

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM
VAZIRLIGI

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI MADANIYAT VA SPORT ISHLARI
VAZIRLIGI

O‘ZBEKISTON DAVLAT SAN’AT VA MADANIYAT INSTITUTI
“XALQ IJODIYOTI” FAKULTETI Ўқишлар барча туманларда ўтказиб
булинди.

“IJTIMOIY MADANIY FAOLIYAT” TA’LIM YO‘NALISHI
“MADANIYAT VA SAN’AT MUASSASALARINI TASHKIL ETISH VA
BOSHQARISH” KAFEDRASI

“IJTIMOIY-MADANIY FAOLIYATNI AMALGA OSHIRISHDA

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING O‘RNI”

MAVZUSIDAGI

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

“Bitiruv malakaviy ish kafedrada
dastlabki himoyadan o‘tdi”

“Madaniyat va san’at
muassasalarini tashkil etish va
boshqarish” kafedrasining ____ -
sonli yig‘ilish bayonnomasi
“____” _____ 2014 yil

Kafedra mudiri _____
X.Shodiyev

Bajardi: “Ijtimoiy madaniy faoliyat”
ta’lim yo‘nalishi IV-kurs bitiruvchisi
Alimardanov Furqat Xasan o‘g‘li

Ilmiy raxbar: sots. f. d., professor
A.Umarov

Toshkent-2014 yil

M U N D A R I J A

Kirish	1
I BOB Ijtimoiy-madaniy faoliyatning ilmiy nazariy asoslari.....	
1.1. «Ijtimoiy madaniy faoliyat» tushunchasi va uning mohiyati	3
1.2. Ijtimoiy madaniy faoliyatning shakllari va vositalari.....	4
II BOB Ijtimoiy-madaniy faoliyatni amalga oshirishda ommaviy axborot vositalarining roli	
2.1. O‘zbekistonda ommaviy axborot vositalarining huquqiy asoslari.....	25
2.2. Ommaviy axborot vositalarida madaniy-ma’rifiy faoliyat masalalarining yoritilishi tahlili	29
Xulosa.....	44
Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.....	46
Илова.....	48

KIRISH.

Mavzuning dolzarbligi. Ijtimoiy-madaniy faoliyat mamlakatimizda aholi turli tabaqalari vakillarini badiiy, estetik, ahloqiy, ijtimoiy-siyosiy, yo‘nalishlarda tarbiyalash, odamlarning ma‘naviy, ijodiy faolligini tashkil etish, barkamol insonni shakllantirishda ijtimoiy-madaniy faoliyat sohasining o‘rni va roli kattadir. Ijtimoiy-madaniy faoliyat madaniyat va aholi dam olish markazlari, madaniyat va san‘at saroylari, muzeylar, madaniyat va istirohat bog‘lari, mahalla guzarlari, axborot resurs markazlari, kutubxonalar, rassomlik galeriyalari orqali amalga oshiriladi. Sobiq sho‘rolar davrida bu faoliyat madaniy-oqartuv ishi nomi bilan yuritilar, ularning asosiy ish mazmuni totalitar tuzum mafkurasini badiiy vositalar orqali aholining eng quyi qatlamlariga qadar yetib borish uchun xizmat qilar edi. O‘sha davrdagi klub muassasalariga odamlar deyarli kirishmas, badiiy havaskorlik ijodiyoti nomiga tashkil etilar edi.

Mustaqillikka erishilgandan so‘ng madaniy-ma‘rifiy ishlar tubdan isloh etilib, ijtimoiy-madaniy faoliyat deb nomlandi. Odamlar kirmaydigan xarob holdagi kutubxonalar o‘rniga axborot-resurs markazlari barpo etildi. Klub muassasalari esa “Madaniyat va aholi dam olish markaz”lariga aylantirildi. “Ijtimoiy-madaniy faoliyat” tom ma‘noda yangi inson ma‘naviyatini shakllantirish sohasiga aylandi. Ijtimoiy-madaniy faoliyat rivojida O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2013 yil 25 iyundagi 178-sonli qarori muhim rol o‘ynamoqda.

Ushbu qarorning qabul qilinishi ham davlatimizning ustuvor yo‘nalishi bo‘lgan ma‘naviyat yo‘nalishida ijtimoiy-madaniy faoliyatning nechog‘li ahamiyatli ekanini ko‘rsatmoqda. Shu nuqtai nazardan olib qaraganda ijtimoiy madaniy faoliyatni amalga oshirishda ommaviy axborot vositalarining o‘rni va roli muhim ahamiyat kasb etadi. Shuning uchun ham bugungi axborot texnologiyalar taraqqiy topgan bir paytda ommaviy axborot vositalari faoliyatini madaniy-ma‘rifiy targ‘ibotdagi vazifalarini ilmiy-nazariy dolzarb deb hisoblayman.

