақидаги саволларга жавоб беришига тўғри келиб қолади;

2. Факт ва рақамларга, ишонарли ва қизиқ далилларга бой ахборот тўплаши. Ташкилот қачон таъсис этилган, унинг аъзолари қанча қабилида шаблон тарзидаги маълумотлар одамларни қизиқтирмайди;

3. Тўпланган ахборотлар сатрма сатр таҳрир қилиниши. Қайтариқлар, ҳисобот тарзидаги зич маълумотномалар аудиториянинг ташкилот ҳақидаги қизиқишларига жавоб бўла олмайди. Аксинча, митти бўлса-да, ҳаётий, жонли фактлар уларнинг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондириши мумкин;

4. Узатилган ахборотга нисбатан кутилаётган натижани олдиндан билиши. Яъни, аудиторияда ахборотга нисбатан қандай жонланиш бўлди, одамларнинг фикр-мулоҳазалари ижобийми ёки салбий? Ахборот хизмати ходимининг кутилаётган барча саволларга жавоби тайёр туриши зарур.

5. Ахборотга нисбатан жавобгарлик ҳиссини туйиши. Яъни, келтирилган факт ва рақамларни ёки бўлмаса, танқидий мулоҳазаларни асослай олиши шарт.

6. Таҳрир қилинган пишиқ-пухта ахборотни ўз вақтида ОАВга узатиш. Бунда ахборот хизмати ходимининг оперативлиги, тезкорлиги муҳим аҳамият касб этади. Агар у ўз ташкилоти ҳақидаги воқеликни тезкорлик билан узатмаса, бошқалар бунга улгуриб, у тўплаган ахборотнинг қиммати йўқолади¹.

Бир нарса аёнки, аудитория матбуотга жамият кўзгуси, адолат тарозиси сифатида қарайди. Ҳатто ҳақиқатга яқин келмайдиган воқеа-ҳодисалар

¹ Қаранг: Ольшанский Д. Политический PR. СПб.: –М.: Питер, 2003. Б. 81.

тўғрисида ҳам “телевизорда ўз қулоғим билан эшитдим, радиода айтишди, газетада ўқидим” деб ишонишади. Журналистларни айрим пайтлари ҳукумат ва халқ ўртасидаги боғлаб турувчи халқа деб ҳам таърифлашади. Худди мана шу ишонч Ахборот хизмати ходимининг зиммасига катта масъулият юклайди.

Ахборот хизмати ўз вазифасини биринчи навбатда идора манфаатларидан келиб чиқиб эмас, кенг жамоатчилик манфаатларидан келиб чиққан ҳолда адо этмоғи зарур. Чунки Ахборот хизмати маъмурий маънода ўз таъсисчиларига бўйсунса, ижодий маънода эркиндир. Улар тегишли идора йўналишидаги мавзу-муаммоларнинг кенг аҳоли ўртасида тарғиб-ташвиқ қилиш, туғилажак саволларнинг жавобсиз қолмаслиги, тегишли ҳужжатларнинг, ҳуқуқий янгиликларнинг ўз вақтида оммалаштирилиши сингари вазифаларни ҳам адо этишлари зарур. Шу ўринда давлатимиз раҳбари Шавкат Мирзиёевнинг “Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига” йўллаган табригидаги қуйидаги сўзларини эслаш ўринлидир: “Биз жамиятимизда ошкоралик, адолат ва қонун устуворлигини таъминлашда, ҳуқуқий демократик давлат асосларини мустаҳкамлашда сизларга, сизларнинг билим ва истеъдодингизга таянамиз,— деб таъкидланган табрикда.— Айниқса, ҳаёт ва касб тажрибангизни ёшларга ўргатиш, уларни замонавий фикрлайдиган, Ватан ва халқ манфаатини муқаддас деб биладиган, соғлом ва баркамол инсонлар этиб тарбиялашда қўпчиликка ўрнак ва намуна бўласизлар, деб ишонаман”².

Бироқ, баъзи ташкилотларнинг ахборот хизматлари билан ОАВ ҳамкорлиги у қадар талаб даражасида эмаслиги ҳақида танқидий мақолалар ёритилаётгани ҳам бежиз эмас. Ахборот хизмати ходимлари ўз ташкилотлари фаолияти доирасида амалга ошираётган ишларини матбуотда тўла ёритмаяпти. Айрим ташкилотларда ҳисобот учун, шунчаки енгил-елпи ўтказилаётган тадбирларни эфирга бериб бўлмайди. Бундан на телевидение,

² Мирзиёев Ш.М. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига. – www.uza.uz, 27.06.2018.

на телетомошабин манфаатдор бўла олади. Қолаверса, юзаки ҳисоботлар билан эфирнинг қимматли вақтини банд этиб бўлмайди.

Демак, Ахборот хизмати билан ОАВ ҳамкорликни изчил йўлга қўйсагина ижобий натижага эришиши мумкин. Ўрганилган тажрибалардан келиб чиққан ҳолда бундай ҳамкорликнинг қуйидаги турларини айтиш мумкин:

1. Ахборот хизмати таҳририятлар билан мунтазам алоқа ўрнатиши зарур. Мухаррирга хат йўллаб, ташкилот томонидан амалга оширилаётган ишлар ҳақида ёзиши керак.

2. Таҳририят тегишли ташкилот ҳақида келган хатлардан бохабар бўлиб бориш даркор. Таҳририят уни ёритса жуда яхши, аксинча, ёритилмай қолса, уни талаб қилиб олиши ва моҳиятини ўрганиши лозим. Таъбир жоиз бўлса, ташкилотга тегишли муаммони шу ернинг ўзида ҳал этиши ва бу ҳақда муаллифни огоҳлантириши шарт.

3. Ахборот хизмати ходими ўз ташкилоти ҳақида ахборот тарқатганда унинг одамлар учун қанчалик аҳамиятли эканлигига ҳам жиддий эътибор қаратиши шарт.

Ахборот хизмати тақдим этган материалда ташкилот фаолияти асосан ижобий нуқтаи назардан характерланади. Бироқ, у фақат мақтовлардан иборат бўлмаслиги зарур. Ташкилот фаолияти ҳақида аниқ фактларга асосланиб гапирилади, акс ҳолда унга ишонмайдилар, қизиқмайдилар ҳам.

ОАВга материалдан ташқари электрон хатлар ёзиб туриш керак – уларга нима ёқди, нима ёқмади, қандай маълумотлар даркор ва ҳоказо.

Ҳар бир Ахборот хизматида ОАВнинг медиа-картаси бўлмоғи лозим. Медиа-картага қуйидаги маълумотлар киради:

- ОАВ рўйхати, тури, даврийлиги, йўналиши, хусусияти, ҳажми, (эфир вақти);
- таҳририят структураси, манзили, факс, телефон рақамлари, электрон почтаси, веб-сайти;
- бош муҳаррири, ўринбосарлари ва бошқа масъул ходимлари;

– Ахборот хизматига тегишли ташкилот йўналиши бўйича ихтисослашган бўлим ходимларининг исм-фамилиялари, хизмат, уй ва қўл телефонлари, электрон манзиллари ва яна бошқа керакли маълумотлар.

Ахборот хизмати фаолияти самарали бўлиши учун ҳар бир ходимни биттадан ОАВга бириктириши мақсадга мувофиқдир. Яъни, бири матбуотга, иккинчиси радио ва телевидениега, учинчиси интернет ва ахборот агентликларига ва ҳоказо. Улар ана шу ОАВда ташкилотга оид ёритилаётган материалларни ҳам изчил ўрганиб бориши зарур. Ташкилотга тааллуқли танқидий фикрлар, таклифлар ёритилса, бу ҳақда албатта ташкилот раҳбарига маълумот бериш шарт. Токи, раҳбар ОАВда ўз ташкилоти ҳақида ёритилган гаплардан беҳабар юрмаслиги лозим. Таъбир жоиз бўлса, унга нисбатан вақтида муносабатини билдириши тақозо этилади.

Ушбу мавзуда соҳа мутахассисларидан бири – филология фанлари доктори, профессор Файзулла Мўминов (муаллифнинг илмий раҳбари) билан ҳамкорликда тайёрланган қуйидаги маълумотлар ҳам тақдим этилади.

Барча ахборот хизматлари томонидан ОАВ учун тайёрланган материаллар пиар-материаллар деб ҳисобланади, бу ушбу фаолиятнинг етакчи қонунияти. Жамоатчилик билан алоқалар – ахборот хизмати ходимининг бош мақсади. У мазкур аудитория номидан ҳаракат қилади. Шу боис, у одамлар билан ўзаро ҳурмат доирасида мулоқотда бўлишни асосий вазифа деб билиши зарур. Негаки, одамлар ишонувчан, у нима гапирса, ишонади. Ҳар бир идоранинг ўзи ҳақида жамоатчилик ўртасида маълумот тарқатиш билан боғлиқ фаолиятининг ярмидан кўпи ОАВ орқали амалга оширилади. ОАВ билан Ахборот хизматининг ҳамкорлигини муҳим йўналиши – турли ОАВга идора ҳақида изчил равишда материаллар юбориб туриш. Албатта, буни ўзаро келишув асосида амалга ошириш зарур.

Шу ўринда ОАВ ўз ижтимоий функцияларини бажаришини эслаб ўтиш жоиз. Яъни:

а). унинг асосий вазифаси ахборот тарқатиш;

б). ана ўша ахборот билан аудиториянинг дунёқарашили, билимини ошириш;

в). ахборотда тилга олинаётган воқеликка нисбатан аудиториянинг меҳри ёки ғазабини кўзғатади. Аниқроғи, аудиториянинг ҳаяжонини жиловлаб туради. ОАВ сиёсий арбобнинг имижини қай даражада яратса, аудитория ҳудди шу даражада қабул қилади;

г). алоқа ўрнатиш функцияси. Якка шахс ёки бутун бир аудитория билан ташкилот ўртасида ўзаро алоқани ўрнатади³.

Ахборот хизмати ходимлари билан ОАВнинг бугунги ҳамкорлиги талаб даражасида эмаслиги ҳақида турли давра суҳбатларида тўғри танқид қилинмоқда. Ахборот хизмати ходимлари ўз ташкилотлари фаолияти доирасида амалга ошираётган ишларини матбуотда тўла ёритмаяпти. Чунки ҳисобот учун, шунчаки енгил-елпи ўтказилаётган тадбирларни эфирга бериб бўлмайди, бундан на телевидение, на телетомошабин манфаатдор бўлмайди. Қолаверса, юзаки ҳисоботлар билан эфирнинг қимматли вақтини банд этиб бўлмайди. Бундан кўриниб турибдики, ахборот хизмати ходими ОАВ билан ҳамкорликни изчил йўлга қўйиши керак.

Бундай ҳамкорликнинг қандай турлари бор?

1) Мухаррирга хат юбориб, ўша хатда ташкилот ютуқлари ва ишлари ҳақида маълумот етказиш; бу ишни ҳар ойда, ҳар кварталда мунтазам йўлга қўйса, ўз-ўзидан мазкур ОАВ билан яхши ҳамкорликка замин яратади.

2) Юборилган материалларда ОАВ учун янгилик бўлмоғи зарур. Юқорида таъкидлаганимиздек, ҳисобот тарзидаги тадбирлар ҳақидаги хабарлар ОАВга кўплаб келиб тушади. Улардаги бир хиллик туфайли материалларнинг аксарияти эфир ёки нашр юзини кўрмайди. Буни ҳисобга олган ахборот хизмати ходими ахборотни ҳаёт билан боғлай олади. Ана шунда ҳар қандай материалдан бугунги кун нафаси сезилиб туради.

3) Мазкур ОАВнинг аудиторияси қандай эканлиги ҳақида тасаввурга эга бўлмоқ лозим. Аудитория ихтисослашган бўлишини ҳамиша ёдда тутиш

³ Krech., Crutchfieldr. Theory and Problems of Social Psychology. – N. Y.: Plenum, 1948. – P.316.

керак. Масалан, сиз ўзингизнинг партиянгиз ҳақида ёниб сўзласангизу, фермерлар ёки касаначилик билан шуғулланаётган аёллар мудраб ўтирса, ажабланишнинг хожати йўқ. Демак, сиз улар учун ҳеч қандай янгилик, қизиқарли маълумот беролмадингиз. Бу пайтда ташкилотингиз айнан мана шу соҳа ривожига учун қандай ҳисса қўшаётгани, дуч келинаётган муаммоларни қан тариха бартараф этаётгани тўғрисида гапнинг учини чиқариб кўринг-да! Омма сизни бир дунё саволга кўмиб ташлайди. Бундай мулоқотдан ўзингиз ҳам ҳузурланасиз, ташкилотингизнинг имижини ҳам бир қадар юқорилатасиз.

4) ОАВ қайси ҳудудда тарқалиши ҳақида маълумотга эга бўлиш керак. Ахборот хизмати ходими ўз ташкилоти ҳақида ахборот тарқатар экан, аудитория учун таниш бўлган шахслардан фойдаланса, юқориноқ натижага эришади. Шунинг унутмаслик керак-ки, шарқона шароитда оммавий аудитория учун сиёсатчининг интеллекти унча катта аҳамиятга эга эмас. Бизда одамлар кучли ва машҳур шахсларни ҳурмат қилади ва улар ортидан эргашади.

5) газета, журнал, радиоэшиттириш ёки телекўрсатув қандай даврийлик билан чиқмоқда. Бу жуда муҳим масала. Агар газета ҳафтада бир бор – шанба кунини чиқсаю, сизнинг душанба куниндаги ахборотингизнинг газетхон учун ҳеч қандай янгилик жойини қолмайди. Телевидение ва радио орқали эфирга узатиш вақтини танлаш ҳам шунчалик муҳим. Бу масаланинг ташкилий жиҳатларидан бири. Яна бир хусусият, омма билан жонли мулоқотларга боғлиқ. Бундай мулоқотларнинг замонавий ва самарали усуллариини топиш ва қўллаш эса ахборот хизмати ходимининг тажриба ва маҳорати орқали рўёбга чиқади.

6) Материални ОАВга топширишнинг охириги муддати қачон (бу инглиз тилида “дедлайн” дейилади). Бу пайтда ахборот хизмати ходими керак бўлса, шахсан муҳаррирга қўнғироқ қилиб, материал деярли тайёрлигини, фақат айрим фактларга аниқлик киритаётганини хуш муомалада эслатиши, шунинг баробарида материал топширишнинг охириги муддатигача (вақтини аниқ

айтиши шарт) олиб боришга ваъда бериши ва сўзининг устидан чиқиши зарур.

7) ахборотни тарқатиш усуллари – электрон почта, хат, дискета, диск, флешка ва бошқ.

Материалда ташкилот асосан ижобий томондан характерланади, бу ахборот хизмати фаолиятининг спецификаси. Лекин бу шунчаки мақтаниш бўлмаслиги зарур, ташкилот фаолияти ҳақида аниқ фактларга асосланиб гапирилади, акс ҳолда аудитория (ва журналистлар) ушбу материалга ишонмайдилар.

Материал дифференциялашган (ихтисослашган) ҳолда юборилади. Агар ушбу ОАВ ташкилот йўналиши бўйича ихтисослашса, материал кўпроқ ва кенгроқ тарзда юборилади, агар ОАВ умумсий бўлса – камроқ.

Материалдан фойдаланмайдиган ОАВни нима учун бундай эканлигини ахборот хизмати ходими томонидан ўрганиш зарур ва тўсиқларни бартараф этиш керак, аммо журналистларга ялиниш керак эмас.

ОАВга материалдан ташқари электрон хатлар ёзиб туриш керак – уларга нима ёқди, нима ёқмади, қандай маълумотлар даркор ва ҳоказо.

Ҳар бир ахборот хизматида ОАВнинг медиа-картаси бўлмоғи зарур, бу жуда муҳим масала. Медиакартага қуйидаги маълумотлар киради.

ОАВнинг рўйхати, тури, унинг даврийлиги, йўналиши, спецификаси, ҳажми, (эфир вақти), раҳбари, унинг муовинлари, бўлим (редакция)лар мудирлари, таҳририят структураси, ахборот хизмати фаолият кўрсатадиган ташкилотнинг йўналиши бўйича ушбу таҳририятда ихтисослашаётган журналистлар фамилия, исми, шарифлари, барчанинг хизмат, уй ва қўл телефонлари, оддий ва электрон манзиллари ва бошқа керак бўлиши мумкин бўлган маълумотлар.

ОАВнинг барчаси билан ёппасига ишлаш мумкин, лекин бу керакли натижани ҳар доим ҳам бермайди. Шунинг учун ҳар бир таҳририят билан индивидуал ҳолда ишлаб, уларнинг имкониятларидан максимал даражада фойдаланиш зарур.

Агар имконият бўлса ва ахборот хизмати штатлари сони шуни тақозо этса, ҳар бир ОАВ турига алоҳида ходимни бириктириш керак, яъни матбуотга бир киши, радио ва телевидениега бир киши, интернет ва ахборот агентликларига бир киши ва ҳоказо. Бу ўрта ташкилот учун оптимал вариант.

Кўпинча таҳририят ходимлари партиялар ҳақида ёзишда нўноқлик қилишади. Баъзи ОАВ ходимлари қайсидир бир партиядан анжуман "бўлиб ўтгани" ва унда мутасадди раҳбар "журналистларнинг саволларига жавоб бергани" ҳақидаги гаплардан нарига ўтмайди.

У ҳолда, шундай анжуман ўтказишдан муддао нима, деган саволга газета саҳифасидан етарли даражада жавоб топиш қийин. Бундай хабарлар сиёсий партия фаолияти ва унинг ютуқ ҳамда камчиликлари ҳақида керакли ахборотни бера олмайди.

Аслида, энг муҳим ахборот аввало ташкилот матбуот хизмати тарқатган пресс-релизда акс этса, иккинчиси, савол-жавоблар асносида юзага чиқади. Бундай савол-жавоблар замирида жамоатчиликка етказилиши зарур бўлган ахборотлар ОАВда ўз аксини топиши зарур.

Ахборот хизмати фаолиятининг оммавий ахборот воситаларида кенг ёритилиши учун қуйидаги вазифаларни амалга оширишлари зарур:

- ташкилот фаолияти ҳақида ОАВ орқали тезкорлик билан, доимий равишда ҳаққоний ахборот тарқатиш;
- ташкилот фаолияти тўғрисида жамоатчиликни мунтазам хабардор қилиб туриш;
- ташкилот томонидан қабул қилинаётган ҳуқуқий актлар, расмий ахборотларини аҳолига ўз вақтида етказиш, уларни таҳлил қилиб бориш;
- ташкилотдан оммавий ахборот воситалари учун мунтазам равишда ҳеч монеликсиз ҳамда ишончли ахборот олишни йўлга қўйиш;
- ОАВ орқали ташкилот ва жамоатчилик ўртасидаги ахборот алмашинувини таъминлаш;

– ташкилот фаолияти хусусида кенг жамоатчиликнинг фикри ҳамда муносабатларини ўрганиб бориш, уларнинг оммавий ахборот воситаларидаги иштирокини кенгайтириш.

Юқоридаги фикрларимизга хулоса ясайдиган бўлсак, турли қарашлар, фикр-мулоҳазалар тўқнашадиган, беозор баҳслашадиган мунозара муҳити ва майдонини яратишда эса, турган гапки, ахборот хизматининг ўз ўрни бор. Унинг бош мақсади ҳам аслида шу: одамларнинг жамият ҳаётида кечаётган воқеа ва ҳодисаларга нисбатан фикрини шакллантириш. Омма ўртасида тарқатилаётган хабар тарзидаги маълумотларининг сабаб ва оқибатларига кўра чуқур таҳлил қилинишига эришишдир.

Газеталар билан ишлаш

Газета тезкорликда телевидениедан ҳам кўра кўпроқ радиодан орқада қолади. Одатда, радио биринчи бўлиб, деярли қисқа шаклда бўлса-да, юз берган воқеа-ҳодиса ҳақида хабар беради, ундан биров кейин телевидение ўша воқеа қандай кечганини кўрсатади. Воқеанинг тафсилотлари, сабаблари ҳақидаги таҳлилий материал билан газета эса фақат кейинги куни ёки ундан ҳам кеч чиқади. Айнан таҳлилийлик – матбуотнинг асосий афзаллиги. Телевидение “ҳамма учун ишлайди, радио – дангасалар ва шошқалоқлар учун.” Газета эса “ақллиларга” ёки ўзини шундай кўрсатмоқчи бўлувчиларга хизмат қилади⁴. Газетани кўпроқ олий маълумотли кишилар ўқийди. Лекин газетанинг таҳлилийлиги ҳам ўзига яраша тескари томони бор: ҳеч қандай газета ҳис-туйғуга таъсир қилишда радио ёки телевидениега ета олмайди.

Бироқ матбуотнинг бошқа афзалликлари бор. Масалан, чоп этилган мақолага яна қайтиш, мулоҳаза қилиш имконияти мавжуд. Газетани дўстларингиз ва яқинларингизга бера оласиз, яна ўқиб муҳокама қиласиз. Газетадан керакли жойларини қирқиб олиб йиғиш, шу асосда таҳлил қилиш мумкин. Яна бир муҳим афзаллиги – унинг ўз ўқувчилари бор. Обуна туфайли доимий мухлисларига эга. Бу эса мақсадли аудиторияга мунтазам

⁴ Қаранг: Ольшанский Д. Политический PR. СПб.: –М.: Питер, 2003. –С. 87.

таъсир ўтказиш имконияти демакдир. Мутахассислар фикрича, сўздан қудратлироқ нарсая йўқ, сўз ёвларни яксон этадиган, қалъаларни йикитадиган, душманларни дўстга айлантирадиган кўзга кўринмас қуролдир.

Шундай қилиб вақтли матбуот нашрлари тезкорлик, эмоционалликда орқада қолишига қарамай, таҳлилийлик туфайли ютуққа эришади. Бу ўқувчи онгига чуқур, кучли таъсир ўтказишга хизмат қилади. Телевидение ва радио хабарлари бирданига ўзига жалб этади-ю, аммо тез эсдан чиқади. Газета материаллари-чи, аксинча, кўпроқ вақт давомида хотирада сақланиб қолади.

Хуллас, оммавий техник коммуникация воситалари (каналлари)нинг ҳар бири ўз афзаллиги ва камчилиги билан характерланади. Демак, ахборот хизмати ходими PR-таъсир мақсадида алоҳида битта канални танлаб, у билан чекланиши керак эмас. Уларнинг ҳаммасидан ёки иложи бориша кўпидан бир пайтнинг ўзида фойдаланишгина яхши самара беради.

Бу ерда асосий эътиборни Ахборот хизмати ходимлари газета билан қандай ишлашлари зарур – газета спецификасидан келиб чиққан ҳолда – шунга қаратиш керак. Асосий мақсад – ташкилот ҳақидаги фикр, ғояларни (маҳсулот, хизмат, раҳбар ёки шу ташкилотда ишлайдиган мутахассислар имижини ташкил этиш мақсадида) газетхонга хитой қоғозига ўраб сотиш, ўтказиш.

Бу ерда биринчи йўналиш – сотиладиган ҳар бир нарсая (шахс, хизмат, маҳсулот), унинг ижобий хусусиятларининг ҳар бири ёки тарғибот учун керак бўлганлари ҳақида усталик билан гапириш, унинг ижобий томонларини тўлиқ кўрсата олиш.

Иккинчи йўналиш – газета йўналишидан келиб чиқади. Газета асосан мантикий фикрлаш маҳсули. Яъни, ундаги ёзма материаллар асосан мантикий усуллардан иборат, чунки у ёзма матн. Шундай экан, матбуот билан ишлайдиган ахборот хизмати ходими ушбу спецификадан тўлиқ фойдалана олиши зарур. Бу йўналиш (специфика) асосан икки нарсадан келиб чиқади: мантиқ ва услуб. Ҳар бирини алоҳида кўриб чиқиш лозим.

Мантиқ. Матбуот билан ишлайдиган ахборот хизмати ходими ёзма матн тайёрлаш сирларини тўлиқ ўзлаштириши зарур. Бу ерда икки хил матндан фойдаланилади: фикрлаш мантиқи ва баён мантиқи.

Мантиқий фикрлаш энг аввало, исботли ёзишдан иборат: ёлғон гапирмаслик, ноаниқликлар бўлмаслиги, битта гапни икки марта такрорламаслик, муҳим фактларни тушириб қолдирмаслик, ҳеч нарсани яширмаслик, ноқулай фактларни келтириб, улар бўйича тушунтириш бериш, хатолар ва камчиликлар ҳақида очиқ-ойдин гаплашиш, исботланмаган жойларни қолдирмаслик, мантиқий хатоларга йўл қўймаслик.

Мантиқий хатоларнинг уч тури мавжуд: далиллардаги хатолар, исботланадиган фикр (тезис)да хатолар ва исбот жараёнида йўл қўйиладиган хатолар. Булар ҳар бирининг ўз тизими бор. Масалан, далиллардаги хатолар қуйидагича бўлиши мумкин: исботланмаган фактларга асосланиб гапириш, далил сифатида исботланадиган фикрнинг ўзини келтириш, исбот учун етарли асос йўқлиги, исбот учун ҳаддан ташқари кўп далил келтириш ва бошқалар. Исботланадиган фикр, яъни тезис хатолари қуйидагиларда мавжуд: тезис ортиқча кенгайтирилади, тезис торайтирилиб келтирилади, тезис алмаштирилади ва бошқалар. Исбот жараёнида хатолар гуруҳи энг катта, уларнинг турлари жуда кўп.

Мантиқий хатоларни тўғри тушуниш учун ахборот хизмати ходими мантиқ ҳақидаги китобларга мурожаат этиши мумкин.

Баён мантиқи инсон ёзма материални қабул қилиш психологияси билан боғлиқ. Бу ерда материал композициясини мантиқан тўғри тузиш ҳақида гап кетмоқда: асосий гапни сўз бошида айтиш, баён этишда кетма-кетликка риоя этиш, мақола бошланишининг қизиқарлилигини таъминлаш, асосий қисмда керакли нарсаларни исботлаб гапириш, исбот билан хулосалар уйғунлигини таъминлаш ва бошқалар.

Газета материали учун тўғри услуб ва тил танлаш ахборот асри хусусиятлари билан шартланади. Бугунги одамларнинг ишлари кўп, улар ўта банд. Демак, биринчи хатбоши (абзац)нинг ўзида гап нима ҳақида

кетаётганини лўнда тушунтириш зарур, акс ҳолда газетхон иккинчи хатбошигача етмаслиги мумкин. Бутун материал қисқа, аниқ услуб ва тилда ёзилиши шарт. Ўзбек матбуотига хос ортиқча сўзлар, ҳиссиётлар, пафосли гаплар материалга фақат зарар етказди, холос. Сергаплик, мураккаб ёзиш, фикрни айлантириб тушунтириш – Ўзбекистон матбуотининг XX асрнинг 70-йиллардаги услуби, булардан аллақачон воз кечиш вақти келди.

Матбуот билан ишлайдиган ахборот хизмати ходими матбуот қонуниятларини ўша таҳририятда ишлайдиган журналистдан кам билмаслиги лозим. Масалан, тақдим этиладиган материал газетанинг қайси бетида жойлаштирилиши зарур, бетнинг қайси жойида у тезроқ ўқилади, сарлавҳа қандай танланади, тагсарлавҳалар керакми йўқми, керак бўлганда қандайлари келтириш маъқулроқ, матн ва сарлавҳалар учун қандай шрифтлар топилади ва ҳоказо.

Яна бир муҳим жиҳат, қисман бўлсада, газетада тасвирдан фойдаланилади, расмлар шаклида. Улардан унумли фойдаланиш жуда муҳим аҳамият касб этади. Чунки рамслар катта таъсир кучига эга.

Шу ўринда партия Ахборот хизматлари фаолиятини қисқача таҳлил қиладиган бўлсак, бир қатор камчиликлар билан бирга ижобий силжишларни ҳам кузатиш мумкин. Маълумки, ҳар қандай демократик давлатда сиёсий партиялар дастурий ғоя ва мақсадлар йўлида кураш олиб боради. Бундай курашларда ҳар бир партия ўз мафкурасини кенг оммага тушунтириб, тарғибот-ташвиқот қилиши табиий. Кўппартиявийлик ҳар қандай демократик парламентнинг асосий шарти бўлиб, у жамиятдаги турли ғоя ва фикрларнинг рақобатини таъминлабгина қолмай, уларнинг ягона мақсад йўлида фаоллигини оширади. Кўппартиявийлик, аввало, жамиятимизда ўз манфаат ва қарашларига эга бўлган ҳар қайси ижтимоий қатлам ва гуруҳнинг мақсад ва интилишларини тўлиқ акс эттириш учун керак. Шу маънода, ҳар бир партия ўзига бўлган ишончни, куч-қувватни халқ ичидан олади. Шунинг учун ҳам ҳар қайси партия халқнинг маълум қатлами манфаатларини ифодаловчи куч сифатида яққол намоён бўлиши шарт, яъни ўз имижига, ўз

қиёфасига эга бўлиши зарур. Сиёсий нашрлар бу борада муҳим рол ўйнайди. Шу боис, партия ахборот хизматлари улар билан мустаҳкам алоқа ўрнатиши шарт. Чунки демократик жараёнларни чуқурлаштиришда сиёсий партиялар ва умумсиёсий нашрлар зиммасига ўзига хос алоҳида вазифа юклатилади. Партиялар дастурида илгари сурилган ғоялар эса барчамизга яхши маълум. Яъни, улар ўз дастурларидан келиб чиқиб:

- 1) миллатнинг маънавий бирлиги;
- 2) Ватан – ягона оила;
- 3) кучли демократик давлат қуриш;
- 4) миллий қадриятларни эъзозлаш;
- 5) илмий-техникавий тараққиёт ва интеграциялашув;
- 6) миллий истиқбол;
- 7) тadbиркорлик ва ишбилармонликни ривожлантириш;
- 8) адолатли жамият қуриш йўлида фаолият кўрсатадилар.

Бундан кўриниб турибдики, партияларнинг асосий вазифаси миллий манфаатлар заминида кучли давлат ва адолатли жамиятни барпо этишдан иборат.

Демак, ана шу дастурий вазифаларни амалга ошириш йўлида қилинаётган саъй-ҳаракатлар сиёсий газеталарда атрофлича ёритиб борилаётган бўлса, партия ахборот хизматлари ўз ташкилотларининг имижини яратиш борасида катта ва хайрли ишнинг уддасидан чиқаётган ҳисобланадилар.

Партия газеталари маълум даражада ўз шаклу шамойилини топган, ўзига яраша йўналиши, мавзулари бор. Партия имижини яратишга ва нуфузини оширишга хизмат қиладиган мақолалар, суҳбатлар ҳам талайгина. Жумладан, Олий Мажлис Қонунчилик палатаси депутатларининг қатор чиқишлари, партия фаоллари билан интервьюлар, оддий кишиларнинг партия ҳақидаги фикрлари эътиборга моликдир. Юқорида таъкидлаганимиздек, бу жараёнларнинг барчаси, яъни, партиянинг амалий ишларини етарли даражада ёритиб бериш унинг имижини яратишга хизмат

қилар экан, бу борада ахборот хизматининг фаоллиги, тезкорлиги муҳим аҳамият касб этади.

Сиёсий партияларнинг жамиятдаги ўрни кундан-кун мустаҳкамланиб бормокда. Чунки жамият ҳаётининг турли жабҳаларида демократик қадриятларнинг қарор топиши, фуқаролик институтларининг ривожланишида сиёсий партияларнинг роли жуда катта. Улар аҳоли турли табақаларининг сиёсий манфаатларини ифода этибгина қолмасдан, балки бу манфаатларни шакллантиришда ҳам бевосита иштирок этишаётганини партия нашрларидаги “Матбуот хизмати хабар қилади”, “Бошланғич ташкилотларда”, “Фракция фаолиятдан” рукнлари остидаги қатор материаллардан кўриш мумкин. Бу жараёндаги устувор йўналишлар, партияларнинг фаолият дастурлари, депутатларнинг жамоатчилик билан алоқалари, матбуот хизмати фаолияти ва бу борадаги тажрибалар ҳамда самарали натижалар, айниқса, “Адолат”, “XXI аср,” “Ўзбекистон овози,” “Голос Узбекистана,” “Миллий тикланиш” газеталаридан мунтазам равишда ўрин олганлиги эътиборга молик.

Бундан ташқари партия матбуот хизматлари ўзаро самимий рақобатда бўлишлари лозим. Шунда

- Ўзбекистонда кўппартиявийлик;
- сайловлар жараёнида партиялар рақобати;
- партия имижининг сиёсий жараёнлардаги аҳамияти;
- партия имижининг сиёсий технологик услубларда яратилиши ва уни матбуотда акс эттирилиши;
- матбуотда партия дастури асосидаги материалларни ёритиш;
- бошланғич партия ташкилотлари имижини;
- фаол депутатлар имижини яратиш борасида намунали тажриба мактаблари яратилади.

Айтайлик матбуотда имиж яратиш турли кўринишларга эга бўлади. Бунинг исботини биз халқаро андозалар тажрибаси мисолида ҳам

кузатганмиз. Бу борадаги илғор усуллар маҳаллий матбуотимиз, хусусан, сиёсий партиялар нашрларида ўз аксини аста-секин топиб бормокда.

Ҳаёт кўзгуси ҳисобланмиш матбуотга қўйиладиган талаблар кўлами жуда кенг. Модомики, унга "кўзгу" дея таъриф берилган экан, демак, унда ҳақиқий ҳаёт акс этиши зарур. Бугун биз сўз юритаётган мавзудан ҳам кўзланган мақсад шу: ташкилот имижини яратишда тармоқ нашрининг роли қай даражада? Аввало шунини айтиш керакки, имиж яратишда сунъий, ясама ёки ортикча дабдабали гапларга ҳожат йўқ. Бу усулда бирор ташкилотнинг имижини яратиб бўлмайди. Негаки, одамлар, кенг жамоатчилик ҳаммасини кўриб турибди. Минглаб фуқароларимиз мана шу ташкилотлар тасарруфида ҳаракат қилишмоқда. Бу борада эл орасида қўлма-қўл бўлиб юрган “сарик матбуот” ҳам маълум даражада самарали натижа беради. Чунки одамлар бугун сиёсий нашрлардан кўра кўпроқ олди-қочдилар баён этиладиган мана шундай газеталарга мурожаат этишмоқда. Бироқ ҳар бир ташкилот аъзоси атрофида ўнлаб кишилар уларнинг саъй-ҳаракатларини синчковлик билан кузатиб турганини унутмаслик лозим. Негаки, шу ташкилот фаолияти ҳақида матбуотда айтилган жимжимадор мактов гаплар унинг обрўсини тўкади холос.

Кузатишлар, таҳлиллар натижаси шунини кўрсатмоқдаки, бугунги кунда газета ортикча мактов, сунъий гапларни кўтармайди. Чунки газетхоннинг бунга муҳтожлик жойи йўқ. Яъни, ўз дастурида баён қилинган ғоялар, мақсадлар, режаларни амалга ошириш борасида ташкилот нима ишлар қилаётганини очиқ-ойдин намоён этиши лозим.

Шу мақсадда “Ўзбекистон овози,” “Голос Узбекистана,” “XXI аср,” “Миллий тикланиш,” “Адолат” газеталарининг мавзу доирасини назарий ва амалий жиҳатдан кенг ўрганиб, бу борада тадбиркорлар ва ишбилармонлар Ўзбекистон Либерал демократик партияси, Халқ демократик партиясида ўзига хос мактаб юзага келаётганининг гувоҳи бўлдик. Айниқса, ХДП, ЎзЛиДеП Ахборот хизмати ходимлари ўз ташкилотлари имижини мустаҳкам яратиш учун тармоқ нашри бўлган газеталар билан бирга бошқа ижтимоий-

сиёсий нашрларда ҳам тез-тез чиқишлар қилиб, бор ҳақиқатни, яъни, ташкилот фаоллари, фидойилари амалга ошираётган ишлар ҳақида холисона ёритиб боришмоқда.

Хулоса қилиб айтганда, ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларни амалга оширишида газетанинг ўрни катта. Бу борада жамоатчиликка таъсир кучи катта бўлган матбуот билан ҳамкорлик муҳим омил ҳисобланади. ОАВ тўртинчи ҳокимият мақомини олиши сари, унга бўлган ишонч янада ортди. Матбуот чин маънода минглар минбарига, халқнинг ишончли ҳамкорига айланди. Шунинг учун ҳисобга олган ахборот хизматлар улар билан доимий алоқалар ўрнатиши зарур. Фикрлар хилма-хиллиги, ошкора мулоҳазаларнинг оммавий ахборот воситалари орқали бериб борилиши партия имижини оширибгина қолмай, электоратнинг партия фаолияти ҳақидаги дунёқарашини бойитади.

Радио билан ишлаш

Ахборот хизмати ходими радиода чиқишни ташкил этишидан мақсад (бошқа ОАВ билан боғланишидек) – радио орқали ташкилот фаолияти, унинг раҳбари(яти) ёки ходими (жамоаси) ҳақида тингловчига ижобий ахборот етказиш, радио орқали ташкилот имижини ошириш, кенг оммада ушбу ташкилот ҳақида ижобий муносабатни шакллантириш. Радионинг мақсади, матбуот каби, ўша ташкилот ҳақидаги маълумотни оммага сотиш. Демак, радио билан ишлайдиган ахборот хизмати ходими ушбу ОАВга хос хусусиятларни ва радиожурналист фаолиятининг сирларини билмоғи даркор.

Радио тез ахборот тарқатишнинг энг қулай воситаси. Чунки унда газета ва телевидениедан кўра оперативлик устунроқ. Қолаверса, бугунги кунда газета ўқишга, телевидение кўришга вақтини қизғанадиган одамлар йўл-йўлакай – иш жараёнида, йўлда радиони тинглаб кетиши мумкин.

Бироқ радионинг ҳам ўзига хос камчиликлари бор. Яъни, ахборот эшитилади, холос. Фактлар, рақамлар, далиллар эса эшитгандан кўра кўрганда эса яхши қолади. Тадқиқотлар шунини тасдиқлайдики, инсон

хотирасида эшитилган ахборотнинг 20 фоизигина ёдда сақланар экан. Кўпроқ ахборотнинг мавзуси ва асосий деталгига хотирага муҳрланади. Шу боис, радиога маълумот узатаётган ахборот хизмати ходими сўз бораётган воқеа-ҳодиса ҳақида турли стилистик усуллар орқали бир неча бор (5 мартагача) тўхталиши лозим. Таянч ахборот қайта-қайта бўлса-да, янги сўзлар, иборалар билан ифодаланса, тингловчи аудитория уни яхши қабул қилади.

Ахборот хизмати ходими шуни ҳам эътибордан четда қолдирмаслиги керак-ки, радионинг яна бир объектив ноқулайлиги – радиоэшиттиришни қайтариш мумкин эмаслигида. Яъни, тингловчи бирон нарсани тушунмай ёки эшитмай қолса, эшиттиришни ортга қайтариб бўлмайди. Шунингдек, ахборотлар тез ўқилиши боис, керакли маълумотларни қоғозга ёзиб олиш ҳам мушкул. Шуларни ҳисобга олган мутахассислар радио оммавий аудиторияга унчалик ҳам тўғри келавермайди, деб ҳисоблашади. Аудиториянинг маълум бир қатлами учун радиоэшиттириш тайёрлаш ва барчага бирдек маъқул бўлиш қийин. Чунки ОАВ ичида радионинг доимий аудиторияси камроқ, у кун давомида ўзгариб туради.