Bitiruv malakaviy ishi mavzusining o‘rqanganligi. Ijtimoiy-madaniy faoliyatni amalga oshirishda ommaviy axborot vositalarining rolini ochib berish dolzarb masala va tadqiqot ishi sifatida Sharq va G‘arb mutafakkirlarining

qarashlarida, asarlarida o'z ifodasini topgan. Ayniqsa, Jadidchilarimizdan M.Behbudiy, M.Abdurashidxonov, A.Avloniy, Fitrat, Cho'lponyning ma'rifatchilik faoliyatida keng yoritilgan. Xususan, xorij olimlari D. M. Genkin, M. A. Ariarskiy, A. V. Sasixov asarlarida ham ijtimoiy-madaniy faoliyatning vositalarida matbuot vositalaridan foydalanish ko'rsatib o'tilgan.

O'zbekistonda olib borilgan madaniy-ma'rifiy faoliyat yo'nalishlardagi islohotlarni tahlil qilish ishlarini ko'proq tarixchi, madaniyatshunos, sotsiolog, pedagog olimlarimiz M.Bekmurodov, A.Umarov, A.Mavrulov, U.Qoraboyev va boshqa olimlarimizning ijodida ko'rish mumkin.

Bitiruv malakaviy ishi mavzusining metodini ko'zatuv, intervyu, ekspremental, anketa metodi tashkil etadi.

Bitiruv malakaviy ishi metodologiyasini O'zbekiston Respublikasi Konstitusiyasi, Ta'lim to'g'risidagi Qonun, "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi Qonun Kadrlar tayyorlash milliy dasturi, Prezidentimiz I.A.Karimovning asarlari tashkil etadi.

Tadqiqotning maqsadi: Madaniy-ma'rifiy faoliyatda ommaviy axborot vositalarining rolini o'rganish va tahlil qilish. Ommaviy axborot vositalari orqali aholini madaniyat va san'atga bo'lgan qiziqishini yanada yuksaltirish. Ommaviy axborot vositalarida madaniy-ma'rifiy faoliyat muammolarining yoritishini tahlil qilish.

Tadqiqotning vazifalari:

- Ommaviy axborot vositalari orqali O'zbekistonda madaniy-ma'rifiy faoliyatning mazmunini odamlar ijtimoiy hayotidan mustahkam o'rin olishiga ko'maklashish;

- Madaniyat va san'at muassasalarida tashkil etilayotgan madaniy tadbirlarni ommaviy axborot vositalarida yoritib borishga ko'maklashish.

Bitiruv malakaviy ishi kirish qismi, ikki bobda birlashgan to'rtta paragraf, xulosa qismi hamda foydalanilgan adabiyotlar ro'yxatidan iboratdir.

I BOB Ijtimoiy-madaniy faoliyatning ilmiy nazariy asoslari

1.1. «Ijtimoiy madaniy faoliyat» tushunchasi va uning mohiyati

O'zbekiston mustakillikni qo'lga kiritgan dastlabki kunlardayoq ijtimoiy xayotni qayta qurish, bozor iqtisodiyotiga o'tish, ishlab chiqarishni rivojlantirish masalalari bilan bir qatorda axolining turmush madaniyatini tubdan yaxshilash, kishilarning bo'sh vaqtini mazmunli uyushtirish, ularning o'sib borayotgan ma'naviy ehtiyojlarini to'laroq qondirish, xalqning badiiy xavaskorlik ijodi va qobiliyatlarini rivojlantirish kabi dolzarb muammolarga jiddiy e'tibor berildi.

«Ijtimoiy-madaniy faoliyat», avvalo, madaniy-ma'rifiy muassasa, madaniyat va aholi dam olish markazlari, madaniyat va istiroxat bog'lari, muzeylar, kutubxonalar faoliyatidir. Madaniy-ma'rifiy muassasalar bu g'oyaviy va tarbiyaviy ishlar jarayonining tarkibiy qismi xisoblanib, ular xalqimizning ijtimoiy-madaniy xayotida muxim rol oynaydi. Ularni xar tomonlama rivojlantirish, xavaskorlik ijodiga jalb qilish va mazmunli xordiq chiqarishni uyushtirish orqali olib boradi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyat, asosan kishilarning ishdan bo'sh vaqtlarida olib boriladi, kishilarga asosiy ishdan tashqari xar xil mazmundagi va shakldagi «ikkinchi» faoliyat bilan shug'ullanishlariga imkoniyat yaratadi. Bu faoliyat kishilarning xordiq chiqarishga, bilimni, dunyoqarashini o'stirishga, ijodkorligini oshirishga qaratilgan bo'lib, ular o'z navbatida asosiy ish faoliyat bilan yaxshiroq shug'ullanishga samarali yordam beradi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyat – axolini ma'naviy kamol toptirish, madaniy saviyasini oshirish, bilimni o'stirish, dunyoqarashini kengaytirish, ijodiy qobiliyatini rivojlantirish, bo'sh vaqtini samarali o'tkazishga ko'mak beruvchi ijodiy-tashkiliy ishlar majmuasidir.

1.2. Ijtimoiy madaniy faoliyatning shakllari va vositalari

Ijtimoiy-madaniy faoliyatning o'z ob'ekti, predmeti va ish faoliyati mavjud.