Бу билан радионинг имкониятларини пучга чиқармоқчи эмасмиз. Ваҳоланки, таниқли сиёсатшунослардан Р.Рейган ҳамда М.Тетчерлар телевидениедаги эмас, айнан радиодаги муваффақиятли чиқишлари билан кенг аудитория ишончини қозонган. Россиянинг собиқ президенти Б.Ельцин анемия билан оғриганлиги туфайли унинг кўриниши ўта ҳорғин, юзларида ўзига ишончсизлик ва сўлғинлик зоҳирлиги сабабли у кўпроқ радиода чиқиш қилган ва яхшигина эътибор қозонган.

Бундан кўриниб турибдики, радионинг қулай тарафлари ҳам талайгина. У чегара ва масофа билмайди, радио учун ташқи кўриниш муҳим эмас. Буни ҳисобга олган ахборот хизмати ходими пишиқ-пухта тайёрланган материали орқали ўз ташкилоти имижини ошириши тайин⁵. Радиожурналист иш

⁵ Бу бандга тегишли материаллар қисман: Ольшанский Д.В. Политический PR. Питер-2003 китобидан олинди.

жараёнида тўртта воситадан (ОАВга хос хусусиятлардан) фойдаланади: сўз, бадий шовқинлар, мусиқа ва монтаж. Буларни ҳар бирининг радиода ўз ўрни бор. Ушбу воситалар ичида энг катта имкониятга эга бўлгани – жонли сўздир.

Сўзнинг икки фазилати мавжуд: мазмуни ва интонацияси. Бу илмий тилда лингвистик ва паралингвистик кодлар деб аталади. Лингвистик код сўзлар маъносини англатади, яъни, радиожурналист, ахборот хизмати ходими ёки у ишлайдиган ташкилот вакили (уни эфирда гапиришга, албатта, ахборот хизмати ходими тайёрлайди) нима ҳақда гапирмоқда. Мазмун – ташкилот фаолиятида бирор бир ютуқ, тақдимот, дастур, маҳсулот, хизмат ва ҳоказолар бўлиши мумкин. Бу ҳақда рисоланинг бошқа жойларида гапирилган, ҳозир биз бу масалада тўхтамаймиз.

Паралингвистик код – ушбу сўзларни радиодан чиққан одам қандай қилиб гапираётганини билдиради. Гапириш услуби бир қатор элементлардан иборат: овознинг самимийлиги, унинг жозибадорлиги, гапирадиган одам ўз сўзларининг ҳаққонийлигига ўзи нақадар ишониши, сўзларнинг тўғри талаффуз этилиши, нутқ раванлиги, паузалар, овоз тембри (ҳар бир одамда ўзига хос бўлади), мантикий урғулар (у ёки бу сўзларни баландроқ ёки пастроқ овоз билан айтиш), нутқ тезлиги (гапириш суръатини у ёки бу жойларда ўзгартириш), диалог тарзида суҳбатлашиш ва бошқ. Ушбу усулларнинг ҳар бири радиода катта кучга эга.

Бадий шовқинлар – радиочиқишнинг муҳим таркибий қисмидир. Бадий шовқин деб радиочиқишни ишонарли қиладиган, худди шу воқеа жойида бўлаётган шовқинларга айтилади. Бу самолёт, автомашина, поезд юриши, завод ёки фабрика товушлари, эшик очиб-ёпилиши, кўча шовқинлари ва бошқалар бўлиши мумкин. Бундай товушларсиз деярли бирор бир эшиттириш эфирга чиқмайди. Бадий шовқин – ташкилотнинг иш жараёнини яхши акс эттира оладиган усул, чунки ҳар бир ташкилот фаолияти ўзига хос шовқинлардан иборат.

Муסיқа масаласига келганда, айтиш мумкинки, бу ҳам тингловчига таъсир этадиган жуда кучли восита. Ташкилот (рахбарият, ходим) фаолиятига (ҳаётига, қизиқишларига) хос муסיқани танлаш қийин эмас, чунки ҳар бир жамоанинг яхши кўрган муסיқаси (ашулалари, хонандаси) бор. Худди шундай бадиий шовқинлар ҳамда муסיқа – агар улар ахборот хизмати ходими томонидан яхши танланса ва радиода амалга оширилса, ташкилотнинг жонли, товушли образини яртади.

Монтаж аслида техникавий жараён бўлса-да, катта таъсир кучига эга. Чунки маълум даражада мазмуний ўзгаришларга олиб боради. Масалан, монтаж ёрдамида бевосита ташкилотда ёзиб олинган гаплар ва шовқинлар бошқа вақтда ва бошқа жойларда бажарилган товушли ёзувлар ҳамда муסיқалар билан тўлдирилиши қийин эмас. Ундан ташқари, монтаж пайтида воқеалар кетма-кетлиги ўзгартирилиши мумкин. Бу ҳам радиожурналистикада ифодалаш усулларида бири деб ҳисобланади.

Яна бир муҳим масала – ташкилот раҳбари, ходимларни радиода чиқиш қилишга ўргатиш. Бу ишнинг бир қатор ўзига хос томонлари бор. Биринчидан, айрим одамларни телевидение орқали кўрсатиш қийин, чунки улар телехусн (телегеничность) қоидаларига жавоб бермайдилар. Улар учун матбуот ёки радио ишлатилади. Иккинчидан, агар одамнинг овози жарангдор бўлса, радиода чиқиш учун олдиндан тайёрлаш, машқ қилиш зарур: микрофондан кўркмаслик, талаффузга ва темпга ўргатиш ва бошқалар..

Республика Давлат солиқ қўмитаси ахборот хизмати раҳбари Тўрабек Тўраевнинг эътироф этишича, мазкур ташкилотда ОАВнинг барча турлари учун алоҳида масъул шахслар бириктирилган. Улар рақамлар ортидан қувиб, чиқишлар сонини кўпайтиришга эмас, айнан зарур вақтда зарур маълумотни оммага етказа олишга аҳамият қаратишади.

Телевидение билан ишлаш

Телевидениеда чиқишдан мақсад ҳам, бошқа оммавий ахборот воситалари каби, ташкилот ҳақида томошабинга яхши, мазмунли ахборот

етказиш, ташкилотни аудиторияга тақдим этиш, томошабин ташкилотни яхши қабул қилишига кўмаклашиш, уни “пардоз қилиб сотиш”. Лекин алдаш эмас, чунки пиар соҳаси ходимларининг ўз ахлоқий кодекслари борки, уларга ҳар бир ахборот хизмати ходими риоя қилиши шарт. Шу қадар шартки, ҳатто агар ташкилот манфаатлари ва PR ходимлари кодексларининг бандлари бир-бирига тўғри келмаса, ахборот хизмати ходими биринчи ўринда кодекс талабларини бажариши зарур, гарчи у ташкилотга зарар етказса ҳам.

Телевидениенинг афзаллиги ўзи билан: тасвир ва ҳаракат мавжудлигида. Айнан ана шу ноёб хусусият телевидениенинг киши ҳиссиётларига таъсирини кучайтиради. Тасвир ва овоз бирлиги, воқеа-ҳодисаларни ўзгариш, ривожланиш жараёнида кўрсата олиш орқали телевидение бугунги кунда энг кенг тарқалган ОАВ ҳисобланади. Радио, матбуот кўпроқ далил ва исботлар билан иш кўрса, телевидение “намойишкорлик” деб аташ мумкин бўлган ўзига хос қуролдан фойдаланади. У тўғридан-тўғри руҳиятга ва ҳатти-ҳаракатларга таъсир қила олади.

Экрандаги тасвирни кўрар экан, томошабин ўзини ўша воқеаларнинг гувоҳи, ҳатто иштирокчиси сифатида тасаввур қилади. Унда “кўришми, демак, бу ҳақиқат!” деган тушунча ҳосил бўлади.

Таниқли мутахассислардан бири Г.Почепцовнинг таъкидлашича, одамлар телевидениедан газетага нисбатан кўпроқ нарса “топади”. Негаки, телевидениедан олинган ахборотнинг 66 фоизи сўз билан эмас, ҳаракат билан ифодаланади.

Тўғри, телевидениенинг ҳам ўз объектив камчиликлари бор. Масалан, у радиочалик тезкор эмас. Яъни суратга олиш, кассетани керакли жойга етказиш ва монтаж жараёнлари вақт талаб қилади. Техник жиҳатдан олганда, узоқ масофа, табиий ҳалақитлар туфайли сифатли тасвир бўлмаслиги, телеэфирнинг нархи қимматлиги каби қийинчиликлар мавжуд. Унинг ҳиссиётга ўта кучли йўналтирилганлиги акс таъсир кўрсатади, яъни,

теледастурнинг таҳлилий бўлишига, мазмунини тўлиқ англашга ҳалақит беради. Шунга қарамай, афзал томонлари камчиликларидан барибир кўп.

Телевидение пайдо бўлиши билан сиёсий коммуникациянинг асосий каналида навбатдаги ўзгариш рўй берди. Аввалига бу канал тасвирдан иборат эди, (сиёсатчиларнинг одамлар билан шахсан мулоқоти), кейинчалик товуш (радио) билан алмашди. 1950-йилларда телевидение жадал ривожланиши туфайли глобал ўзгаришлар содир бўлди.

Телевидение ривожланиши билан сиёсий компанияларда ташқи феъл-атвор ва ҳатти-ҳаракат муҳим рол ўйнайди. Нотиклик услуби ҳам ўзгаради. Майдонга тўпланган оломонни ўзига қаратиш шарт эмас. Ҳамма уйида қулай оромкурсиларда ўтириб томоша қилади. Сиёсатчи керак бўлса, актёрга айланади. У бир томондан, томошабинни кулдиради, иккинчидан айнан у барча муаммоларни ечишга қодир эканига ишонтиради.

Телевидение бошқа ОАВ таъсир каналларини – мантиқ ва товушни ўзида бирлаштиради. Демак, телевидение азалдан матбуот ва радио кучига тенг. Ундан ташқари телевидение уларга жуда кучли воситани, тасвирни қўшади. Маълумки, инсон бир кун давомида ўзлаштирган ахборотнинг 90 фоизни кўз орқали қабул қилади.

Телевидениеда чиқиш қилиш – барча ОАВ ичида энг қийин, чунки бу ерда кўп талабларга жавоб бера олиш зарур. Шулар ҳақида айрим маълумотларни бермоқчимиз.

Биринчидан, телевидениега тасвирга тушириш учун қаҳрамон сифатида тавсия қилинган одам камерадан кўрқмаслиги лозим. Ушбу рисоланинг муаллифлари телекамера олдида ўзини йўқотиб қўйган одамлар сифатида вазирларни, элчиларни, депутатларни, катта идораларда ишлайдиган масъул ходимларни кўрганлар. Камерани четга олгач, ушбу одамлар жуда яхши гапирган, лекин камера ёқилиши билан яна ўзларини тутиб олишаолмаган. Бундан хулоса чиқариш зарурки, камера олдида биринчи тўғри келган одамни гапиртириш қийин. Бунинг учун маълум бир қобилият, тажриба ва дадиллик зарур.

Иккинчидан, телевидение тасвир билан боғлиқ, шунинг учун камера олдидаги шахс маълум даражада телегеничность талабларига жавоб бериши керак. Бу масалани керакли тадбирни ОАВда ёритиш учун жавобгар ҳисобланадиган шахс – ахборот хизмати ходими ҳал қилади. Шунинг учун у экранга кимни чиқариш мумкинлигини ўйлаб кўриши зарур.

Учинчидан, телевидениега интервью берувчи шахс яхши фикрлайдиган, мантиқан тўғри ва асосли гапира оладиган, сўз бойлигига қийналмайдиган одам бўлиши даркор. Чунки телевидениега олиш маълум бир қийинчиликлар билан боғлиқ жараён: тележурналистнинг вақти камроқ бўлиши мумкин, съёмкага битта одам эмас, бутун гуруҳ келади ва уларни овора қилмаслик зарур, одатда техника қисқа муддатга берилади, съёмкага туширилган сюжетни тезда монтаж қилиб топшириш керак ва ҳоказо.

Ахборот хизмати ходими ўзи ҳам телевидениега интервью бериши мумкин, аммо одатда ундан кўра камера олдида кўпроқ ташкилот раҳбари ёки мутасаддилар чақирилади. Шунинг учун у ўз диққат ва ҳаракатини ушбу тоифадаги одамларни экранга чиқишга тайёрлашга қаратгани маъқулроқ. Бу эса осон иш эмас. Бундай талаблар уч гуруҳга бўлинади.

Энг аввало, эсдан чиқармаслик керакки, аудитория телевизорда чиққан одамни сўзларидан кўра унинг ташқи кўринишига, қиёфасига кўпроқ эътибор беради. Буни мутахассислар кинетик, яъни ҳаракатлар коди деб номлаган. Кинетик коднинг аудитория сезадиган “тили” бор. Томошабин ушбу тил орқали келадиган маълумотни остки онги билан қабул қилади. Хуллас, гапираётган пайти қаҳрамон меъёрида ҳаракат қилиши керак. Мазкур ҳаракатлар эса айтиладиган маълумотни тасдиқлайдиган бўлмоғи зарур. Ундан ташқари, қаҳрамоннинг кийими телевидениега интервью берувчи одамга муносиб бўлмоғи даркор.

Иккинчидан, танланган одамнинг паралингвистик коди меъёрида бўлмоғи лозим. У жуда тез ёки жуда секин гапирмаслиги зарур. Унинг овозида куч, ўзига ишониш интонацияси бўлмоғи керак. Паралингвистик коднинг бошқа элементлари ҳам тартиб доирасида бўлиши зарур.

Кинетик ва паралингвистик кодлар жами ушбу сюжет ҳақида томошабинга 66 фоиз маълумотни етказди. Лингвистик код (сўзлар маъноси) эса қолган 34 фоизига эга. Мазкур рақамлар экспериментлар ёрдамида олинган бўлиб, исботланган деб ҳисобланади.

Ахборот хизмати ходими келтирилган қоидаларга риоя қилиб, керакли услубда ташкилот вакилини ОАВда чиқиш учун тайёрламоғи лозим.

Хулоса қилиб айтганда, ташкилот Ахборот хизмати ходими оммавий ахборот воситалари бирдан катта аудиторияни қамраб олиш имкониятига эга эканлигини ёдда тутиши ва бу қулайликдан оқилона фойдаланиши лозим. Юқорида таъкидлаганимиздек, ОАВ орқали тарқатиладиган маълумотларга одамлар ўрганган ва уларга доимо ишонишади.

Бугунги кунда мамлакатимизда чоп этилаётган газета ва журналлар, теле ва радиоканаллар ўз ўқувчиларига, аудиториясига эга. ОАВ тарқатаётган ахборотлар юртимизнинг барча олис-яқин ҳудудига етиб боради. Бундан кўриниб турибди-ки, Ахборот хизмати ходими ОАВнинг сони кўплиги ва улар аудиториянинг турли қатламларига мос бўлганлигини инобатга олиб, улар билан узвий ҳамкорлик қилиши даркор. Шунда у ўз олдига қўйган мақсадига тўла эришади. Яъни, ташкилоти ҳақидаги барча маълумотлар билан жуда катта аудиторияни қамраб олади.

Бундан ташқари ОАВ ташкилот имижини яратиш учун энг қулай восита. Бунинг учун ташкилот ахборот хизмати ходими юқорида келтириб ўтилган тартиб-қоидаларга риоя қилса мақсадга мувофиқ бўлар эди. Жумладан, ОАВда ташкилот имижини яратиш учун бу ҳақда яхши ва тўлиқ маълумотга эга лидерни танлай билиши керак. Ўз навбатида бу шахсдан телекамера ёки репортёр олдида ўзини йўқотиб қўймаслиги талаб этилади. Ташкилот имижини яратиш учун элга машҳур шахслар танланса, янада яхши. Чунки халқимиз машҳур кишиларни ҳурмат қилади, уларга эргашади.

ОАВ маълумотлари кўпчиликка етиб боришини унутмаган ҳолда ташкилот ахборот хизмати ходими улар билан ишлашни бир марта ўрганиб, доимо фойдаланиши мақсадга мувофиқ.

Назорат учун саволлар:

1. Ахборот хизматининг журналистлар билан ҳамкорлиги қандай йўлга қўйилади?
2. Матбуот анжумани ҳақида ОАВда ёритишда нималарга эътибор қаратиш зарур?
3. Ташкилот ва жамоатчилик ўртасида ахборот қай тарзда алмашинади?
4. Ахборот тарқатишнинг қандай усулларини биласиз?
5. Ахборот хизмати ходимининг бош мақсади нима?
6. Ахборот хизмати ходими ОАВ тахририятлари билан изчил равишда ҳамкорликни давом эттириши учун қандай йўл тутмоғи зарур?
7. Ахборот хизмати ходими жавобгарлик ҳиссини туйиши учун қандай ишлаши керак?
8. Ахборот хизмати телевидение ходимлари билан ишлашда нималарга эътибор бериши керак?
9. Ахборот хизмати радио ходимлари билан ишлашда нималарга эътибор бериши керак?
10. Ахборот хизмати газета ходимлари билан ишлашда нималарга эътибор бериши керак?

МАТБУОТ КОТИБИ МАҲОРАТИ

(Амалий ашғулот учун)

Газета ё журнал тахририятида фаолият кўрсатаётган журналистдан асосан долзарб ва қизиқарли мавзуларда мақолалар ёзиш талаб этилади. Телевидение ижодкорларидан шундоқ кўрсатувлар, радиожурналистдан эшиттиришлар кутилади. Ташкилот матбуот котиби эса хабар, мақолалар ёзишда ҳам, кўрсатув ёки эшиттириш тайёрлашда ҳам ижодий маҳорат бобида улардан кам бўлмаслиги лозим.

Оддий журналист кўп тил билса бош устига, мабодо, она тилидан бошқасини унчалик билмаса ҳам бемалол ишлайверади. Бироқ, матбуот котиби она тилимиз билан бир қаторда рус тилини ҳам мукамал билиши шарт! Чунки, у фаолияти давомида русийзабон журналистлар билан ҳам бирдек мулоқотда бўлади. Матбуот котиби моҳир ташкилотчи ҳам бўлиши зарур. Марказий сайлов комиссияси матбуот гуруҳи раҳбари Шерзодхон Қудратхўжаевда шу фазилатларнинг барчаси бирдек мужассам эди.

Бирор кўрсатув тайёрлаётган тележурналистлар интервью берадиган кишиларга аввало қандоқ ҳаракатланиши, телекамера қаршисида ўзини қандай тутиши, сўзлаётганида нималарга эътибор қаратиши зарурлигини ўргатаётганларини кўп кузатганман. Сайлов жараёнларига оид кўрсатув тайёрлашга келганлар эса Шерзодхон Қудратхўжаевдан маслаҳат сўрарди. Очиги, матбуот гуруҳимиз раҳбари кўрсатув тайёрлашга келган телевидение ходимларига маҳорат бобида сабоқ ҳам берарди. Яъни, қайси объектни қандоқ тасвирга тушуриш, бошловчи нималарга эътибор қаратиши, қайси масъул шахсдан қай тарзда интервью олиш лозимлигини қойиллатиб кўрсатарди. Четдан кузатилганда Шерзодхон Қудратхўжаев режессёрлик қилаётганга ўхшарди. Амалда шундай бўларди ҳам.

2000 йил декабрида Ўзбекистон Республикаси Президенти сайлови жараёнлари миллий телерадиокомпаниямиз томонидан кенг ёритилишида Шерзодхон Қудратхўжаев қанчалик жонбозлик кўрсатганини кўпчилик яхши билади. Ўша сайлов куни юз берган бир воқеани ҳануз ҳаяжон билан эслаб юрамиз. Сайлов куни Тошкентдаги муҳташам Миллий матбуот марказида ҳар икки соатда матбуот анжумани ўтказилиши ва “Ўзбекистон” каналида тўғридан-тўғри эфирда намоиш этилиши режалаштирилди. Эрталабдан матбуот анжуманига ҳамма нарса тахт қилиб қўйилди.