Ijtimoiy-madaniy faoliyat quyidagi ishlardan iborat:

1. Tashviqot va targ'ibot ishlarini olib borish.
2. Xalq xavaskorlik ijodini o'stirish.
3. Kishilarning dam olishini tashkil qilish.

Bu ish faoliyatlari madaniy-marifiy ishlarning shakllarini vujudga keltiradi. Ijtimoiy-madaniy faoliyat turlariga spektakl, ommaviy tomosha, xalq sayllari, bayramlar, karnaval, raqs kechalari, viktorina, ko'rgazma, konkurs, sayoxat va ekskursiya kabilar kiradi.

Ko'rinib turibdiki, Ijtimoiy-madaniy faoliyatining ish shakllari xilma xil va ko'pdir. Ular xaqida to'liq tushunchaga ega bo'lish uchun maxsus tasnif mavjud. Ular ichida ikki xil tasnif diqqatga sazovordir. Birinchi tur tasniflashga madaniy – ma'rifiy ish shakllariga qatnashadigan kishilarning soni asos qilib olinadi. Ular quydagilarga bo'linadi: yakka, guruxli va ommaviy shakllar.

1. Yakka shakllar-mutaxassis va tinglovchi o'rtasidagi konsultatsiya, yakka suxbat, ommaviy mashg'ulotlardan tashkil topadi.

2. Guruxli shakllar – taxminan 15-30 kishi qatnashadigan tadbirlar, ya'ni munozara, seminar, suxbat, ekskursiya, xavaskorlik jamoalari mashg'ulotlarini o'z ichiga oladi.

3. Ommaviy shakllar – soni cheklanmagan, katta auditoriyaga mo'ljallangan ma'ruza savol-javob kechalari, mavzuli kechalar, ommaviy tomoshalar, bayramlar va boshqalarda vujudga keladi. Ommaviy shakllar Madaniy-ma'rifiy faoliyatning asosiy qismini tashkil qiladi.

2-tur tasniflash madaniy faoliyatda qanday ta'sirchan vositalardan va usullardan foydalanish asosida vujudga keladi. Bu borada xam ish shakllari 3ga bo'linadi: monologik, dialogik va ko'p tarmoqli shakllar.

1. Monologik shakllar – bu notiqning ogzaki, «jonli» soʻzi xamda boshqa taʼsirchan vositalar orqali auditoriyaga axborotlar beradigan tadbirlar. Masalan, maʼruza, doklad, axborot va boshqalar.

2. Dialogik shakllar bular asosan, muloqot, suxbat, fikr almashishlardan iborat boʻlib, unga suxbat, munozara, uchrashuv, savol-javob kechalari kiradi.

3. Koʻp tarmoqli shakllar deganda monologik va dialogik shakllar bilan bir qatorda boshqa taʼsirchan vositalardan foydalanish mumkin boʻlgan tadbirlar tushuniladi. Masalan, ogzaki jurnal, mavzuli kechalar.

Madaniy – maʼrifiy muassasalar quyidagi turlarga boʻlinadi: Kutubxona, muzey, madaniyat uyi, istiroxat bogi, madaniy dam olish maskanlari.

Kutubxonalar oʻzlarining vazifalari, faoliyatlari, kitob fondlarining tarkibiga qarab, ommaviy, texnikaviy va turli maxsus kutubxonalar, oʻquv yurtlari, kutubxonalari, ilmiy kutubxonalarga boʻlinadi. Ommaviy kutubxonalar axolining turli soxaga doir kitoblarga boʻlgan talablarini qondirishga qaratilgan.

Oʻzbekiston Respublikasi Madaniyat Vazirligi tizimida kuyidagi kutubxonalar boʻladi:

1. Respublika kutubxonasi.
2. Viloyat kutubxonasi. Ular respublikadagi, viloyatdagi, shaxar, tuman , qishloq kutubxonalariga uslubiy yordam beradilar.
3. Shaxar, tuman kutubxonalari kuyidagi turlarga boʻlinadi.
4. Qishloq kutubxonalari.
5. Bolalar kutubxonalari.
6. Madaniyat uyi byudjetida turuvchi klub-kutubxonalari.

Oʻquv yurtlari kutubxonalari. Ular oʻzlarining fondlariga qarab umumtaʼlim maktablari, kasb-xunar kollejlari, oliy oʻquv yurtlari, malaka oshirish kurslari va institutlarning kutubxonasiga boʻlinadi.

Ilmiy-texnika va turli maxsus kutubxonalar. Bu kutubxonalarning kitob fondlari ishlab chiqarish malakalarini oshirishda, xalq xoʻjaligi yoʻnalishidagi madaniyatning konkret vazifalarini xal qilishda turli soxadagi xodimlarga yordam beruvchi adabiyotlardan tashkil topadi. Bularga korxona, ilmiy muassasalar,

nashriyotlar, konstruktorlik tashkilotlari, teatr, muzika, sport tashkilotlarining kutubxonalari kiradi.