Соат 9.00 да биринчи матбуот анжумани бошланди. Маҳаллий ва хорижлик журналистлар, халқаро кзатувчилар ҳозир бўлган даврани Ўзбекистон Республикаси Марказий сайлов комиссияси раисининг матбуот

котиби Шерзодхон Қудратхўжаев ўзбек ва рус тилларида бирдек бийрон сўзлаб бошқарарди.

Анжумандан сўнг барча журналистлар сайлов участкаларига чиқиб кетишди.

Навбатдаги матбуот анжуманларимиз ҳам рисоладагидек ўтди. Катта сайлов бўлаётганига яраша бирор кўнгилсиз воқеа юз бермаётганига баъзи хорижлик журналистлар жиғибийрон бўлаётганга ўхшарди наздимда.

Адашмаган эканман, ниҳоят улар “бир кўнгилсиз воқеа юз берганини” кашф қилгандек тапир-тупир қилганча келиб қолдилар. Миллий матбуот марказининг залворли эшигини шахт очганча ичкарига ёпирилиб келишди. Бу пайт камина фойеда тургандим. Гуруҳимиз раҳбари ичкарироқда ким биландир суҳбатлашаётганди. Хорижлик журналистлар ўз микрофонларига қараб айтаётган гапларини аниқ эшитиб турардим:

– Ҳурматли радиотингловчилар! Мана, Тошкентдаги Миллий матбуот марказига кириб келдик. Суҳбатдошимиз Марказий сайлов комиссияси матбуот гуруҳи масъул ходими Тўлқин Эшбек бўладилар. Ҳозир уларнинг сўзларини тинглайсиз...

Шу лаҳзада беш-олтита хорижлик журналистларнинг микрофонлари ёппасига менга қаратилди. (Бунақасини шу пайтгача фақат чет эл киносида кўргандим). Ана, холос! Демак, “Америка овози”, “Озодлик”, “Би-би-си”, “Маҳшад”, “Франс-пресс”, “Немис тўлқини” каби радиоларда эшиттириш тўғридан-тўғри эфирга узатилмоқда. Ҳозир оғзимдан чиққан ҳар бир сўз шу лаҳзаларда курраи заминга таралади!

Юртимизга нур эмас, кир қидириб келганлари авзойидан кўриниб турган хорижликлар қанақа китмир саволлар билан гангитиб қўйишмоқчи? Ўзларича “очко” ишламоқчими? Бундай пайт унча-мунча одам довдираб қолиши ҳеч гапмас... Энг ёмони, уларнинг саволига қайтарган энг тўғри жавобинг ҳам тескари айланиб кетмайди, деб ким кафолат беради?

Уларга шу керак-ку. Мана шундай антиқа ҳол юз бериши ва улар қилдан қийик топиб дунёга дўмбира қилиш учун қанча тайёргарлик қилиб келишмаган дейсиз.

Улар орзиқиб кутган тўфон бошланиши керак эди шу дамда.

Худди шу тўфонга мен тушиб қолсам-а...

Юз-кўзларида ғалати ҳаяжон акс этиб турган хорижликлар ўзларича “нишонга урадиган” саволини бердилар:

– Президентликка номзоди қўйилган Абдулҳафиз Жалолов ҳозиргина сайловда овоз бергач, ундан кимнинг номзодига овоз берганини сўрадик. У Ислон Каримов номзодини ёқлаб овоз берганини билдирди. Айтинг-чи, унинг бу жавобини қандоқ изоҳлаш мумкин?

Ҳурматли ўқувчим! Хўш, бунақа саволга сиз нима деб жавоб берган бўлар эдингиз? Ўша лаҳзада ўзингизни менинг ўрнимга қўйиб кўринг-чи... Кутилмаганда бўғзингга пичоқ тирагандек авзойибузуқ кимсалар шунча микрофонни “ўқталиб” туришса...

Уларнинг саволига қайтарган жавобинг сени ё бор қилади ёки...

Бундай пайт “Узр, бу саволингизга жавоб беролмайман” деб кўр...

Кейин кўрасан томошани...

“Ана, бундай ҳолга ҳатто фалончи ҳам жавоб беролмай гангиб қолди” деб шарҳлаб (таъбир жоиз бўлса, шохлаб!) ташламайдими?

Ўзимни вазмин тутишга ҳаракат қилиб, шундай дедим:

– Сизнинг бу саволингизга батафсилроқ жавоб бериш учун сўзни эҳтиром билан Ўзбекистон Республикаси Марказий сайлов комиссияси раисининг матбуот котиби Шерзодхон Қудратхўжаевга бераман.

– Ташаккур, ташаккур,— дейишганча хорижлик журналистлар уч-тўрт одим нарида турган гуруҳ раҳбаримиз томон дув этиб ошиқдилар.

Шу ўринда бир гап; бирор кишига туйқусдан савол берилганида гоҳо ўша шахс бироз довдираб қолиши мумкин. Уни кузатиб турган киши ёдига мухтасар жавоблар келаверади. Чамаси, ўша пайтда худди шундай ҳол юз берди. Ҳалиги вазиятни жуда эътибор билан кузатиб турган тажрибали

журналист Шерзодхон Қудратхўжаев ўша саволга дадиллик билан шундай жавоб қайтарди:

– Биринчидан, сайловда ҳамма нарса ошкора, фақат овоз бериш яширин бўлишини ҳамма яхши билади-ку. Иккинчидан, Жалолов номзод бўлиш билан бир қаторда сайловчи сифатида хоҳлаган номзодига овоз бериши мумкин. Учинчидан, сайловда овоз берган кишидан “кимга овоз бердинг?” деб сўраш умуман журналист этикасига, мантиққа тўғри келадими? Жалолов бу саволингизга жавоб бермаслиги ҳам мумкин эди! Модомики, саволингизни жавобсиз қолдирмаган экан, уни дўмбира қилиш халқаро миқёсда қайси журналист одобига тўғри келади?

Матбуот гуруҳи раҳбарининг дунёга татиғулик қуйма жавобларидан хорижлик журналистларнинг нафаси ичига тушиб кетди чоғи. Бирортаси миқ этолмай қолди... Боя бостириб келганларидаги вазоҳатларидан асар ҳам қолмаганди. Ор-номуслироқлари хижолат чеккани гезарган юзларидан кўриниб турарди. Пушмон қилгандек биттасининг шундай пичирлагани қулоққа чалинди:

– Раҳмат, ий-й, узр...

Бошини ҳам қилиб кетаётган хорижликлар ортидан “ажаб бўпти!” деб кулиб қараб қолдик.

Қиссадан ҳисса шуки, матбуот котиби ўрни келганда ўз ташкилотининг ишончли қалқони бўлмоғи лозим.

ГЛОССАРИЙ

Асосий тушунчалар:

Агентлик – бирон-бир муассасанинг маҳаллий бўлими, шунингдек айрим ахборот, воситачилик ва шу каби муассасаларнинг номи (мас, телеграф агентлиги, Ўзбекистан Миллий ахборот агентлиги, «Жаҳон» ахборот агентлиги ва ҳоказо).

Ахборот – манбалари ва тақдим этилиши шаклидан қатъи назар шахслар, предметлар, фактлар, воқеалар, ҳодисалар ва жараёнлар тўғрисидаги маълумотлар.

Ахборот хизмати институти – ташкилотнинг ахборот хизмати ижтимоий институт сифатида шаклланганлиги, ижтимоий воқеликка айланганлиги.

Ахборот хизмати – ташкилот, муассаса ва бошқа идораларнинг ОАВ ҳамда жамоатчилик билан алоқаларини доимий равишда йўлга қўядиган бўлими (гуруҳи).

Декларация (лот. *declaratio* — маълум қиламан, эълон қиламан) – бир нечта маънолари бор. Жумладан, бир ёки бир неча ҳукуматлар, сиёсий партиялар, халқаро ёки жамоат ташкилотларининг дастурий ҳужжат, муҳим халқаро воқеа, қонун ва ҳоказоларни умум эътиборига етказувчи баёноти; умумсиёсий принципларни тантанали равишда эълон этиш (мас. Инсон ҳуқуқлари умумжаҳон декларацияси, Ўзбекистан Республикаси Мустақиллик декларацияси). Хорижлик журналистлар бошқа давлатда фаолият юритиши учун тегишли тартибда декларациядан ўтиши талаб этилади.

Демократия (юнонча *demos* — халқ ва ...кратия) – фукаролар эркинлиги ва тенглиги қонунларда мустаҳкамланган, халқ ҳокимиятчилигининг восита ва шакллари амалда ўрнатилган ва юзага чиқарилган сиёсий тузум.

Жамоатчилик билан алоқалар – бу ўринда PR фани нуқтаи назаридан қаралганда: ташкилот ва унинг жамоатчилиги ўртасида фикрларнинг икки томонлама тингланиши назарда тутилади.

Жамоатчилик фикри – ижтимоий воқеаларга, турли гуруҳлар, ташкилотлар ва айрим шахслар фаолиятига бўлган яширин ёки ошкора муносабатларни ўз ичига олувчи оммавий онг шакли; муайян ижтимоий масалаларни маъқуллаш ёки қоралашда намоён бўлади, индивидлар, ижтимоий гуруҳлар хатти-ҳаракатини ва ижтимоий муносабатларда муайян меъёрларни белгилайди; умуман жамият доирасида ҳам, турли ижтимоий гуруҳлар доирасида ҳам амал қилади.

Жамоатчилик манфаати – одамлар манфаатидан келиб чиққан ҳолда қилинадиган саъй-ҳаракатлар.

Идоравий манфаат – ташкилот манфаатларидан келиб чиққан ҳолда қилинадиган саъй-ҳаракатлар.

Ижтимоий гуруҳлар – мунтазам равишда бир-бирлари б-н ўзаро муносабатга киришадиган шахслар гуруҳи.

Ижтимоий инқироз – ижтимоий соҳадаги айрим инқироз ҳолатлари.

Ижтимоий муҳит – инсоннинг яшаши ва ишлаши учун уни ўраб турган ижтимоий, моддий ва маънавий шарт-шароитлар.

Ижтимоий психология – кишиларнинг ижтимоий гуруҳларга бирлашишини, гуруҳий тавсифни, шахснинг рухий фаолияти ва хулқ-атворини, ижтимоий психологик қонуниятлар, ҳолатлар, ҳодисалар, ижтимоий установка кабиларни тадқиқ қилувчи психология соҳаси.

Ижтимоий тузум – жамиятнинг муайян тараққиёт босқичига хос бўлган ижтимоий муносабатлар тизими.

Матбуот бюроси (Бюро французча – bureau) – бирор ташкилот, жамият, муассаса ё шахсга тегишли матбуот гуруҳининг бир тури. Уни асосан айрим чет давлатларда учратиш мумкин.

Матбуот котиби – ахборот хизмати раҳбари.

Материал – матбуот учун тайёрланадиган хабар, мақола ва бошқаларнинг қўлёзма шаклини айрим журналистлар шундоқ аташади.

Мафкура – (арабча – фикрлар мажмуи) – муайян ижтимоий гуруҳ, қатлам, миллат, жамият, давлатнинг манфаатлари, орзулари, мақсадлари ифодаланган қарашлар ва уларни амалга ошириш тизими. Унда манфаатлари ифодаланаётган гуруҳ ва қатламларнинг ўтмиши, бугунги куни ва истиқболи ўз ифодасини топади.

Низом – ташкилотнинг ҳуқуқий асослари, раҳбар ва ходимларнинг ҳуқуқлари, мақсад ва вазифалари белгиланган ҳужжат, устав.

ОАВ – оммавий ахборот воситалари, яъни, газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар, телерадио, видео, кинохроникал дастурлар, умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб-сайтлар ва ҳоказолар.

ОАВнинг медиа-картаси – оммавий ахборот воситасининг номи, муассиси, мақсади, йўналиши, таҳририят таркиби, манзили ва бошқа маълумотлар акс этган ҳужжат-харитаси.

Ошкоралик – жамоатчиликка муассасалар, ташкилотлар ва мансабдор шахслар фаолиятига оид барча маълумот, хабарларни билиш, муҳокама ва назорат этиш учун рўйи-рост эълон қилиш.

Парламент – французча “парле” – баҳс-мунозара, “мент” – жой, ўрин деган маънони англатади.

Паблик рилейшнз – инглиз тилида “Public Relations”, қисқартма номи – PR, пиар, ўзбекча маъноси: Жамоатчилик билан алоқалар.

Пиар-бюро – айрим хориж давлатларида жамоатчилик билан алоқаларни ташкил этишга хизмат қиладиган махсус бюролар.

Пиармен – пиар соҳаси билан мунтазам шуғулланувчи шахс. (Ҳозирда айрим реклама билан шуғулланувчилар ҳам ўзларини пиармен деб аташмоқда).

Психологик муносабат – инсон руҳияти ва фаолиятидан келиб чиққан ҳолда ўрнатиладиган муносабат бўлиб, унда эътибор кўпроқ воқеликнинг

психик акс этиши, руҳий жараёнлар, ҳолатлар, ҳодисаларга қаратилиши назарда тутилади.

Реклама (лотинча reklamo — қичқирмоқ) — товарларнинг сифати, уларни сотиб олишдан кўриладиган наф ҳақидаги ахборот; бевосита ёки билвосита фойда (даромад) олиш мақсадида юридик ва жисмоний шахслар ёки маҳсулот тўғрисида тарқатиладиган махсус ахборот. У корхона имижини яратиш (узоқ даврли таъсир кўрсатиш), жорий сотиш ҳажмини кўпайтириш (қисқа даврли таъсир кўрсатиш), харидорларга нима сотиб олишни ва уни нима учун сотиб олиш зарурлигини ҳал қилишда ёрдамлашиш ва бошқа мақсадларда олиб борилади.

Тарғибот — бирор ғоя, таълимот ва шу кабиларни ёйишга, кишилар онгига сингдиришга қаратилан тушунтириш ишлари.

Ташвиқот — оммага сиёсий таъсир кўрсатиш мақсадида ёзма ёки оғзаки равишда қилинадиган саъй-ҳаракатлар, ундаш, даъват этиш.

Қонун — инсон, жамият ва давлат манфаатлари нуқтаи назаридан энг муҳим ҳисобланадиган ижтимоий муносабатларни мустаҳкамлаш, ривожлантириш ва тартибга солиш воситаси. У давлат олий вакиллик органларининг энг юқори кучга эга бўлган ҳужжатидир.

Қонун чиқарувчи ҳокимият — ҳокимият бўлиниши принципи ва назариясига мувофиқ давлатнинг уч ҳокимият тармоғидан бири. У Конституция ва қонунларни қабул қилиш, уларга тегишли ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш, зарур ҳолларда уларни белгиланган тартибда бекор қилиш ваколатларига эга бўлади. Ўзбекистонда Қонун чиқарувчи ҳокимият яхлит давлат ҳокимиятининг мустақил бир тармоғи бўлиб, у қонун яратиш жараёнини Ўзбекистон Республикаси парламенти — Олий Мажлиси фаолияти орқали амалга оширади.

Ҳаракат дастури — ташкилотнинг келгусидаги мақсадлари, режалари ўз ифодасини топган дастурий ҳужжати; платформаси.

ИЛОВАЛАР

1-илова

Ўзбекистон Республикасининг Қонуни ДАВЛАТ ҲОКИМИЯТИ ВА БОШҚАРУВИ ОРГАНЛАРИ ФАОЛИЯТИНИНГ ОЧИҚЛИГИ ТЎҒРИСИДА

Қонунчилик палатаси томонидан 2014 йил 11 мартда қабул қилинган
Сенат томонидан 2014 йил 10 апрелда маъқулланган

1-боб. Умумий қоидалар

1-модда. Ушбу Қонуннинг мақсади ва асосий вазифалари

Ушбу Қонуннинг мақсади давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги соҳасидаги муносабатларни тартибга солишдан иборат.

Ушбу Қонуннинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

жисмоний ва юридик шахсларнинг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти тўғрисидаги ахборотдан фойдаланишини таъминлаш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олиш ҳуқуқининг кафолатларини таъминлаш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ҳамда улар мансабдор шахсларининг қабул қилинаётган қарорлар учун масъулиятини ошириш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни тарқатиш тартибини белгилаш.

2-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисидаги қонун ҳужжатлари

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисидаги қонун ҳужжатлари ушбу Қонун ва бошқа қонун ҳужжатларидан иборатдир.

Агар Ўзбекистон Республикасининг халқаро шартномасида Ўзбекистон Республикасининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисидаги қонун ҳужжатларида назарда тутилганидан бошқача қоидалар белгиланган бўлса, халқаро шартнома қоидалари қўлланилади.

3-модда. Ушбу Қонуннинг қўлланилиш соҳаси

Ушбу Қонун давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари, уларнинг таркибий ва ҳудудий бўлинмалари фаолиятининг очиклигини таъминлашга нисбатан татбиқ этилади.

Ушбу Қонуннинг амал қилиши:

жисмоний шахсларнинг шахсига доир маълумотлардан фойдаланишни таъминлаш тартибига;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан аризалар, таклифлар ҳамда шикоятларни кўриб чиқиш тартибига;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ўз ваколатларини амалга ошириши муносабати билан улар томонидан давлат ҳокимияти ва бошқарувининг бошқа органларига ўз фаолияти тўғрисида ахборот тақдим этиш тартибига;

тақдим этилишининг ўзига хос хусусиятлари бошқа қонун ҳужжатларида назарда тутилган, давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолиятига тааллуқли бўлган ахборотнинг айрим турларига нисбатан татбиқ этилмайди.

4-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти очиклигининг асосий принциплари

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти очиклигининг асосий принциплари қуйидагилардан иборат:

улар томонидан тақдим этиладиган ахборотдан ҳамманинг фойдаланиши мумкинлиги, унинг ўз вақтида берилиши ва ишончлилиги;

улар фаолиятининг ошкоралиги ва шаффофлиги;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни излаш, олиш ва тарқатиш эркинлиги;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти тўғрисида ахборот тақдим этишда фуқароларнинг ўз шаъни ва кадр-қимматини тажовузлардан, ўз шахсий ҳаётига аралашувлардан ҳимоя қилишга бўлган ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларига, шунингдек фуқаролар ва юридик шахсларнинг ўз ишчанлик обрўсини ҳимоя қилишга бўлган ҳуқуқларига риоя этиш.

5-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборот

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборот жумласига қуйидагилар киради:

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг, уларнинг таркибий ва ҳудудий бўлинмаларининг ҳуқуқий мақомини белгиловчи норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан қабул қилинган норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар, норматив ҳамда бошқа ҳужжатлар, шунингдек уларнинг ижро этилишининг бориши тўғрисидаги маълумотлар;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан қабул қилинган норматив-ҳуқуқий ҳужжатларга, норматив ва бошқа ҳужжатларга ўзгартиш ва қўшимчалар киритиш, шунингдек ушбу ҳужжатларни ўз кучини йўқотган деб топиш тўғрисидаги маълумотлар;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан ишлаб чиқиладиган норматив-ҳуқуқий ҳужжатларнинг, норматив ва бошқа ҳужжатларнинг лойиҳалари тўғрисидаги маълумотлар;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан давлат дастурлари ҳамда бошқа дастурлар амалга оширилиши тўғрисидаги маълумотлар;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан ўтказиладиган оммавий тадбирлар (мажлислар, кенгашлар, учрашувлар, матбуот конференциялари, брифинглар, семинарлар, давра суҳбатлари ва бошқалар) тўғрисидаги маълумотлар;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг давлат ҳокимияти ва бошқарувининг бошқа органлари, жисмоний ва юридик шахслар, шунингдек хорижий ва халқаро ташкилотлар билан ҳамкорлиги тўғрисидаги маълумотлар;

амалга оширилишида давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари иштирок этаётган Ўзбекистон Республикасининг халқаро шартномалари тўғрисидаги маълумотлар;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти соҳасига тааллуқли бўлган тармоқнинг (худуднинг) ҳолатини ва унинг ривожланиш суръатини тавсифловчи асосий кўрсаткичлар ҳақидаги, шу жумладан ижтимоий-иқтисодий ривожланиш кўрсаткичлари тўғрисидаги маълумотлар;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан ўтказиладиган (ташқил этиладиган) очиқ танловлар (тендерлар) ва кимошди савдолари тўғрисидаги маълумотлар;

бўш иш ўринлари, ишга қабул қилиш шартлари ва бўш иш ўринларини эгаллаш учун номзодларга қўйиладиган талаблар тўғрисидаги маълумотлар;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан тузилган мувофиқлаштирувчи ва маслаҳат органлари тўғрисидаги маълумотлар;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг очиқ ҳайъат мажлисларини ўтказиш режалари, шу жумладан мажлисларнинг кун тартиби лойиҳалари, улар ўтказиладиган сана, жой ва вақт, мажлисларда ҳозир бўлиш тартиби.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборот жумласига қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа маълумотлар ҳам киритилиши мумкин.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ўз фаолияти тўғрисидаги ахборот рўйхатини ушбу модда қоидаларига мувофиқ тасдиқлайди.

Давлат ҳокимиятининг вакиллик органлари (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг палаталари, Қорақалпоғистон Республикаси Жўқорғи Кенгеси, халқ депутатлари вилоят, туман ва шаҳар Кенгашлари), уларнинг

кўмиталари (доимий комиссиялари), комиссиялари очиқликни таъминлаш мақсадида ўз фаолияти тўғрисидаги ахборот, шу жумладан режалаштирилаётган мажлислар ва тадбирлар, кўриб чиқилиши мўлжалланаётган масалалар, қабул қилинган қарорлар ҳақидаги ахборот ўз вақтида эълон қилинишини (чоп этилишини) таъминлайди.

6-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги фойдаланилиши чеклаб қўйилган ахборот

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотдан фойдаланиш, агар мазкур ахборот қонунда белгиланган тартибда давлат сирлари ёки қонун билан қўриқланадиган бошқа сирни ташкил этувчи маълумотлар жумласига киритилган бўлса, чеклаб қўйилади.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги фойдаланилиши чеклаб қўйилган ахборотга тааллуқли маълумотларнинг рўйхати, шунингдек маълумотларни бундай ахборот жумласига киритиш тартиби қонун ҳужжатларида белгиланади.

7-модда. Ахборотдан фойдаланувчи ва унинг ҳуқуқлари

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот излашни амалга ошираётган жисмоний ёки юридик шахс ахборотдан фойдаланувчидир.

Ахборотдан фойдаланувчи қуйидаги ҳуқуқларга эга:

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ишончли ахборотни олиш ва тарқатиш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ушбу Қонуннинг 5-моддасида назарда тутилган ахборотни олиш учун бевосита ёхуд ўз вакиллари орқали сўров билан мурожаат этиш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олишни рад этиш.

Ахборотдан фойдаланувчи қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа ҳуқуқларга ҳам эга бўлиши мумкин.

8-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари раҳбарларининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлигини таъминлаш соҳасидаги ваколатлари

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари раҳбарларининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлигини таъминлаш соҳасидаги ваколатларига қуйидагилар киради:

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари таркибий ва ҳудудий бўлинмаларининг ўз фаолияти тўғрисидаги ахборотдан ахборотдан фойдаланувчиларнинг фойдаланишини таъминлашга доир фаолиятини мувофиқлаштириб бориш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот тақдим этиш тартибини белгиловчи норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар, норматив ва бошқа ҳужжатлар ишлаб чиқилиши ҳамда қабул қилинишини ташкил этиш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлигини таъминлаш бўйича ўтказилаётган тадбирлар мониторинг қилинишини ҳамда доимий равишда комплекс баҳоланишини ташкил этиш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот тақдим этиш учун масъул бўлган мансабдор шахсларни белгилаш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида уларнинг расмий веб-сайтларида жойлаштириладиган ахборот рўйхатини тасдиқлаш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги фойдаланилиши қонун ҳужжатларига мувофиқ чеклаб қўйилган ахборотга тааллуқли маълумотларнинг рўйхатини тасдиқлаш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги эълон қилиниши (чоп этилиши) лозим бўлган ахборот материалларини тасдиқлаш;

ахборотдан фойдаланувчиларнинг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг очиқ ҳайъат мажлисларида ҳозир бўлиши тартибини белгилаш;

ахборотдан фойдаланувчиларнинг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотдан монеликсиз фойдаланишини таъминлаш, ушбу Қонун 6-моддасининг биринчи қисмида назарда тутилган ҳол бундан мустасно;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида уларнинг расмий веб-сайтларида жойлаштириладиган ахборотнинг ўз вақтида берилишини ва ишончлилигини таъминлаш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисидаги қонун ҳужжатларини бузганлик учун давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг мансабдор шахсларига нисбатан тегишли чоралар кўриш.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг раҳбарлари давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлигини таъминлаш соҳасида қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа ваколатларни ҳам амалга ошириши мумкин.

9-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборот манбалари

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборот манбалари қуйидагилардан иборат:

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг расмий нашрлари;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари раҳбарларининг, шунингдек ушбу органлар томонидан ваколат берилган мансабдор шахсларнинг чиқишлари ва баёнотлари;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ахборот хизматларининг хабарлари;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари расмий веб-сайтларининг материаллари;

оммавий ахборот воситаларининг материаллари.

Қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа манбалар ҳам давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборот манбалари бўлиши мумкин.

10-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ахборот хизмати

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ўз фаолияти тўғрисидаги ахборотни тайёрлаш ҳамда тарқатиш вазифаларини бажарувчи, шунингдек оммавий ахборот воситалари ва жамоатчилик билан ҳамкорликни таъминловчи таркибий бўлинмаси ёхуд ушбу вазифаларни бажариш зиммасига юклатилган шахс давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ахборот хизматидир (бундан буён матнда ахборот хизмати деб юритилади).

Ахборот хизмати оммавий тадбирларни ташкил этиш, ахборот хабарларини (пресс-релизлар, бюллетенлар ва ҳоказоларни) тарқатиш, шунингдек давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг расмий веб-сайтида уларнинг фаолияти тўғрисидаги ахборотни жойлаштириш ва янгилаб бориш йўли билан давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолиятини оммавий ахборот воситаларида ёритиш чора-тадбирларини кўради. Ахборот хизмати давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот тарқатишнинг қонун ҳужжатларига зид бўлмаган бошқа усулларида ҳам фойдаланиши мумкин.

Ахборот хизматининг фаолиятини ташкил этиш тартиби давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан белгиланади.

2-боб. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлигини таъминлаш тартиби

11-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлигини таъминлаш усуллари

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлигини таъминлаш усуллари қуйидагилардан иборат:

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни эълон қилиш (чоп этиш);

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни уларнинг расмий

веб-сайтларида жойлаштириш ва янгилаб бориш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни ҳамма кириши мумкин бўлган хоналарга ва жойларга жойлаштириш ҳамда янгилаб бориш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни ахборот-кутубхона ва архив фондлари орқали тақдим этиш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг очик ҳайъат мажлисларида ахборотдан фойдаланувчиларнинг ҳозир бўлиши учун шароитлар яратиш;

ахборотдан фойдаланувчиларнинг сўрови асосида уларга давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида оғзаки ва ёзма шаклда (шу жумладан электрон ҳужжат шаклида) ахборот тақдим этиш.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклигини таъминлаш қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа усуллар билан ҳам амалга оширилиши мумкин.

12-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни эълон қилиш (чоп этиш)

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни эълон қилиш (чоп этиш) давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг расмий нашрлари, расмий веб-сайтлари, шунингдек оммавий ахборот воситалари орқали амалга оширилади.

13-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг расмий веб-сайтлари

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг расмий веб-сайтлари Интернет жаҳон ахборот тармоғидаги ушбу органларга ёки бўйсунув тартибида юқори турувчи органга тегишли бўлган ва уларнинг фаолияти

тўғрисидаги ахборотни ўз ичига олган расмий веб-сайт сифатида идентификация қилинадиган, ҳамма фойдаланиши мумкин бўлган ресурсдир.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг расмий веб-сайтларида ушбу Қонун 5-моддасининг биринчи қисмида назарда тутилган ахборотдан ташқари қуйидагилар жойлаштирилиши мумкин:

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг раҳбарлари тўғрисидаги маълумотнома тарзидаги ахборот (биографик маълумотлар, фуқароларни қабул қилиш кунлари ва ҳоказо);

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ҳамда улар таркибий ва ҳудудий бўлинмаларининг иш тартиби тўғрисидаги маълумотлар, уларнинг телефон рақамлари ҳамда почта манзиллари, электрон почта манзиллари, маълумот хизмати телефонларининг ва ишонч телефонларининг рақамлари, жамоат транспортининг қатнов йўллари, тўхташ жойларининг номлари ва йўналиш рақамлари;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг раҳбарлари, шунингдек ушбу органлар томонидан ваколат берилган мансабдор шахслар чиқишларининг ҳамда баёлотларининг матнлари;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ҳузурида оммавий ахборот воситалари вакиллари аккредитация қилиш тартиби тўғрисидаги ахборот;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан кўрсатиладиган давлат хизматларининг рўйхати;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги таҳлилий маърузалар ҳамда ахборот тусидаги шарҳлар;

аризаларни, таклифларни, шикоятларни қабул қилиш тартиби тўғрисида ахборот;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олишга доир сўровларни қабул қилиш тартиби ҳақидаги ахборот;

келиб тушган аризаларни, таклифларни, шикоятларни, шунингдек давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот

олишга доир сўровларни кўриб чиқишнинг умумий натижалари ҳақидаги ахборот.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг расмий веб-сайтларида қонун ҳужжатларига мувофиқ уларнинг фаолияти тўғрисидаги бошқа ахборот ҳам жойлаштирилиши мумкин.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг расмий веб-сайтларидаги ахборот давлат тилида жойлаштирилиши керак. Расмий веб-сайт бошқа тиллардаги шаклларга ҳам эга бўлиши мумкин.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан ўз расмий веб-сайтларида жойлаштириладиган ахборотнинг санаси қўйилган бўлиши ҳамда у вақти-вақти билан янгиланб борилиши керак. Ахборотни янгиланб бориш даврийлиги давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан белгиланади, лекин у ҳафтасига бир мартадан кам бўлмаслиги керак.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг расмий веб-сайтларида жойлаштирилган ахборот ишончли бўлиши керак ва у оммавий ахборот воситаларида эълон қилинадиган ахборот билан тенг кучга эга бўлади.

14-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни ҳамма кириши мумкин бўлган хоналар ва жойларга жойлаштириш

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ўзлари эгаллаб турган ҳамма кириши мумкин бўлган хоналарда ва (ёки) бошқа ажратилган жойларда тегишли органнинг фаолияти тўғрисидаги ахборот билан ахборотдан фойдаланувчилар танишиши учун ахборот стендларини ва (ёки) шундай мақсад учун мўлжалланган бошқа техник воситаларни жойлаштириши шарт.

Ушбу модданинг биринчи қисмида кўрсатилган ахборот стендларида ва (ёки) шундай мақсад учун мўлжалланган бошқа техник воситаларда қуйидагилар бўлиши керак:

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ҳукуқий мақомини белгиловчи норматив-ҳукуқий ҳужжатлар рўйхати;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг иш тартиби тўғрисидаги маълумотлар, маълумот хизмати телефонларининг, ишонч телефонларининг рақамлари;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг режалаштирилаётган очик ҳайъат мажлислари тўғрисидаги ахборот;

аризаларни, таклифларни ҳамда шикоятларни қабул қилиш тартиби тўғрисидаги ахборот;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олишга доир сўровни қабул қилиш тартиби ҳақидаги ахборот;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан кўрсатиладиган давлат хизматларининг рўйхати.

Ушбу модданинг биринчи қисмида кўрсатилган ахборот стендларида ва (ёки) шундай мақсад учун мўлжалланган бошқа техник воситаларда қонун ҳужжатларига мувофиқ давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги бошқа ахборот ҳам бўлиши мумкин.

15-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни ахборот-кутубхона ва архив фондлари орқали тақдим этиш

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни ахборот-кутубхона ва архив фондлари орқали қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда тақдим этади.

16-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг очик ҳайъат мажлисларида ахборотдан фойдаланувчиларнинг ҳозир бўлиши учун шароитлар яратиш

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ҳайъат мажлислари очик тарзда ўтказилади, қонун ҳужжатларида назарда тutilган ҳоллар бундан мустасно.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ўзларининг очиқ ҳайъат мажлисларида ахборотдан фойдаланувчиларнинг ҳозир бўлиши учун шароитлар яратади.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг очиқ ҳайъат мажлисларида ахборотдан фойдаланувчиларнинг ҳозир бўлиши тартиби ушбу органларнинг тегишли норматив ҳужжатлари билан белгиланади.

17-модда. Оммавий ахборот воситалари вакилларининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти тўғрисидаги ахборотдан фойдаланишини таъминлаш

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ўз фаолиятининг очиқлигини таъминлаш мақсадида оммавий ахборот воситалари вакилларининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ҳузурида аккредитация қилинишини амалга ошириши мумкин.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари оммавий ахборот воситаларининг аккредитация қилинган вакиллари ўтказиладиган тадбирлар тўғрисида олдиндан хабардор қилади, уларга ўз касбига доир вазифаларини бажаришда кўмаклашади.

Оммавий ахборот воситаларининг аккредитация қилинган вакиллари қуйидаги ҳуқуқларга эга:

бўлиб ўтадиган очиқ ҳайъат мажлислари ва бошқа оммавий тадбирлар тўғрисида олдиндан ахборот олиш;

аккредитация қилувчи органнинг биноларига (хоналарига) ва бошқа объектларига аккредитация қилувчи орган томонидан белгиланган тартибда кириш;

очиқ ҳайъат мажлисларида ва бошқа оммавий тадбирларда ҳозир бўлиш;

аккредитация қилувчи органнинг масъул шахсларидан зарур ҳужжатлар ва материалларни сўраш ҳамда олиш, оммавий тадбирларнинг ёзувлари билан танишиш ҳамда улардан кўчирма нусхалар олиш;

олинган ёзувлардан оммавий ахборот воситалари материалларини тайёрлашда фойдаланиш.

Оммавий ахборот воситаларининг аккредитация қилинган вакиллари қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа ҳуқуқларга ҳам эга бўлиши мумкин.

3-боб. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олишга доир сўровни кўриб чиқиш тартиби

18-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олишга доир сўров

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олишга доир сўров (бундан буён матнда сўров деб юритилади) ахборотдан фойдаланувчининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти тўғрисида ахборот тақдим этиш ҳақида ушбу органларга ва (ёки) уларнинг мансабдор шахсларига йўлланадиган оғзаки ёки ёзма шаклдаги (шу жумладан электрон ҳужжат шаклидаги) талабидир.

19-модда. Сўровни кўриб чиқиш муддатлари ва тартиби

Ахборотдан фойдаланувчининг сўрови рўйхатдан ўтказилган кундан эътиборан кўпи билан ўн беш кунлик муддатда кўриб чиқилиши керак.

Оммавий ахборот воситасининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олишга доир, шунингдек мансабдор шахсларнинг интервьюсини ташкил этиш тўғрисидаги сўрови кўпи билан етти кунлик муддатда кўриб чиқилади.

Агар ахборотдан фойдаланувчининг сўровини кўриб чиқиш давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ваколатларига кирмаса, сўров сўралаётган ахборотни тақдим этиш ваколатига киритилган органга рўйхатдан ўтказилган кундан эътиборан уч иш куни ичида юборилади, ахборотдан фойдаланувчи эса бу ҳақда хабардор қилинади.

Расмий нашрларда, оммавий ахборот воситаларида эълон қилинган (чоп этилган) ёхуд расмий веб-сайтларда жойлаштирилган ахборот сўралганда давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари сўровга бериладиган жавобда сўралаётган ахборот эълон қилинган (чоп этилган) расмий нашрнинг,

оммавий ахборот воситасининг номи, чиқарилиш санаси ҳамда рақамини ва (ёки) сўралаётган ахборот жойлаштирилган расмий веб-сайтнинг электрон манзилини кўрсатган ҳолда ҳавола бериши мумкин.

Агар давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари олинган сўров бўйича давлат ҳокимияти ва бошқарувининг бошқа органлари ваколатлари тўғрисидаги маълумотларга эга бўлмаса, ахборотдан фойдаланувчига сўров рўйхатдан ўтказилган кундан эътиборан уч иш куни ичида тегишли жавоб юборилади.

Сўров рад этилган тақдирда ахборотдан фойдаланувчига асослантирилган жавоб юборилади.

20-модда. Сўровга қўйиладиган талаблар

Жисмоний шахснинг сўровида унинг фамилияси, исми, отасининг исми, яшаш жойи тўғрисидаги маълумотлар кўрсатилган ва сўровнинг моҳияти баён этилган бўлиши керак. Юридик шахснинг сўровида юридик шахснинг тўлиқ фирма номи, унинг жойлашган ери (почта манзили) тўғрисидаги маълумотлар кўрсатилган, сўровнинг моҳияти баён этилган бўлиши керак.

Ўзма сўровлар ахборотдан фойдаланувчининг шахсий имзоси билан тасдиқланган бўлиши керак. Сўровни шахсий имзо билан тасдиқлаш имконияти бўлмаган тақдирда, у қўшимча равишда тузувчининг ҳам фамилияси, исми, отасининг исми қўйилган ҳолда унинг имзоси билан тасдиқланган бўлиши керак.

Ахборотдан фойдаланувчини идентификациялаш имкониятини берадиган маълумотлар кўрсатилмаган сўров аноним ҳисобланади ва кўриб чиқилмайди.

Сўров унда қўйилган масалалар юзасидан ахборот тақдим этиш ваколатига кирадиган давлат ҳокимияти ва бошқаруви органига ёки мансабдор шахсга юборилади.

Белгиланган тартибда юборилган сўров кўриб чиқилиши шарт.

4-боб. Якунловчи қоидалар

21-модда. Низоларни ҳал этиш

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги соҳасидаги низолар қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ҳал этилади.

22-модда. Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисидаги қонун ҳужжатларини бузганлик учун жавобгарлик

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисидаги қонун ҳужжатларини бузганликда айбдор шахслар белгиланган тартибда жавобгар бўлади.

23-модда. Қонун ҳужжатларини ушбу Қонунга мувофиқлаштириш

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси:

ҳукумат қарорларини ушбу Қонунга мувофиқлаштиради;

давлат бошқаруви органлари ушбу Қонунга зид бўлган ўз норматив-ҳуқуқий ҳужжатларини қайта кўриб чиқишлари ва бекор қилишларини таъминласин.

24-модда. Ушбу Қонуннинг кучга кириши

Ушбу Қонун расмий эълон қилинган кундан эътиборан кучга киради.

Ўзбекистон Республикасининг Президенти И. КАРИМОВ

Тошкент шаҳри, 2014 йил 5 май. № ЎРҚ-369

2-илова

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ВАЗИРЛАР МАҲКАМАСИНИНГ

ҚАРОРИ

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ДАВЛАТ ВА ХЎЖАЛИК
БОШҚАРУВИ ОРГАНЛАРИНИНГ АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ
ФАОЛИЯТИНИ ЯНАДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЧОРА-
ТАДБИРЛАРИ ТЎҒРИСИДА**

Ҳозирги шиддат билан ривожланаётган дунёда ахборот ва билим энг муҳим миллий ресурсларга, уларни яратиш ва тарқатишни таъминловчи

тизимлар эса — барқарор ривожланишнинг стратегик омилларига айланмоқда.

Ушбу шароитларда Ўзбекистонда демократик ҳуқуқий давлатни ва очиқ адолатли фуқаролик жамиятини қуриш, шунингдек, инсоннинг ҳуқуқ ва эркинликлари ҳимоя қилинишини таъминлашдек стратегик мақсадга эришиш, давлат бошқарувининг сифати давлатнинг ахборот, билим ва инновацияларга асосланган моделига ўтишини таъминлайдиган ахборотни ва билимни яратиш, қабул қилиш ва тарқатиш имкониятлари билан белгиланади.