Ilmiy kutubxonalar. Ular o'z ishlarini fan, madaniyat, ishlab chiqarish talabalarga muvofiq tashkil qiladi, mutaxassislariga ilmiy malakalarini oshirishda ko'maklashadi.

Muzeylar - Ular vazifasi tarixiy xujjatlarni, moddiy va ma'naviy madaniyat yodgorliklarini, san'at asarlarini, tabiat boyliklarining namunalarini to'plash, saqlash, ularni ilmiy ishlab chiqarish va ko'rgazmaga koyishdan iboratdir. Shular bilan birgalikda muzeylar ilmiy - tekshirish ishlarini xam olib boradilar.

Muzeylar quyidagi tarmoqlarga bo'linadi:

1. Tarix muzeylari.
2. Xotira yodgorlik muzeylari.
3. O'lkashunoslik muzeylari.
4. San'atshunoslik muzeylari.
5. Tabiiy-ilmiy muzeylar.

1. *Tarix muzeylarida* Vatanimiz tarixini aks ettiruvchivchi xujjatlar, yodgorliklar, moddiy va ma'naviy madaniyat esdaliklari to'plangan bo'ladi.

2. *Xotira-yodgorlik muzeylari* Respublikamizning mashhur arboblari; shuxrat qozongan yozuvchi va rassomlar, kompozitor, olimlari, san'atkorlar xotirasiga bag'ishlangan bo'ladi. Bularga G'.G'ulom, A.Qahhor, Oybek uy-muzeylari, O'rol Tansiqboyev, M.Ashrafiy uy - muzeylari, Tamaraxonim, M.Turg'unboyeva va boshqalarni ko'rsatish mumkin

3. *O'lkashunoslik muzeylari.* Viloyat, tumanning tabiiy sharoiti tarixi, xo'jaligi madaniyati va turmushini xarakterluvchi xujjatlar va yodgorliklarni to'playdi.

4. *Tabiiy-ilmiy muzeylarga* tabiatshunoslik, biologiya, geografiya muzeylari kiradi.

5. *San'atshunoslik muzeylari.* Ularga tasviriy san'at, amaliy san'at, arxitektura, musiqa, teatr san'ati yutuqlarini ko'rsatuvchi muzeylar kiradi.

Madaniyat va aholi dam olish markazlari madaniyat va san'at saroylari

I tipda – xizmat ko‘rsatiladigan aholi soni 40 ming nafardan ortiq bo‘lgan va kamida 400 o‘rindiqli tomosha zaliga ega bo‘lgan holda shaharlarda va tumanning ma‘muriy markazlarida;

II tipda – xizmat ko‘rsatiladigan aholi soni 20 ming nafardan ortiq bo‘lgan va o‘rindiqlar soni 250 tani tashkil etadigan tomosha zaliga ega bo‘lgan holda shaharlarda va tuman markazlarida;

III tipda – xizmat ko‘rsatiladigan aholi soni 7 mingdan ortiq bo‘lgan va o‘rindiqlar soni 150 tani tashkil etadigan tomosha zaliga ega bo‘lgan holda shaharlarda va tuman markazlarida tashkil etilishi mumkin.

Shaharlarda va tuman markazlarida xizmat ko‘rsatiladigan aholi sonidan kelib chiqib I, II va III tipdagi markazlar, qishloq joylarda esa – faqat II va III tipdagi markazlar tashkil etilishi mumkin.

II. Kasaba qo‘mitasi tarmog‘idagi madaniyat muassasalari. Ularga korxona qoshidagi, shuningdek, sanatoriylar, dam olish uylarining klublari xam kiradi. Ular o‘z tashkilotlarining ixtiyorida bo‘ladi.

Madaniyat va istiroxat bog‘lari - ularda ommaviy sayillar, karnavallar, sport va boshqa bayramlar, turli ommaviy tomoshalar o‘tkaziladi, spektakllar, kinofilmlar qoyiladi, siyosiy va ilmiy ma‘ruza va dokladlar tiinglanadi. Madaniy dam olish uchun keng imkoniyatlar yaratilgan bo‘ladi. Bundan tashqari madaniyat va istiroxat bog‘larining bezagi, ulardagi tabiiy manzarali joylar kishilarning estetik didlarini o‘stirishga yordam beradi

Teatrlar – saxna asarlarining janrlariga muvofiq, quyidagilarga bo‘linadi:

- A) opera va balet teatrlari;
- B) drama;
- V) muzikali komediya teatrlari;
- G) yosh tomashabinlar teatrlari;
- D) qo‘g‘irchoq teatri
- E) miniatyura teatrlari
- J) estrada teatrlari

Kontsert tashkilotlariga quyidagilar kiradi:

- A) davlat filarmoniyalari;
- B) davlat estrada jamoalari
- V) mustaqil musiqa jamoalari.

Kinoteatrlar – kinofilm namoyish qilish uchun maxsus jixozlangan maskan.

Shuningdek, ma'naviy – ma'rifiy ishlar bilan ommaviy axborot vositalari (radio, tv, matbuot); Ta'lim tarbiya muassasalari; Ijodiy uyushmalar (yozuvchilar, rassom, kompozitorlar, teatr arboblari) xam shug'ulanadilar.