Шу муносабат билан давлат ва хўжалик бошқаруви соҳасида очиқлик ва шаффофликка асосланган самарали қарорлар қабул қилиш тизимини жорий этиш, ахборот олишда мансабдор шахсларнинг жамият олдидаги ҳисобдорлиги, очиқлиги ва масъулиятини таъминлаш зарур. Бу давлат ва хўжалик бошқаруви аппаратининг самарали фаолият юритиши ҳамда жамиятда адолатни қарор топтиришнинг муҳим шarti ҳисобланади.

Бунда жамиятни давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг фаолиятдан кенг хабардор қилиш, уларнинг аҳоли олдидаги ҳисобдорлигини таъминлаш «Халқ давлат ҳокимиятининг бирдан-бир манбаидир» деган конституциявий нормани амалга оширишнинг, «Халқ давлат идораларига эмас, балки давлат идоралари халқимизга хизмат қилиши керак» деган эзгу ғояни рўёбга чиқаришнинг муҳим шarti ҳисобланади.

Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот жиҳатидан очиқлигини янада ошириш, жамоатчиликка амалга оширилаётган кенг кўламли ислохотларнинг мақсадлари, вазифалари, бориши ҳамда натижалари, мамлакатнинг глобал ахборот жамиятига уйғун интеграциялашуви ҳақида ўз вақтида, холисона ва тўлақонли ахборотни тезкорлик билан етказиш, шунингдек, давлат ва хўжалик бошқаруви органлари ахборот хизматлари фаолияти самарадорлигини тубдан ошириш мақсадида Вазирлар Маҳкамаси қарор қилади:

1. «Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонунида белгиланган аҳоли билан очиқ мулоқотни йўлга қўйишнинг самарали механизмлари ва усуллари жорий этишга, жисмоний ва юридик шахсларнинг давлат ва хўжалик бошқаруви органлари фаолияти тўғрисидаги ахборотни излаш, олиш ва тарқатишга доир ҳуқуқларини таъминлашга қаратилган нормалари ижросини сўзсиз ва сифатли таъминлаш барча даражалардаги давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг энг устувор вазифаларидан бири деб ҳисоблансин.

Давлат ва хўжалик бошқаруви органи раҳбари ушбу вазифалар амалга оширилиши учун шахсан масъул эканлиги белгилаб қўйилсин.

2. Белгилаб қўйилсинки, давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизматлари (матбуот хизматлари, жамоатчилик билан алоқалар хизматлари) (кейинги ўринларда ахборот хизмати деб юритилади) давлат ва хўжалик бошқаруви органи ходимларининг умумий сони доирасида ташкил этилади ҳамда шу орган раҳбарига бевосита бўйсунадиган алоҳида мустақил бўлинма ҳисобланади.

Қуйидагилар ахборот хизматининг асосий вазифалари этиб белгилансин:

давлат ва хўжалик бошқаруви органи раҳбарияти томонидан замонавий талабларга мувофиқ белгиланадиган ахборот сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишда иштирок этиш;

ахборот соҳасидаги ягона давлат сиёсатини амалга ошириш борасида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Матбуот хизмати, давлат ва хўжалик бошқаруви бошқа органларининг ахборот хизматлари билан самарали ва амалий ҳамкорликни таъминлаш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг фаолияти, унинг фаолият соҳасига доир норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тўғрисида кенг жамоатчиликни ҳолисона, сифатли ва тезкор хабардор қилиш;

оммавий ахборот воситалари билан ўзаро ҳамкорлик қилиш, ахборот хизмати билан доимий ҳамкорликда ишлайдиган журналистлар доирасини

шакллантириш, ахборот хабарларини (матбуот учун ахборотлар, бюллетенлар ва шу кабиларни) тарқатиш, оммавий тадбирларни ташкил этиш;

ахборотни давлат ва хўжалик бошқаруви органининг расмий веб-сайтида тезкор жойлаштириш ва ўз вақтида янгилаб бориш, Интернет тармоғидаги веб-ресурсларни, шу жумладан, ижтимоий ва мобиль тармоқларни ривожлантириш;

ахборот майдони мониторингини олиб бориш ва таҳлил қилиш, уларга муносабат билдиришнинг турлари, усуллари ва даражаси бўйича экспертлар билан биргаликда таклифлар тайёрлаш, оммавий ахборот воситаларида, шу жумладан, Интернет тармоғида материаллар тарқатиш бўйича комплекс ишларни ташкил этиш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг бошқа бўлинмалари билан биргаликда миллий ва хорижий оммавий ахборот воситаларида тарқатиш учун хабар, ахборот-маълумот тусидаги материаллар, шарҳлар ва ахборот-таҳлилий материаллар тайёрлаш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органи фаолиятини хорижий оммавий ахборот воситаларида сифатли ёритиш мақсадида Ўзбекистон Республикасининг хорижий мамлакатлардаги ваколатхоналарини, шунингдек, хорижий мамлакатларнинг Ўзбекистондаги дипломатик ваколатхоналарини ахборот материаллари (кино, фото, аудио ва видеоматериаллар, босма маҳсулотлар ва шу кабилар) билан таъминлаш;

идора фаолиятига нисбатан жамоатчилик фикрининг ҳолатини ҳамда миллий ва хорижий оммавий ахборот воситалари позициясини таҳлил қилиш ва улар тўғрисида давлат ва хўжалик бошқаруви органи раҳбариятига ахборот бериш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг фаолият соҳасига алоқадор матнли, фото, аудио ва видеоматериаллардан иборат маълумотлар банкни шакллантириш ва юритиш.

3. Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизмати тўғрисидаги намунавий низом **иловага** мувофиқ тасдиқлансин.

4. Давлат ва хўжалик бошқаруви органлари:

ўзлари қабул қилган норматив-ҳуқуқий ҳужжатларни икки ой муддатда ушбу қарорга мувофиқлаштирсинлар;

Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги билан биргаликда уч ой муддатда:

ахборот хизматлари раҳбарлари ва ходимларини аттестациядан ўтказсинлар;

ахборот хизматлари кадрларининг малакасини ошириш ва Хизматларни журналист кадрлар, жамоатчилик билан алоқаларни ташкил этиш ва бошқа соҳалардаги юқори малакали мутахассис кадрлар билан таъминлаш, шунингдек, ахборот хизматлари фаолиятини самарали ташкил этиш учун зарур замонавий моддий-техник базани шакллантириш бўйича «йўл хариталари»ни ишлаб чиқсинлар;

ахборот хизматлари томонидан оммавий ахборот воситалари вакиллари билан, шу жумладан, давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг раҳбарлари иштирокида мунтазам равишда (бир ойда камида бир марта) матбуот анжуманлари, брифинглар ўтказилишини ҳамда оммавий ахборот воситалари ва жамоатчилик билан ишлашнинг бошқа замонавий шакллари амалиётга жорий этсинлар.

5. Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги Ўзбекистон Республикаси Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги билан биргаликда икки ой муддатда давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг фаолиятида очиқлик принципини амалга ошириш бўйича қуйидагиларга қаратилган методик тавсияларни ишлаб чиқсин:

давлат ва хўжалик бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлигини ошириш, уларнинг фаолияти тўғрисида жамоатчиликни хабардор қилишнинг амалий механизмларини белгилаш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органлари томонидан қабул қилинаётган қарорлар тўғрисидаги ахборотдан жисмоний ва юридик шахслар кенг фойдаланишини таъминлаш, очиқликни таъминлаш бўйича замонавий тизимларни шакллантиришда уларга кўмаклашиш ва ҳоказо.

6. Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги Ўзбекистон журналистлари ижодий уюшмаси, Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, Ўзбекистон Электрон оммавий ахборот воситалари миллий ассоциацияси билан биргаликда ҳар йили «Энг яхши ахборот хизмати», «Давлат бошқаруви органлари фаолиятини ёритаётган энг яхши журналист» ва бошқа номинациялар бўйича Ўзбекистон Республикаси **Конституцияси**, матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимлари кунларига бағишлаб танловлар ташкил этсин.

7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2006 йил 22 сентябрдаги 203-сон **қарори** ўз кучини йўқотган деб ҳисоблансин.

8. Мазкур қарорнинг бажарилишини назорат қилиш Вазирлар Маҳкамасининг Маданият, санъат ва ёшлар сиёсати масалалари ахборот-таҳлил департаментиغا юклансин.

Ўзбекистон Республикасининг Бош вазири А. АРИПОВ

Тошкент ш., 2018 йил 15 февраль, 125-сон

Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 15 февралдаги 125-сон **қарорига**

ИЛОВА

Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизмати

тўғрисида

НАМУНАВИЙ НИЗОМ

1-боб. Умумий қоидалар

1. Ахборот хизмати (матбуот хизмати, жамоатчилик билан алоқалар хизмати) (кейинги ўринларда Хизмат деб аталади) давлат ва хўжалик бошқаруви органи марказий аппаратининг мустақил таркибий бўлинмаси ҳисобланади ҳамда бевосита унинг раҳбарига бўйсунди.

2. Хизмат ўз фаолиятида Ўзбекистон Республикаси **Конституциясига**, «Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси **Қонунига** ва Ўзбекистон Республикасининг бошқа қонунларига, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарининг қарорларига, Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонлари, қарорлари ва фармойишларига, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари ва фармойишларига ҳамда ушбу Низомга амал қилади.

3. Хизмат ўз фаолиятини давлат ва хўжалик бошқаруви органининг ҳудудий ва таркибий бўлинмалари ҳамда бошқа давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг тегишли хизматлари билан ўзаро яқин ҳамкорликда амалга оширади.

2-боб. Хизматнинг асосий вазифалари ва функциялари

4. Қуйидагилар Хизматнинг асосий вазифалари ҳисобланади:

давлат ва хўжалик бошқаруви органи раҳбарияти томонидан замонавий талабларга мувофиқ белгиланадиган ахборот сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишда иштирок этиш;

ахборот соҳасидаги ягона давлат сиёсатини амалга ошириш борасида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Матбуот хизмати, давлат ва хўжалик бошқаруви бошқа органларининг ахборот хизматлари билан самарали ва амалий ҳамкорликни таъминлаш;

кенг жамоатчиликни давлат ва хўжалик бошқаруви органининг фаолияти, унинг соҳага доир норматив-ҳуқуқий ҳужжатлари тўғрисида ҳолисона, сифатли ва тезкор хабардор қилиш;

оммавий ахборот воситалари (кейинги ўринларда ОАВ деб аталади) билан ўзаро ҳамкорлик қилиш, Хизмат билан доимий ҳамкорликда

ишлайдиган журналистлар доирасини шакллантириш, ахборот хабарларини (матбуот учун ахборотлар, бюллетенлар ва шу кабиларни) тарқатиш, оммавий тадбирларни ташкил этиш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг расмий веб-сайтида ахборотни тезкорлик билан жойлаштириш ва ўз вақтида янгилаб бориш, Интернет тармоғидаги веб-ресурсларни, шу жумладан, ижтимоий ва мобиль тармоқларни ривожлантириш;

ахборот майдони мониторингини олиб бориш ва таҳлил қилиш, уларга муносабат билдиришнинг турлари, усуллари ва даражаси бўйича экспертлар билан биргаликда таклифлар тайёрлаш, ОАВ, шу жумладан, Интернет тармоғида материаллар тарқатиш бўйича комплекс ишларни ташкил этиш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг бошқа бўлинмалари билан биргаликда миллий ва хорижий ОАВда тарқатиш учун хабар, ахборот-маълумот материаллар, шарҳлар ва ахборот-таҳлилий материаллар тайёрлаш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органи фаолиятини хорижий ОАВда сифатли ёритиш мақсадида Ўзбекистон Республикасининг хорижий мамлакатлардаги ваколатхонларини, шунингдек, хорижий мамлакатларнинг Ўзбекистондаги дипломатик ваколатхоналарини ахборот материаллари (фото, аудио ва видеоматериаллар, босма маҳсулотлар ва шу кабилар) билан таъминлаш;

идора фаолиятига нисбатан жамоатчилик фикрининг ҳолати ҳамда миллий ва хорижий ОАВ позициясини таҳлил қилиш ва улар тўғрисида давлат ҳокимияти ва бошқаруви органи раҳбариятига ахборот бериш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг фаолият соҳасига алоқадор матнли, фото, аудио ва видеоматериаллар маълумотлар банкини шакллантириш ва юритиш.

5. Хизмат юкланган вазифаларни амалга ошириш учун қуйидаги функцияларни бажаради:

ОАВда, шу жумладан, Интернет тармоғида ахборот эълон қилади (чоп этади), шунингдек, уларни расмий веб-сайтларда, ҳамма кириши мумкин

бўлган хоналар ва жойларга жойлаштириш ва янгилаб боришни таъминлайди;

оммавий тадбирларни, шу жумладан, давлат ва хўжалик бошқаруви органининг раҳбарлари иштирокидаги тадбирлар (мажлислар, йиғилишлар, учрашувлар, матбуот анжуманлари, брифинглар, семинарлар, давра суҳбатлари ва бошқалар)ни ташкил этади ва ўтказди;

ОАВ ва журналистларнинг сўрови асосида уларга оғзаки ва ёзма шаклда (шу жумладан, электрон ҳужжат шаклида) ахборот тақдим этади;

қабул қилинаётган қонун ҳужжатлари, социал ва ижтимоий аҳамиятга молик муҳим дастурлар ҳамда Ўзбекистон Республикаси ҳудудида ҳуқуқни қўллаш амалиёти ҳолати мониторингини олиб боради ва кенг жамоатчиликни хабардор қилиб боради;

Хизмат олдида турган вазифаларни самарали ҳал этиш учун зарур бўлган ахборотни давлат ва хўжалик бошқаруви органининг бошқа бўлинмалари билан ўзаро ҳамкорликда тўплайди ва уларни пухта ишлайди;

давлат ва хўжалик бошқаруви органи фаолиятига доир масалалар бўйича босма материалларни тайёрлайди ҳамда миллий ва хорижий нашрларда эълон қилади, телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришларни ташкил этади, тегишли соҳада давлат сиёсатини амалга оширади;

давлат ва хўжалик бошқаруви органи фаолиятига доир масалалар бўйича жамоатчилик фикрини ҳамда миллий ва хорижий оммавий ахборот воситалари позициясини ўрганишга доир таҳлилий ишларни амалга оширади, давлат ва хўжалик бошқаруви органи раҳбариятига ахборот бериш учун эълон қилинган долзарб материаллар шарҳларини тайёрлайди;

ОАВ билан ахборот-маълумотнома ишларини амалга ошириш учун давлат ва хўжалик бошқаруви органи фаолиятининг асосий йўналишлари бўйича таҳлилий, статистик ва бошқа материалларнинг тизимлаштирилган маълумотлар банки ташкил этилиши ва юритилишини таъминлайди;

давлат ва хўжалик бошқаруви органи фаолиятини энг тўлиқ ва холисона ёритиш мақсадида миллий ва хорижий ОАВ ҳамда журналистлар билан ўзаро ҳамкорликни амалга оширади;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг веб-сайти ташкил этилишини ва уни замонавий даражада юритишни таъминлайди;

давлат ва хўжалик бошқаруви органи томонидан ташкил этиладиган расмий тадбирлардан теледастурлар, роликлар ва лавҳалар тайёрлашда ва уларни монтаж қилишда иштирок этади ҳамда ушбу материалларни белгиланган тартибда сақлаш учун уларнинг архивлаштирилишини таъминлайди;

давлат ва хўжалик бошқаруви органи фаолиятига доир фото, аудио ва видеоматериалларни тайёрлайди ҳамда уларни тайёрлаш жараёнида давлат ва нодавлат ОАВ билан ўзаро ҳамкорлик қилади;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг фаолият соҳасига алоқадор фото, аудио ва видеоматериаллар маълумотлар банки шакллантирилиши ва юритилишини таъминлайди.

6. Хизмат ўз ваколатлари доирасида миллий ва хорижий ахборот агентликлари ҳамда ОАВнинг давлат ва хўжалик бошқаруви органи фаолияти тўғрисидаги материалларни тайёрлашда кўмаклашиш тўғрисидаги буюртманомалари ва сўровларини кўриб чиқади.

3-боб. Хизматнинг ҳуқуқлари ва жавобгарлиги

7. Хизмат ўзига юкланган вазифалар ва функцияларни бажариш учун қуйидаги ҳуқуқларга эга:

Хизматнинг вазифалари ва функцияларини бажариш учун зарур бўлган ахборотни давлат ва хўжалик бошқаруви органининг бошқа бўлинмаларидан, идоравий мансуб ташкилотлардан белгиланган тартибда сўраб олиш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг йиғилишларида, мажлисларида ва бошқа тадбирларида қатнашиш;

қўйилган вазифаларни бажариш учун давлат ва хўжалик бошқаруви органининг раҳбари билан келишган ҳолда идоранинг бошқа бўлинмалари

ходимларини жалб этиш, шунингдек, бошқа ташкилотларнинг мутахассислари ва малакали экспертларини, шу жумладан, шартнома асосида жалб этиш;

давлат ва хўжалик бошқаруви бошқа органларининг ахборот хизматлари билан белгиланган тартибда ўзаро ҳамкорлик қилиш;

раҳбариятнинг топшириғига кўра давлат органларида республика ва халқаро аҳамиятга эга бўлган тадбирларда Хизмат ваколатига тааллуқли масалалар бўйича давлат ва хўжалик бошқаруви органи номидан вакиллик қилиш;

ўз ваколатлари доирасида босма нашрларни нашр этиш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг ахборот сиёсатини такомиллаштиришга доир таклифларни, Хизмат фаолияти масалалари бўйича норматив ҳужжатлар лойиҳаларини раҳбариятнинг кўриб чиқиши учун киритиш.

8. Хизмат:

ўзига юкланган вазифаларнинг сифатли ва ўз вақтида бажарилиши;

давлат ва хўжалик бошқаруви органи фаолиятининг миллий ва хорижий ОАВда холисона, сифатли ва тезкор ёритилишини таъминлаш учун жавоб беради.

4-боб. Хизмат фаолиятини ташкил этиш

9. Хизмат ходимлари сони у амалга оширадиган вазифаларнинг мураккаблиги ва ҳажмига кўра давлат ва хўжалик бошқаруви органининг раҳбари томонидан, ходимларнинг тасдиқланган умумий сони доирасида белгиланади.

10. Хизмат фаолияти давлат ва хўжалик бошқаруви органининг раҳбари томонидан тасдиқланадиган иш режаси асосида ташкил этилади.

11. Хизматга давлат ва хўжалик бошқаруви органининг раҳбари томонидан лавозимга тайинланадиган ва лавозимдан озод қилинадиган раҳбар бошчилик қилади.

12. Хизмат раҳбари бевосита давлат ва хўжалик бошқаруви органининг раҳбарига бўйсунди ва айти вақтда унинг матбуот котиби ҳисобланади.

13. Хизмат раҳбари:

Хизмат фаолиятини мувофиқлаштиради ҳамда Хизматга юкланган вазифалар ва функцияларнинг бажарилиши учун шахсан жавоб беради;

Хизмат фаолиятини ташкил этади, режалаштиради ва назорат қилади, давлат ҳокимияти ва бошқаруви органининг бошқа бўлинмалари билан ўзаро ҳамкорликни амалга оширади;

Хизматда кадрларни танлаш ва жой-жойига қўйишни таъминлайди, ходимлар ўртасида вазифаларни тақсимлайди;

Хизмат ходимларининг малакасини ва касбий савиясини ошириш учун шарт-шароитлар яратади.

14. Хизмат ходимлари Хизмат раҳбарининг тақдимномасига кўра белгиланган тартибда лавозимга тайинланади ва лавозимдан озод қилинади.

15. Хизмат фаолиятини ахборот, ҳуқуқий, моддий-техник ва транспорт билан таъминлаш, шунингдек, унинг ходимларига ижтимоий-маиший хизмат кўрсатиш давлат ва хўжалик бошқаруви органининг таркибий бўлинмалари учун белгиланган тартибда амалга оширилади.

*(Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 17.02.2018 й.,
09/18/125/0779-сон)*

3-илова

Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори
ОММАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИ МУСТАҚИЛЛИГИНИ
ТАЪМИНЛАШ ҲАМДА ДАВЛАТ ОРГАНЛАРИ ВА ТАШКИЛОТЛАРИ
АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ ФАОЛИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ
БЎЙИЧА ҚЎШИМЧА ЧОРА-ТАДБИРЛАР ТЎҒРИСИДА

Мамлакатимизда сўз эркинлигини таъминлаш, ахборот ва оммавий коммуникациялар соҳасини бошқариш тизимини қайта ташкил қилиш, ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий ривожланишнинг муаммоли масалаларини ҳал этишда оммавий ахборот воситаларининг ролини ошириш бўйича сезиларли ишлар амалга оширилди.

Шу билан бирга, соҳадаги ҳозирги ҳолат таҳлили медиа маконда юзага келаётган чақириқларга тезкорлик билан муносиб жавоб қайтарилмаётганини кўрсатиб, мамлакатда амалга оширилаётган улкан миқёсдаги ислохотлар тўғрисидаги кенг қамровли маълумотларни ўз вақтида тақдим этиш бўйича жамият эҳтиёжлари ахборот соҳасидаги ишларни сезиларли даражада оширишни, давлат органлари ва ташкилотларининг ахборот хизматлари, оммавий ахборот воситаларининг фаолиятини сифат жиҳатидан янги босқичга олиб чиқишни тақозо этмоқда.

Оммавий ахборот воситаларининг фаолияти учун максимал даражада қулай шароитлар яратиш, давлат ва жамият ўртасида сифатли мулоқотни йўлга қўйиш, аҳолига ислохотларнинг мақсади, вазифалари ва натижалари ҳақида тезкор, холис ва тўлиқ ахборот етказиш, давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари фаолияти шаффофлигини ошириш, шунингдек, уларнинг жамоатчилик билан ўзаро ҳамкорлик алоқаларини ва ахборот хизматлари фаолиятининг самарадорлигини тубдан яхшилаш мақсадида:

1. 2019 йил 1 октябрдан эътиборан шундай тартиб ўрнатилсинки, унга мувофиқ болалар адабиётлари, шунингдек, ногиронлиги бўлган шахслар учун мўлжалланган маҳсулотлар чоп этишга ихтисослашган нашриётлар ноширлик фаолиятини амалга оширишга лицензия берганлик учун давлат божи тўлашдан озод қилинади.

2. Давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари (кейинги ўринларда – давлат органлари ва ташкилотлари)нинг оммавий ахборот воситалари билан ҳамкорлик ва аҳолини хабардор қилиш соҳасидаги фаолияти қониқарсиз деб топилсин.

3. Қуйидагилар давлат органлари ва ташкилотларининг ахборот хизматлари, матбуот марказлари, жамоатчилик билан алоқалар бўйича хизматлари (кейинги ўринларда – ахборот хизматлари)нинг асосий вазифалари этиб белгилансин:

давлат органлари ва ташкилотлари фаолияти ҳақида оммавий ахборот воситалари, ижтимоий тармоқлар, давлат органлари ва ташкилотларининг расмий веб-сайтлари, шунингдек, бошқа ахборот ресурслари орқали, шу жумладан, матбуот анжуманлари, брифинглар, медиатурлар ташкил этиш йўли билан аҳолига мунтазам, тўлиқ ва тезкор равишда ахборот тақдим этиб бориш;

давлат органлари ва ташкилотларида мамлакатимизнинг ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий тараққиёти жараёни ҳақида ахборот бериш ва ёритиш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;

давлат органлари ва ташкилотларининг ижобий имижини шакллантириш ва илгари суриш, ижтимоий сўровлар ўтказиш ва бошқа шаклларда жамоатчилик фикрини ўрганиш;

ахборот сиёсати соҳасида зиммасига юкланган вазифаларни амалга оширишда Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги (кейинги ўринларда – Агентлик) билан самарали амалий ҳамкорликни йўлга қўйиш;

оммавий ахборот воситалари билан самарали ҳамкорлик қилиш, ахборот хизматлари билан доимий ишловчи журналистлар ва блоггерлар доирасида тезкор маълумотларни тарқатиш, шунингдек, норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар лойиҳаларини муҳокама қилишда кенг аҳоли қатламларининг иштирокини таъминлаш мақсадида экспертлар гуруҳини шакллантириш;

мунтазам равишда оммавий ахборот воситаларида давлат органлари ва ташкилотлари раҳбарларининг чиқишларини ташкил этиш;

ахборот макони мониторингини олиб бориш ва таҳлил қилиш, танқидий ва кенг муҳокама қилинаётган ахборот хуружларига тезкор муносабат билдириш, оммавий ахборот воситалари ва Интернет тармоғида тегишли

давлат органлари ва ташкилотлари фаолиятига алоқадор ахборотни тарқатиш бўйича ишларни ташкил қилиш;

давлат органлари ва ташкилотлари билан биргаликда маҳаллий ва хорижий оммавий ахборот воситалари орқали тарқатиш учун хабар, маълумот, шарҳ ва бошқа ахборот-таҳлилий материаллар тайёрлаш;

давлат органлари ва ташкилотларининг фаолияти тўғрисида жамоатчилик фикрини, миллий ва хорижий оммавий ахборот воситаларининг позициясини ўрганиш, долзарб таклифлар ишлаб чиқиш ва улар тўғрисида давлат органлари ва ташкилотлари раҳбариятига ахборот бериб бориш;

давлат органлари ва ташкилотлари фаолиятини хорижий оммавий ахборот воситаларида сифатли ёритиш мақсадида ваколатли вазирликлар ва идоралар орқали Ўзбекистон Республикасининг хориждаги дипломатик ваколатхоналарини, шунингдек, хорижий мамлакатларнинг Ўзбекистондаги дипломатик ваколатхоналарини ахборот материаллари (босма маҳсулотлар, фото-, аудио-, видеоматериаллар ва ҳ.к.) билан таъминлаш;

давлат органлари ва ташкилотларининг ваколатига кирувчи норматив-ҳуқуқий ҳужжатларнинг лойиҳалари ҳамда уларнинг тасдиқланган матнларини белгиланган тартибда ўз расмий веб-сайтларида жойлаштириш;

давлат органлари ва ташкилотларининг фаолиятига алоқадор матнли, фото-аудио- ва видеоматериаллардан иборат маълумотлар базасини шакллантириш ва янгилаб бориш.

4. Белгилаб қўйилсинки:

а) давлат органлари ва ташкилотларининг ахборот хизматлари ходимлари устувор равишда журналистика соҳасида олий маълумотга эга бўлган шахслар орасидан лавозимга тайинланади;

б) давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари раҳбарлари:

бир вақтнинг ўзида давлат органи ва ташкилоти раҳбарининг матбуот котиби ҳисобланиб, ахборот сиёсати масалалари бўйича раҳбарнинг маслаҳатчиси мақомига эга бўлади ҳамда меҳнатга ҳақ тўлаш, тиббий ва

транспорт хизмати кўрсатиш шартларига кўра давлат органи ва ташкилоти раҳбарининг ўринбосарига тенглаштирилади;

тегишлича Агентлик ёки унинг ҳудудий бўлинмалари хулосасини ҳисобга олган ҳолда лавозимга тайинланади;

ҳар уч йилда Агентликда аттестациядан ўтади;

в) давлат органлари ва ташкилотларининг марказий аппаратлари, Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши, вилоятлар ва Тошкент шаҳар, туман (шаҳар) ҳокимликлари тузилмаларида ахборот хизмати назарда тутилиши шарт.

Давлат органлари ва ташкилотларининг марказий аппаратлари, Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши, вилоятлар ва Тошкент шаҳар ҳокимликларидаги ахборот хизматлари ходимларининг сони, қоида тариқасида, уларнинг штат бирликлари доирасида шакллантирилади ҳамда матбуот котиби билан бир қаторда оммавий ахборот воситалари ва жамоатчилик билан алоқалар, веб-ресурслар ва ижтимоий тармоқлар билан ишлаш учун масъул ходимлардан иборат бўлади.

Давлат органлари ва ташкилотларининг марказий аппаратларидаги ахборот хизматлари ходимларининг сони тегишли идора фаолиятининг ўзига хослигидан келиб чиққан ҳолда унинг раҳбари томонидан белгиланади.

Давлат органлари ва ташкилотларининг идоравий ва ҳудудий бўлинмалари ахборот хизматлари фаолиятини ташкил этиш тегишли идораларнинг эҳтиёжидан келиб чиқиб белгиланиши мумкин.

г) давлат органлари ва ташкилотларининг ахборот фаолиятини мувофиқлаштириб бориш Агентлик томонидан амалга оширилади.

д) Қуйидагиларга йўл қўйилмайди:

давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматларига уларнинг хизмат мажбуриятига кирмайдиган қўшимча мажбуриятларни юклашга;

ахборот хизматларининг функциялари ва вазифаларини давлат органлари ва ташкилотларининг бошқа бўлинмалари зиммасига юклашга;

е) давлат органлари ва ташкилотлари раҳбарлари:

ахборот хизматларининг замонавий моддий-техника воситалари, шу жумладан, телевизор, фото- ва видео ёзиб олиш воситалари, юқори тезликдаги Интернетдан фойдаланиш имконияти, зарур дастурий маҳсулотлар билан таъминланганлиги, шунингдек, малакали мутахассисларни жалб қилиш учун шахсан жавобгар ҳисобланади;

ахборот хизматлари ходимларига, бошқа тўловлардан қатъий назар, Ўзбекистон Республикаси Давлат бюджети ҳамда давлат органлари ва ташкилотларининг ўз маблағлари ҳисобидан меҳнатга ҳақ тўлаш фондининг 50 фоизидан кам бўлмаган миқдорда ойлик устама тўлашга ҳақлидир;

ж) ахборотлар давлат органлари ва ташкилотларининг веб-сайтларида, ижтимоий тармоқларда, мобил мессенжерлардаги саҳифаларида кунига камида бир марта жойлаштирилиши ва янгиланиши лозим.

5. Давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини мониторинг қилишнинг самарали тизимини жорий этиш, оммавий ахборот воситалари билан ўзаро ҳамкорлик қилиш бўйича ишларини ташкил этишда уларга кўмаклашиш, шунингдек, ахборот хуружларига тезкорлик билан жавоб қайтариш мақсадида Агентликнинг давлат органларининг ахборот хизматларини мувофиқлаштириш бўлими Агентлик марказий аппарати бошқарув ходимларининг белгиланган умумий сонини тегишлича ошириб, 5 та штат бирлигини қўшимча ажратган ҳолда Ахборот хизматлари фаолиятини ташкил қилиш ва мувофиқлаштириш бошқармаси сифатида қайта ташкил этилсин.

Қорақалпоғистон Республикаси, вилоятлар ва Тошкент шаҳар ахборот ва оммавий коммуникациялар бошқармаларида 14 та штат бирликларини қўшимча ажратган ҳолда ахборот хизматлари фаолиятини ташкил қилиш ва мувофиқлаштириш сектори ташкил этилсин.

6. Давлат органлари ва ташкилотлар:

Ўзбекистон Республикаси Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги билан биргаликда бир ой муддатда матбуот котибларини алоқа воситалари, жумладан, ҳукумат

алоқаси, шунингдек, кенг полосали Интернет тармоғига уланиш имконияти билан таъминласин;

давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари ходимларини тажриба орттириш ва хорижий мамлакатларнинг тегишли ташкилотлари фаолияти билан яқиндан танишиш, шунингдек, уларни ахборот жихатдан таъминлаш учун сафар қилувчи делегациялар таркибига киритиш чораларини кўрсин.

7. Агентлик Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси таркибий бўлинмалари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси, вазирликлар ва идоралар, мутахассислар ва экспертларни жалб этган ҳолда қабул қилиниши режалаштирилган ва қабул қилинган ижтимоий аҳамиятга молик норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар қоидаларининг, шунингдек, долзарб масалалар бўйича кутилаётган ташкилий чора-тадбирларнинг оммавий ахборот воситаларида ва Интернет тармоғида кенг ёритилишини таъминласин.

8. Агентлик:

давлат органлари ва ташкилотлари томонидан Ўзбекистон Республикасининг қонунлари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарорлари ва топшириқларининг ижро этилиши ҳақидаги жамоатчилик фикрини, шунингдек, уларнинг ижроси борасида оммавий ахборот воситалари ва Интернет тармоғидаги веб-сайтларда давлат органлари ва ташкилотлари эълон қилган материалларни мониторинг йўли билан доимий равишда ўрганиб борсин ва қонун ҳужжатларида назарда тутилган чоралар кўриш учун тегишли давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларига ахборот (кўрсатмалар) киритсин;

Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси ҳамда Ўзбекистон Журналистика ва оммавий коммуникациялар университети билан биргаликда давлат органлари ва ташкилотларидаги ахборот хизматлари ходимлари ва раҳбарларининг малакасини ошириш курсларини ташкил этсин;

икки ой муддатда манфаатдор вазирликлар ва идоралар билан биргаликда ахборот хизматлари раҳбарларини аттестациядан ўтказиш тартибини, шунингдек, уларнинг иш самарадорлигини баҳолаш мезонларини ишлаб чиқсин ва тасдиқласин;

2020 йил 1 январга қадар манфаатдор вазирликлар ва идоралар билан биргаликда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари раҳбарларини қонун ҳужжатларига мувофиқ аттестациядан ўтказсин;

давлат органлари ва ташкилотларига улар фаолиятининг очиқлигини таъминлаш, оммавий ахборот воситалари билан ўзаро ҳамкорлигини яхшилаш, шунингдек, ахборот хизматларини услубий жиҳатдан қўллаб-қувватлаш бўйича доимий ёрдам кўрсатиб борсин;

оммавий ахборот воситалари, Интернет тармоғи, жумладан, ижтимоий тармоқлар ва мобил мессенжерларда эълон қилинаётган аҳолининг кенг қатламлари фикрига салбий таъсир кўрсатувчи маълумотларнинг доимий мониторингини амалга оширсин ҳамда тегишли давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари муносабат билдириши учун уларга юборсин;

давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматларининг ходимларини, шу жумладан, давлат мукофотларига тавсия этиш орқали рағбатлантириб бориш чораларини кўрсин;

давлат органлари ва ташкилотларининг ахборот хизматлари реестрини шакллантирсин ва уни доимий янгилаб борсин;

давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини, уларнинг малакали кадрлар, моддий-техник воситалари билан таъминланганлиги ва зиммасига юклатилган вазифаларнинг ижросини ўргансин.

9. Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги:

хорижда Ўзбекистоннинг ижобий имижини илгари суриш ҳамда мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотлар тўғрисида тарғибот қилиш ва жамоатчиликни кенг хабардор қилишга қаратилган ахборот

кампанияларини ўтказиш мақсадида Ўзбекистон Республикасининг ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш жамғармасига Ўзбекистон Республикаси Давлат бюджети маблағлари ҳисобидан ҳар йили 20 миллиард сўм ажратилишини таъминласин;

ҳар йили Ўзбекистон Республикаси Давлат бюджети параметрларини шакллантиришда Агентлик ва унинг ҳудудий бўлинмалари таъминоти ва моддий-техник жиҳозланиши учун маблағларни назарда тутсин.

12. Агентликка тадбирлар (анжуманлар, брифинглар, “давра суҳбатлари”, тақдимотлар ва бошқалар)ни ташкил этиш билан боғлиқ юклатилган вазифаларнинг лозим даражада бажарилишини таъминлаш мақсадида Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни ривожлантиришни қўллаб-қувватлаш жамғармаси маблағлари ҳисобидан ишлар (хизматлар) етказиб берувчилар билан тўғридан-тўғри шартномалар тузишга истисно тариқасида рухсат берилсин.

13. Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги ахборот хавфсизлиги манфаатларидан келиб чиққан ҳолда давлат органлари ва ташкилотлари ҳамда оммавий ахборот воситаларининг Интернет тармоғидан фойдаланиши, техник хизмат кўрсатилиши ва уланиши ҳамда уларнинг серверлари ТАС-IX тармоғига жойлаштирилиши билан боғлиқ харажатларни камайтириш чораларини кўрсин.

14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 февралдаги “Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги ПҚ–4151-сон қарорига иловага мувофиқ ўзгартиришлар киритилсин.

15. Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги:

Агентлик, манфаатдор вазирлик ва идоралар билан биргаликда 2019 йил 1 сентябрга қадар Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига оммавий ахборот воситалари ва матбаа корхоналарини давлат рўйхатидан ўтказиш,

шунингдек, ноширлик фаолиятини лицензиялаш бўйича давлат хизматларини кўрсатиш маъмурий регламентлари лойиҳаларини киритсин;

икки ой муддатда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига давлат органлари ва ташкилотлари томонидан маълумот тақдим этмаганлик ёки нотўғри маълумот тақдим этганлик, шунингдек, оммавий ахборот воситалари фаолиятига тўсқинлик қилганлик ва журналистларга босим ўтказганлик учун жавобгарликни белгилаш тўғрисида таклифлар киритсин.

16. Агентлик манфаатдор вазирлик ва идоралар билан биргаликда икки ой муддатда қонун ҳужжатларига ушбу қарордан келиб чиқадиган ўзгартириш ва қўшимчалар тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига таклифлар киритсин.

17. Мазкур қарорнинг ижросини назорат қилиш Ўзбекистон Республикасининг Бош вазири А.Н.Арипов ва Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси раҳбари З.Ш.Низомиддинов зиммасига юклансин.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.МИРЗИЁЕВ

Тошкент шаҳри,

2019 йил 27 июнь

4-илова

“ТАСДИҚЛАЙМАН”

_____Авазжон Мараҳимов

Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон

Миллий университети ректори

“ _____ ” 2018 йил

МИРЗО УЛУҒБЕК НОМИДАГИ
ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИНИНГ
АХБОРОТ ХИЗМАТИ

Н И З О М И

ТОШКЕНТ – 2018

1-боб. Умумий қоидалар

1.1. Ахборот хизмати (кейинги ўринларда Хизмат деб аталади) – Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети (кейинги ўринларда ЎзМУ) мустақил таркибий бўлинмаси ҳисобланади ҳамда бевосита университет ректорига бўйсунди.

1.2. Хизмат ўз фаолиятида Ўзбекистон Республикаси Конституциясига, Ўзбекистон Республикасининг “Давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида”ги, “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги (янги таҳрири), “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги, “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги ва бошқа тегишли қонунларига, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарининг қарорларига, Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонлари, қарорлари ва фармойишларига, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2018 йил 15 февралдаги “Ўзбекистон Республикаси давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизматлари фаолиятини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 125-сонли ва бошқа қарорлари ҳамда фармойишларига, Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирининг буйруқларига, ЎзМУ Кенгаши қарорлари, ректор буйруқлари ҳамда ушбу Низомга амал қилади.

1.3. Хизмат ўз фаолиятини ЎзМУ таркибий бўлинмалари, факультетлари ҳамда бошқа давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг тегишли хизматлари билан ўзаро яқин ҳамкорликда амалга оширади.