Ijtimoiy-madaniy faoliyat nazariyasini uzlashtirishda ularning mohiyati va ijtimoiy-madaniy xayotda tutgan urnini bilish muxim bulganidek, ularning tamoyillari, uziga xos xususiyatlari va vazifalarini ilmiy asosda urganish xam katta axamiyatga egadir.

Mustakillik respublikamiz madaniy-ma'rifiy muassasalari zimmasiga bush vakt sharoitida ijtimoiy-madaniy faoliyatning mohiyatini ifodalaydigan va uning yunalishi, mazmuni xamda shakllarini belgilaydigan eng umumiy koidalarni – madaniy-ma'rifiy faoliyat tamoyillarini shakllantirish imkonini xam berdi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyat faoliyatning uziga xos tamoyillari ularni tashkil kilishda yul-yuriklar kursatadigan asosiy manba xisoblanib, ular kuyidagilardan iboratdir:

- hayotiylik;
- ommaviylik;
- ixtiyoriylik;
- ilmiylik.

Hayot bilan, mustaqil davlatimizni rivojlantirish amaliyoti bilan hamohanglik, buning uchun kishilar oldida turgan vazifalarning mohiyatini tushuntirish, ularni mustaqillikni mustahkamlash va kelajagi buyuk davlat yaratishdagi tarixiy rolini anglash ruxida tarbiyalash madaniy-ma'rifiy faoliyatning hayotiyligidan darak beradi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyatning hayotiylik tamoyili anqlik va maqsadga yo‘naltirilganlik xususiyatlarini ham o‘z ichiga qamrab oladi. Bu shuni anglatadiki, madaniyat muassasasidagi har bir tadbir muayyan xususiyatga ega bo‘lishi va mustaqillik davri talablari bilan bog‘lik holda aniq ifodalangan maqsadga ega bo‘lish kerak. Shuningdek, u o‘zining butun tabiati va mazmuni bilan har tomonlama rivojlangan shaxsni shakllantirishni ragbatlantiradi, insonga o‘z qobiliyati va talantini namoyon qilish, rivojlantirish uchun keng imkoniyat beradi, inson hayotiga rang-baranglik kiritadi. Tabiat bilan muloqotda bo‘lishiga yordamlashadi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyatning ommaviylik tamoyili bir qator ijtimoiy jihatdan ahamiyatli vazifalarni bajaradi, ya’ni ommaning ijtimoiy-madaniy ijodiyotini hamda ijtimoiy faolligini rivojlantiradi, ommaviy muloqotda bo‘lishni tashkil etadi va shular asosida jamoatchilik fikrini shakllantiradi. Shaxsga ta’sir etish nukta nazaridan ommaviylik tamoyilining o‘ziga xos tamoyili shundan iboratki, har bir kishi madaniy-ma’rifiy tadbirlarda faqat tomoshabin yoki kuzatuvchi sifatida emas, balki ruy berayotgan xodisalarning faol qatnashchisi, o‘z qarashlarini isbot qiluvchi shaxs sifatida ishtirok etishi mumkin. Shu bilan birga ommaviylik tamoyili insonga ijtimoiy jixatdan o‘z-o‘zini namoyon qilish imkonini ham yaratadi.

Madaniy-ma’rifiy muassasasi insonni ixtiyoriy asoslarda, unga doimiy hurmat va ishonch ruxida ijtimoiy-ijodiy faoliyatga tortadi. Ijtimoiy-madaniy faoliyat xamma vakt tula ixtiyoriylik tamoyillari asosida kuriladi. Agar mexnat jamoalarida insonning faoliyati ba’zan sof moddiy sabablarga kura belgilansa, madaniy-ma’rifiy faoliyatda, birinchi navbatda, faoliyatning mazmuniga kizikish asosida namoyon buladi. Boshkacha aytganda, madaniy-ma’rifiy muassasa jamoasi shaxsning ma’naviy-ijodiy kobiliyatini namoyon kilish va rivojlantirish uchun erkinlik beradi. Bu tamoyilning axamiyati madaniy-ma’rifiy muassasasiga katnashishning ixtiyoriyligi, u yoki bu madaniy-ma’rifiy uyushmalarida ishtirok etishni tan olish bilan cheklanib kolmaydi. Ixtiyoriylik madaniy-ma’rifiy muassasalari tomonidan taklif kilinadigan kuplab faoliyat turlaridan birini erkin

tanlab olish imkoniyatini aks ettiradi va shaxsning bosh vakt sharoitida uz ijtimoiy-madaniy faoliyatining mazmunini uzi tomonidan belgilab olishini ifodalaydi.

Hozirgi zamon madaniy-ma'rifiy ishlari kulamining muttasil oshib borishi va murakkablashuvi undan turli soxalarning uzaro alokasini, ilmiy asosda markazlashgan, rejali boshkaruvni talab etadi. Ilmiylik tamoyili madaniy-ma'rifiy faoliyatning kuzga kuringan tamoyillaridan biri xisoblanadi. U madaniy-ma'rifiy faoliyatda tarbiya jarayonining maksadi, mazmuni, shakli va uslublarini kullashni, bir-biriga yakin fanlar – pedagogika, psixologiya, san'atshunoslik, estetika, iktisodiyot va boshkaruv nazariyasining yutuklaridan foydalanishni talab etadi.

Ilmiylik tamoyili bir kator belgilarda namoyon buladi. Ular orasida ob'ektivlik belgisiga birinchi urinni ajratish mumkin. Madaniy-ma'rifiy ishlari tarbiyaviy ta'sir kursatish kerak bulgan ob'ektning xakikiy xolati va bunday ta'sir kursatishning real imkoniyatlarini xisobga olgan xolda, umuman jamiyat va aloxida shaxs rivojlanishining ob'ektiv konuniyatlarini bilib olish va ulardan okilona foydalanish asosida kurulishi lozim va shunday bulishi kerak.

Ilmiylik vokealar, faktlar va ularning moxiyatini ochishni, ijtimoiy xayotning real manzarasini va uning rivojlanish jarayonlarini, ijtimoiy tarakkiyotning borishini belgilab beradigan kuchlarni aniklash imkonini beradi. Vokelikni kabul kilishning tasodifiy ta'sirlarining oldini olish va bizni urab turgan dunyo xakida chinakam ilmiy tasavvurni paydo kilish madaniy-ma'rifiy faoliyatning muxim vazifasi xisoblanib, ilmiylik tamoyili shaxs dunyokarashini shakllanishini kuchaytirishga katta xissa kushadi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyatning tamoyillari bir-biridan aloxida xolda mavjud bulmaydi, ular yaxlit tizimni tashkil etadi va ularning xar biri bosh vakt sharoitida ommaning ijtimoiy-madaniy faoliyatida yagona jarayonning ajralmas kismini ifodalaydi. Madaniy-ma'rifiy faoliyatning tamoyillari ijtimoiy-madaniy faoliyatning mavjud konuniyatlarini aks ettiradi va barchasi birgalikda madaniy-ma'rifiy ishlarning xarakteri, mazmuni va shakllarini belgilaydi. Bu tamoyillardan birining bulmasligi umumiy bir butunlikning buzulishiga olib keladi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyat aholining dam olishini tashkil qilish, ommaga axborot va bilim berish, ommani xavaskorlik ijodiyotiga jalb qilish kabi vazifalarni xam bajaradi.

Demak, madaniy-ommaviy tadbirlarni tayyorlashda madaniy-ma'rifiy faoliyatning o'ziga xos tashkiliy xususiyatlariga murojaat etish muxim urin tutadi. Chunki xar xil madaniy-ma'rifiy faoliyat shaklini tashkil qilishda bu vazifalardan birdek foydalanila bermaydi. Ba'zi shakllarda ko'prok axborot beriladi, ba'zilari, asosan, dam olish uchun xizmat qiladi, boshqalari ko'prok madaniy-ijodiy jarayonga qatnashtirishga yordam beradi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyatni tashkil qilishning o'ziga xos xususiyatini bilish shu soxaga oid bilimlarni konkretlashtiradi, ularni egallashga aniklik kiritadi tadbirlar moxiyati va xususiyatini to'larok yoritib berishga yordam beradi.

Madaniy-ma'rifiy faoliyatdagi tadbirlarning o'ziga xos xususiyatlaridan biri u bir marta tashkil kilinib, asosan, bir marta namoyish kilinadi. Agar spektakllar, kinofilmlar tayyorlanganidan sung yuzlab marta namoyish kilinsa, madaniy-ma'rifiy muassasalardagi tadbirlar, asosan, takroran kuyilmaydi. Madaniy-ma'rifiy faoliyat tadbirlarining deyarli xammasi xuddi shu xususiyatga ega. Fakat badiiy targibot-tashvikot jamoalari, ba'zi mavzuli kontsert dasturlari bir marta tayyorlanib, xar xil joylarda bir necha marta namoyish etilishi mumkin. Ular ma'lum vakt mobaynida (masalan, ma'lum mavsumda, ish jarayonida, ya'ni paxta, galla yigim-terimida...) bir necha marta namoyish kilinishi mumkin. Lekin ma'lum muddatdan sung, albatta boshka yangi dastur tuzishga tayyorgarlik kuriladi.

Agar teatrda qo'yilgan pesani yana bir necha yildan keyin qaytadan saxnalashtirish mumkin bo'lsa, madaniy-ma'rifiy muassasa tadbirlarida bu xolat takrorlanmaydi. Biror tadbir stsenariysi sxemasini ikkinchisiga qo'llash mumkin emas. Har kanday yangi stsenariy yangi tuzilishni, yangi mexnatni talab kiladi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyatning yana bir xususiyati ular, asosan, maxalliy axoli uchun, ularning real hayotidan olingan materiallar asosida tuziladi. Tadbirlarning bosh kahramoni sifatida muayyan joyda mexnat kilib, maxalliy axoli orasida namuna bulayotgan kishilar namoyon buladi. Masalan, «Xotira va kadrlash

kuni»ga bagishlangan bayramni olaylik. Bunda maxalliy joyda yashaydigan urush katnashchilari, mexnat faxriylarining kursatgan jasoratlariga asosiy urgu berilishi kerak. Urush kaxramonlarining uz suzlarini eshitish tadbirni jonlantiradi va ta'sirchanligini oshiradi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyatning navbatdagi xususiyati shundan iboratki, ularda juda keng kulamda ta'sirchan vositalar birlashtiriladi.