2-боб. Хизматнинг асосий вазифалари ва функциялари

2.1. Қуйидагилар Хизматнинг асосий вазифалари ҳисобланади:

ЎзМУ раҳбарияти томонидан замонавий талабларга мувофиқ белгиланадиган ахборот сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишда иштирок этиш;

ахборот соҳасидаги ягона давлат сиёсатини амалга ошириш борасида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Матбуот хизмати, давлат ва хўжалик бошқаруви бошқа органларининг ахборот хизматлари билан самарали ва амалий ҳамкорликни таъминлаш;

кенг жамоатчиликни ЎзМУнинг фаолияти, унинг соҳага доир норматив-ҳуқуқий ҳужжатлари тўғрисида ҳолисона, сифатли ва тезкор хабардор қилиш;

оммавий ахборот воситалари (кейинги ўринларда ОАВ деб аталади) билан ўзаро ҳамкорлик қилиш, Хизмат билан доимий ҳамкорликда ишлайдиган журналистлар доирасини шакллантириш, ахборот хабарларини (матбуот учун ахборотлар, бюллетенлар ва шу кабиларни) тарқатиш, оммавий тадбирларни ташкил этиш;

ЎзМУнинг расмий веб-сайтида ахборотни тезкорлик билан жойлаштириш ва ўз вақтида янгилаб бориш, Интернет тармоғидаги веб-ресурсларни, шу жумладан, ижтимоий ва мобиль тармоқларни ривожлантириш;

ахборот майдони мониторингини олиб бориш ва таҳлил қилиш, уларга муносабат билдиришнинг турлари, усуллари ва даражаси бўйича экспертлар билан биргаликда таклифлар тайёрлаш, ОАВ, шу жумладан, Интернет тармоғида материаллар тарқатиш бўйича комплекс ишларни ташкил этиш;

ЎзМУнинг бошқа бўлинмалари, факультетлари билан биргаликда миллий ва хорижий ОАВда тарқатиш учун хабар, ахборот-маълумот материаллар, шарҳлар ва ахборот-таҳлилий материаллар тайёрлаш;

ЎзМУ фаолиятини хорижий ОАВда сифатли ёритиш мақсадида Ўзбекистон Республикасининг хорижий мамлакатлардаги ваколатхоналарини, шунингдек, хорижий мамлакатларнинг Ўзбекистондаги дипломатик ваколатхоналарини ахборот материаллари (фото, аудио ва видеоматериаллар, босма маҳсулотлар ва шу кабилар) билан таъминлаш;

ЎзМУ фаолиятига нисбатан жамоатчилик фикрининг ҳолати ҳамда миллий ва хорижий ОАВ позициясини таҳлил қилиш ва улар тўғрисида давлат ҳокимияти ва бошқаруви органи раҳбариятига ахборот бериш;

ЎзМУнинг фаолият соҳасига алоқадор матнли, фото, аудио ва видеоматериаллар маълумотлар банкини шакллантириш ва юритиш.

2.2. Хизмат зиммасига юкланган вазифаларни амалга ошириш учун қуйидаги функцияларни бажаради:

ОАВда, жумладан, Интернет тармоғида ахборот эълон қилади (чоп этади), шунингдек, уларни расмий веб-сайтларда, ҳамма кириши мумкин бўлган хоналар ва жойларга жойлаштириш ва янгилаб боришни таъминлайди;

оммавий тадбирларни, шу жумладан, ЎзМУнинг раҳбарлари иштирокидаги тадбирлар (мажлислар, йиғилишлар, учрашувлар, матбуот анжуманлари, брифинглар, семинарлар, давра суҳбатлари ва бошқалар)ни ташкил этади ва ўтказди;

ОАВ ва журналистларнинг сўрови асосида уларга оғзаки ва ёзма шаклда (шу жумладан, электрон ҳужжат шаклида) ахборот тақдим этади;

қабул қилинаётган қонун ҳужжатлари, социал ва ижтимоий аҳамиятга молик муҳим дастурлар ҳамда Ўзбекистон Республикаси ҳудудида ҳуқуқни қўллаш амалиёти ҳолати мониторингини олиб боради ва кенг жамоатчиликни хабардор қилиб боради;

Хизмат олдида турган вазифаларни самарали ҳал этиш учун зарур бўлган ахборотни ЎзМУнинг бошқа бўлинмалари, факультетлари билан ўзаро ҳамкорликда тўплайди ва уларни пухта ишлайди;

ЎзМУ фаолиятига доир масалалар бўйича босма материалларни тайёрлайди ҳамда миллий ва хорижий нашрларда эълон қилади, телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришларни ташкил этади, тегишли соҳада давлат сиёсатини амалга оширади;

ЎзМУ фаолиятига доир масалалар бўйича жамоатчилик фикрини ҳамда миллий ва хорижий оммавий ахборот воситалари позициясини ўрганишга доир таҳлилий ишларни амалга оширади, ЎзМУ раҳбариятига ахборот бериш учун эълон қилинган долзарб материаллар шарҳларини тайёрлайди;

ОАВ билан ахборот-маълумотнома ишларини амалга ошириш учун ЎзМУ фаолиятининг асосий йўналишлари бўйича таҳлилий, статистик ва бошқа материалларнинг тизимлаштирилган маълумотлар банки ташкил этилиши ва юритилишини таъминлайди;

ЎзМУ фаолиятини энг тўлиқ ва холисона ёритиш мақсадида миллий ва хорижий ОАВ ҳамда журналистлар билан ўзаро ҳамкорликни амалга оширади;

ЎзМУнинг веб-сайти ташкил этилишини ва уни замонавий даражада юритишни таъминлайди;

ЎзМУ томонидан ташкил этиладиган расмий тадбирлардан теледастурлар, роликлар ва лавҳалар тайёрлашда ва уларни монтаж қилишда иштирок этади ҳамда ушбу материалларни белгиланган тартибда сақлаш учун уларнинг архивлаштирилишини таъминлайди;

ЎзМУ фаолиятига доир фото, аудио ва видеоматериалларни тайёрлайди ҳамда уларни тайёрлаш жараёнида давлат ва нодавлат ОАВ билан ўзаро ҳамкорлик қилади;

ЎзМУнинг фаолият соҳасига алоқадор фото, аудио ва видеоматериаллар маълумотлар банки шакллантирилиши ва юритилишини таъминлайди.

2.3. Хизмат ўз ваколатлари доирасида миллий ва хорижий ахборот агентликлари ҳамда ОАВнинг ЎЗМУ фаолияти тўғрисидаги материалларни тайёрлашда кўмаклашиш тўғрисидаги буюртманомалари ва сўровларини кўриб чиқади.

3-боб. Хизматнинг ҳуқуқлари ва жавобгарлиги

3.1. Хизмат ўзига юкланган вазифалар ва функцияларни бажариш учун қуйидаги ҳуқуқларга эга:

Хизматнинг вазифалари ва функцияларини бажариш учун зарур бўлган ахборотни ЎЗМУнинг бошқа бўлинмалари, факультетларидан, идоравий мансуб ташкилотлардан белгиланган тартибда сўраб олиш;

ЎЗМУнинг йиғилишларида, мажлисларида ва бошқа тадбирларида қатнашиш;

қўйилган вазифаларни бажариш учун ЎЗМУ раҳбари билан келишган ҳолда университетнинг бошқа бўлинмалари, факультетлари ходимларини жалб этиш, шунингдек, бошқа ташкилотларнинг мутахассислари ва малакали экспертларини, шу жумладан, шартнома асосида жалб этиш;

Вазирлик, бошқа ОТМлар ва тегишли идора, ташкилот, муассасаларнинг ахборот хизматлари билан белгиланган тартибда ўзаро ҳамкорлик қилиш;

раҳбариятнинг топшириғига кўра давлат органларида республика ва халқаро аҳамиятга эга бўлган тадбирларда Хизмат ваколатига тааллуқли масалалар бўйича ЎЗМУ номидан вакиллик қилиш;

ўз ваколатлари доирасида босма нашрларни нашр этиш;

ЎЗМУнинг ахборот сиёсатини такомиллаштиришга доир таклифларни, Хизмат фаолияти масалалари бўйича норматив ҳужжатлар лойиҳаларини раҳбариятнинг кўриб чиқиши учун киритиш.

3.2. Хизмат:

ўзига юкланган вазифаларнинг сифатли ва ўз вақтида бажарилиши;

ЎЗМУ фаолиятининг миллий ва хорижий ОАВда холисона, сифатли ва тезкор ёритилишини таъминлаш учун жавоб беради.

4-боб. Хизмат фаолиятини ташкил этиш

4.1. Хизмат ходимлари сони у амалга оширадиган вазифаларнинг мураккаблиги ва ҳажмига кўра ЎзМУнинг раҳбари томонидан, ходимларнинг тасдиқланган умумий сони доирасида белгиланади.

4.2. Хизмат фаолияти ЎзМУнинг раҳбари томонидан тасдиқланадиган иш режаси асосида ташкил этилади.

4.3. Хизматга ЎзМУнинг раҳбари томонидан лавозимга тайинланадиган ва лавозимдан озод қилинадиган раҳбар бошчилик қилади.

4.4. Хизмат раҳбари бевосита ЎзМУнинг раҳбарига бўйсунди ва айти вақтда унинг матбуот котиби ҳисобланади.

4.5. Хизмат раҳбари ЎзМУ Кенгаши аъзолари таркибига киритилади.

4.6. Хизмат раҳбари:

Хизмат фаолиятини мувофиқлаштиради ҳамда Хизматга юкланган вазифалар ва функцияларнинг бажарилиши учун шахсан жавоб беради;

Хизмат фаолиятини ташкил этади, режалаштиради ва назорат қилади, ЎзМУнинг бошқа бўлинмалари, факультетлари билан ўзаро ҳамкорликни амалга оширади;

Хизматда кадрларни танлаш ва жой-жойига қўйишни таъминлайди, ходимлар ўртасида вазифаларни тақсимлайди;

Хизмат ходимларининг малакасини ва касбий савиясини ошириш учун шарт-шароитлар яратади.

4.6. Хизмат ходимлари Хизмат раҳбарининг тақдимномасига кўра белгиланган тартибда лавозимга тайинланади ва лавозимдан озод қилинади.

4.7. Хизмат фаолиятини ахборот, ҳуқуқий, моддий-техник ва транспорт билан таъминлаш, шунингдек, унинг ходимларига ижтимоий-маиший хизмат кўрсатиш ЎзМУнинг таркибий бўлинмалари учун белгиланган тартибда амалга оширилади.

Ушбу Низом ЎзМУ Кенгашининг

2018 йил _____ июлдаги мажлисида қабул қилинган.

Фойдаланиладиган адабиётлар

I. Методологик адабиётлар

1. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажакимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қураимиз. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 488 б.
2. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. 1-жилд. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 592 б.
3. Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. 2-жилд. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 508 б.
4. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси (2018 йил 28 декабрь). // www.uza.uz
5. Каримов И.А. Ўзбекистон: миллий истиқлол, иқтисод, сиёсат, мафкура. Т.1. –Т.: Ўзбекистон, 1996. – 364 б.
6. Каримов И.А. Биздан озод ва обод Ватан қолсин. Т.2. –Т.: Ўзбекистон, 1996. – 380 б.
7. Каримов И.А. Юксак маънавият – енгилмас куч. –Т.: Маънавият, 2008. – 176 б.

II. Ўзбекистон Республикасининг қонунлари, Президент фармонлари ва қарорлари, Вазирлар Маҳкамаси қарорлари

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси –Т.: Ўзбекистон, 2016.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида”ги қонуни. –Т 2014 lex.uz
3. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги принциплари ва қафолатлари тўғрисида”ги қонуни. /Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. –Т.: Адолат, 2008.
4. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги (янги таҳрири) қонуни. /Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. –Т.: Адолат, 2008.

5. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги қонуни. /Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. –Т.: Адолат, 2008.

6. Ўзбекистон Республикасининг Қонунлари. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисига сайлов тўғрисида. Халқ депутатлари вилоят, туман ва шаҳар Кенгашларига сайлов тўғрисида. Фуқаролар сайлов ҳуқуқларининг кафолатлари тўғрисида. –Т.: Ўзбекистон, 2004.

7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида. –Тошкент шаҳри, 2017 йил 20 апрель. // <http://uza.uz>

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида. –Тошкент шаҳри, 2019 йил 2 февраль. // <http://uza.uz>

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги фаолиятини ташкил этиш тўғрисида. –Тошкент шаҳри, 2019 йил 2 февраль. // <http://uza.uz>

10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида. –Тошкент шаҳри, 2019 йил 27 июнь. // <http://uza.uz>

11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 125-қарори. Ўзбекистон Республикаси давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизматлари фаолиятини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида. –Тошкент шаҳри, 2018 йил 17 февраль. // <http://uza.uz>

12. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Оммавий ахборот воситалари соҳасида кадрлар тайёрлаш ва қайта тайёрлаш давлат дастури тўғрисида”ги 163-Қарори. (2006 йил 7 август). /Оммавий ахборот

воситалари фаолияти соҳасидаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. –Т.: Ishonch Markaz Servis. 2009 й.

13. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 22 сентябрдаги “Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 203-қарори. /Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. –Т.: Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги, 2008 й.

III. Илмий-оммабон адабиётлар

1. Азизхўжаев А., Ҳусанов О., Азизов Х. Конституциявий ҳуқуқ. –Т.: Академия, 2001.

2. Бекмуродов М. Ўзбекистонда жамоатчилик фикри. –Т.: Фан, 1999.

3. Блэк С. Введение в паблик 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 открытых дверей. //Коммерсантъ. –2002, 24 декабрь.

6. Воҳидов Э. Сўз латофати. –Т.: Ўзбекистон, 2014. – 152 б.

7. Гульбинский Н., Сорокина Е. "Краткий курс" для эффективных политиков. – Аванти, 1999.

8. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз. Учеб. пособие. –М.: Форум: инфра-м, 2007.

9. Дўстмуҳаммад Х. Ахборот – мўъжиза, жозиба, фалсафа. –Т.: Янги аср авлоди, 2013.

10. Жаҳон журналистикаси тарихи. Дарслик. Ф.Мўминов, А.Нурматов, Т.Эшбеков ва бошқ. –Т.: Фан ва технологиялар, 2008. – 328 б.

11. Жўраев Н. Тафаккурдаги эврилиш. Т.: Шарқ, 2001.

12. Засурский Я.Н. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990-2004. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

13. Инсон ҳуқуқлари Умумжаҳон декларациясига шарҳлар. –Т.: Адолат, 1999.

14. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика.— М.: Вильямс, 2003.
15. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. —Киев.: Ваклер, 2000.
16. Матбуот хизматлари фаолиятини ташкил этиш бўйича қўлланма. — Т.: Адолат, 2006.
17. Меҳрга йўғрилган ижод: Пиримкул Қодиров ижоди адаблар ва мунаққидлар талқинида. —Т.: Алишер Навоий номидаги Ўзбекистон миллий кутубхонаси нашриёти, 2008.
18. Миллий истиқлол ғояси. —Т.: Ўзбекистон, 2005.
19. Миралимов Ш., Эшбеков Т. Журналистика, маънавият, жамият. —Т.: Ўзбекистон, 2010.
20. Мўминов Ф. Журналистика ижтимоий институт сифатида. —Т.: Университет, 1998.
21. Мўминов Ф. Социология ва журналист фаолияти. —Т.: Университет, 1995.
22. Мўминов Ф.А. Паблик рилейшнз: история и теория. —Т.: Ижод дунёси, 2004.
23. Мўятабар зиё маскани. (Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети — 1918-2008). —Т.: Ғафур Ғулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2008.
24. Низомулмулк. Сиёсатнома ёки сияр ул-мулк. Т.: Адолат, 1997. —Б. 77.
25. Ольшанский Д. Политический PR. СПб.: М., Питер, 2003.
26. Очиқ ахборот тизимларида ахборот-психологик хавфсизлик. Дарслик. Ф.Мўминов, Т.Эшбеков ва бошқ. —Т.: ЖИДУ, 2015. — 196 б.
27. Пахрутдинов Ш. Замонавий раҳбар: у қандай фазилатларга эга бўлиши лозим? //XXI asr. 2005 йил 10 ноябрь.
28. Пашенцев Е.Н.Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. —М.: Р.Бук. 2001.

29. Полоницкий П. Пресс-службы и гласность. –М.: Юридический Мир, 2006.
30. Почепцов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. –М.: Рефл-Бук, 2000.
31. Прохоров. Е.П. Журналистика и демократия. –М.: Аспект Пресс. 2004.
32. Раҳматуллаев Т. Америка журналист нигоҳида. –Т.: Янги аср авлоди, 2003.
33. Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. /Эрназаров Қ. ва бошқ. –Т.: ЎзМУ, 2002.
34. Саидов А.Х., Кўчимов Ш.Н. Қонунчилик техникаси асослари. –Т.: Адолат. 2001.
35. Салливан М. Масъул ахборот хизмати. <http://usinfo.state.gov>.
36. Солиев Ф. Ахборот хизматлари: мақсад, бурч ва маҳорат. //Хуррият, 2007, 12 декабрь.
37. Темур тузуклари. –Т.: Ғафур Ғулом номидаги нашриёт-матбаа бирлашмаси, 1991.
38. Халқ қалбига йўл. Бадий-публицистик мақолалар тўплами. –Т.: Mashhur-press, 2018. – 288 б.
39. Худойкулов М. Журналистика ва публицистика. –Т.: ЎзМУ, 2008.
40. Шомақсудов А. Журналист мутахассислар тайёрлаш маскани. –Т.: Зар қалам, 2003.
41. Эшбеков Т. Таҳририят ишини ташкил этиш. Ўқув қўлланма. –Т.: ЎзМУ, 2002.
42. Эшбеков Т. Ахборот хизмати: ишлаш усуллари ва тамойиллари. Ўқув қўлланма. –Т.: ЎзМУ, 2009.
43. Эшбеков Т. Жамоатчилик билан алоқалар ва ахборот хизматлари. Ўқув қўлланма. –Т.: ЎзМУ, 2012.
44. Эшбеков Т. Маънавият ва ахборот сабоқлари. “Ахборот соатлари” курслари учун услубий қўлланма. –Т.: ЎзМУ, 2016.

45. Эшбеков Т. Мулоқот майдонида ахборот хизматларининг ўрни. Ўқув-услубий қўлланма. –Т.: ЎзМУ, 2017. – 128 б.
46. Эшбеков Т. Мафкура ва ахборот-психологик хавфсизлик. Ўқув қўлланма. –Т.: ЎзМУ, 2017. – 64 б.
47. Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 1-12 жилдлар. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2000-2006.
48. Ўзбекистон жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ қилиш йўлида. –Т.: Академия. 2005.
49. Қодиров П. Тил ва эл. –Т.: Ғафур Ғулом номидаги нашриёт-матбаа уйи, 2005. – 248 б.
50. Қудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. – Т.: Ўзбекистон. 2011.
51. Ҳамдамов Ю. Тараққиёт мезони. –Т.: Ўзбекистон НМИУ, 2013.

МУНДАРИЖА

Кириш	3
Ўзбекистонда жамоатчилик билан алоқалар – халқ билан мулоқот ижтимоий институт сифатида	
Ахборот хизматининг ҳуқуқий асослари	
Ахборот хизматининг назарий асослари	
Ахборот хизмати фаолиятида ахлоқий меъёрлар	
Ахборот хизмати фаолиятида ошкоралик	
Ахборот хизматини ташкил этишда назария ва амалиёт уйғунлиги	
Ахборот хизматининг вазифалари (функциялари)	
Ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантиришда ахборот хизматининг ўрни	
Ахборот хизмати фаолиятида оқ ва қора пиар (технологиялар)	
Ташкилот имижини яратишда ахборот хизматининг ўрни	
Ахборот манбалари яратиш усуллари	
Пресс-релиз тайёрлаш маҳорати	
Ахборот хизмати ходимларининг ташкилотчилик ва ижодий маҳорати	
Матбуот конференцияси	
Ахборот хизмати ва журналистлар ҳамкорлиги	
Матбуот котиби маҳорати	
Глоссарий (асосий тушунчалар)	
Иловалар	
Фойдаланиладиган адабиётлар	

Тўлқин ЭШБЕКОВ

АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ

Ўқув қўлланма

Филология фанлари доктори, профессор

Файзулла МЎМИНОВ

умумий таҳрири остида

Масъул муҳаррир:

педагогика фанлари номзоди, доцент

Фарход БАБАШЕВ

Муҳаррир:

Баҳриддин ШАЙВАЛИЕВ

Такризчилар:

Филология фанлари доктори, профессор **Хуршид ДЎСТМУҲАММАД**

Тарих фанлари доктори, профессор **Қудрат ЭРНАЗАРОВ**

Адади 1000 нусха.