Tadbirlar real xayotning uzini tashkil kilishi bilan birga, undagi muxim vokealarni uz mazmuniga singdiradi. Ularning moxiyatini ochish va axamiyatini yoritish uchun ta'sirchan vositalarga murojaat kilinadi. Tadbirda mazmun ma'lum bir kompazitsion tuzilish xolatiga kelishi uchun undagi barcha bayon kilish va ta'sirchan vositalar xam bir- birlari bilan birlashtiriladi, uygunlashtiriladi. Aks xolda tadbirning mazmuni puch, shakli esa samarasiz bulib kolishi mumkin.

Ijtimoiy-madaniy faoliyatning navbatdagi, ya'ni turtinchi xususiyati bu ommani tadbir katnashchisiga aylantirishdir.

Madaniy-ma'rifiy muasassalarida uyushtiriladigan tadbirlarni ommaviy deb atashning boisi shundaki, u omma uchun uyushtiriladi va ommaning ishtirokida utadi. Agar teatr, kino xamda televizorda asar katnashchilari va tomoshabinlar urtasida kurinmas «devor» mavjud bulib, omma fakat tomoshabin rolini bajaradigan bulsa, madaniy-ma'rifiy muassasa tadbirlarda esa ommaning aktiv ishtiroki kuzda tutiladi.

Albatta, tadbirlarda xammani birday faol katnashtirish kiyin. Uning asosiy katnashchilari oldindan belgilab kuyilgan badiiy xavaskorlik jamoalarining a'zolari xamda suzga chikadigan kishilardir. Lekin tadbir tashkilotchisi bu asosiy kuatnashchilar bilan kifoyalanib kolmasdan, balki ommani xam faollashtirish, tadbir ishtirokchisiga aylantirish yullaridan foydalanmogi lozim. Buning uchun tadbir ishtirokchilari o'rtasida ommaviy o'yinlar, qo'shiqlar, savol-javoblar kabi maxsus tadbirlar uyushtirish maqsadga muvofiq. Chunki san'at-odamni tomoshabin yoki tinglovchi bo'lib qolganda emas, balki u ommaviy tadbirlarda faol ishtirok etganda o'ziga xammadan ko'prok qamrab oladi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyatning g'oyaviy emotsional vositalarsiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Maxsus materiallarsiz uy qurib bo'lmaganidek, vositalarisiz ma'daniy-ma'rifiy tadbirlarni tashkil qilib bo'lmaydi. Vositalar tadbirning tarkibiy qismi, asosiy mexanizmlari sifatida xizmat qiladi.

Vosita deganda, kishilarning xissiyotiga, psixologiyasiga va ongiga ta'sir etuvchi va bilim olish samaradorligini oshiruvchi g'oyaviy-xissiy qurollarni tushunamiz.

Madaniy-ma'rifiy faoliyatda qo'llaniladigan vositalarning diapozoni juda keng o'va ularning soni ko'pdir. Ma'daniy-ma'rifiy tadbirlarda jonli so'z, matbuot, ko'rgazmali qurollar, adabiyot va san'at, xar xil texnik apparatlar kabi vositalarda keng foydalanamiz.

JONLI SO'Z. Asosiy ta'sirchan vositalardan biri- bu jonli so'zdir. (Ba'zi xollarda «og'zaki so'z» deb xam yuritiladi). Jonli so'z ma'daniy-ma'rifiy shakllarning xammasida eng asosiy vosita sifatida qo'llaniladi. Madaniy-ma'rifiy tadbirlarda jonli so'z faqatgina mazmunni yoritishda xizmat qilmasdan balki tadbir syujeti bilan ommaviy xolatlarni xam bir-biriga uyg'unlashtirib boradi. Ayni jonli so'z voqea ma'nosini tomoshabinga yetkazadi, bir epizodni 2-ga bog'laydi, boshqaruvchining auditoriya bilan muloqotda bo'lishi uchun sharoit yaratadi. Jonli so'zining yana bir afzallik tomoni shundaki, ba'zan fikrini xech qanday ta'sirchan vosita tomoshabinga yetkazib bera olmaydigan daqiqalarda jonli so'z yordamiga keladi.

Ommaviy tadbirlarda boshqaruvchi so'zi asosiy o'rinni egallaydi, ba'zi xollarda esa u keganing boshidan to oxirigacha yetakchi vosita sifatida qo'llaniladi. U kirish so'zi (monolog) shaklida yoki muqaddima sifatida yaxshi xizmat qilishi mumkin. Tadbir davomida esa boshqaruvchi, sharxlovchi, xikoyachi yoki intervyu beruvchi aylanib, jonli so'zdan foydalanish. Tadbirlarda jonli so'zdan foydalanish imkoniyatlari juda ko'p.

Jonli so'z boshqaruvchining gapidan tashqari, tadbir qaxromonining nutqi yoki undagi qatnashchining so'zi, kecha qaxramoniga atalgan tabrik, mexnat veteranlari, urush ishtirokchilarining so'zi bo'lishi mumkin.

BADIIY SO‘Z - aytilmoqchi bo‘lgan fikrni badiiy-emotsional tarzda yetkazib berishga xizmat qiladi. Madaniy-ma‘rifiy faoliyat shakllarida badiiy so‘zning she‘r o‘qish, prozaik va she‘riy monologlar, juft yoki ko‘pchilik tomonidan o‘qiladigan she‘rlar kabi turlardan keng foydalaniladi.

Badiiy so‘z boshqa materiallar bilan bir vaqtda ijro etilishi mumkin. Masalan, she‘r o‘qilalayotgan bir vaqtda she‘rning ma‘nosiga mos keladigan kino parchalari ko‘rsatilishi mumkin.

Badiiy so‘zni vujudga keltirish uchun badiiy asarlarda keltirishning o‘zi kamlik qiladi. Yozma she‘r-yozma badiiy so‘zdir. Uni jonli badiiy so‘zga aylantirib, ijro etish uchun ijrochining she‘rdagi fikrini munosabati, ruxiy kechinmalari, xis-xayajonli talab qiladi. Aks xolda she‘rning oddiy, jonli so‘zdan farqi qolmaydi. Yana shuni unutmaslik kerakki, chuqur anglash, fikrning tub mazmuniga yetib xisqxayajon bilan aytilgan xar bir jonli so‘z badiiy so‘zga aylanib ketishi mumkin. Agar «1941» yoki «1991» degan iborani shunday aytib o‘tsak, u quruq raqamning o‘zi bo‘lib qoladi. Lekin ko‘z oldimizga urushning boshlanishini keltirib, daxshatli voqealarni xis qilib, mantiq talab qiladigan damli kayfiyatda, ma‘noli «ming... to‘qqiz yuz.... qirq bir...» desak bu so‘z badiiy-emotsional ta‘sir etadi. Shunday qilib, oddiy so‘z badiiy so‘zga aylanib ketishi uchun undagi fikriy mantiq xis qilinib, ijro etilishi kerak.

MATBUOT VOSITALARI. Ma‘lumki, ma‘daniy-ma‘rifiy tadbirlarga axoli yangi, ularga xali ma‘lum bo‘lmagan va qiziqarli voqealardan xabardor bo‘lgani uchun keladi. Bu ishda matbuot vositalari, ya‘ni yangi gazeta, jurnallar, ayniqsa, kitoblar bitmas tuganmas manba bo‘lishi mumkin.

Matbuot eng asosiy axborot tarqatuvchi va saqlovchi vositadir. Shunday ekan tadbir tayyorlovchilar tadbirning mazmunini boyitish uchun ularga xar doim murojaat qilmog‘i lozim. Tadbirlarda ko‘proq tomoshabinlarning nazariga tushmagan materiallardan foydalanishga xarakat qilish kerak.

MUSIQA. Madaniy-ma‘rifiy tadbirlarda musiqa yetakchi o‘rinlardan birini egallaydi. Tadbirlarda musiqadan 2 xil variantlarda foydalanish mumkin.

1. Tadbirning aloxida nomeri sifatida.

2. Tadbirlarda aks etilayotgan voqealarning ta'sirini oshirish uchun qo'shimcha vosita (musiqaviy fon) sifatida, 1-variantda badiiy xavaskorlik jamoalarining tayyor yoki maxsus tayyorlangan nomeridan foydalaniladi. Bunday paytda nomer tadbir mazmuni va mavzuiga mos ravishda epizodning tarkibiy qismiga aylanib ketmog'i kerak. Masalan, xotin-qizlar bayramiga bag'ishlangan tadbirlarda onalarga bag'ishlangan. «Onajonlar, assalom» qo'shig'i ijro etiladi. Bu qo'shiq aloxida nomer sifatida beriladi. Musiqadan foydalanishning bu varianti tadbirlarda juda keng qo'llanilib, she'r o'qilayotganda xam, kino lavxalar ko'rsatilayotgan xam drammatik parchalar ko'rsatilayotganda xam bu vositalarning ta'sirchanligini oshirish mag'sadida xizmat qiladi.

Musiqqa, asosan tadbir ta'sirini kuchaytiruvchi vosita sifatida xam ishlatilib, aytilayotgan fikrning nozik kechinmalarini ommaga yetkazib berishga xizmat qiladi.

DRAMMATIK PARCHALAR. San'atning bu turi boshqa badiiy asarlardan farq qilib, unda g'oyalar kurashi, qarama-qarshi kuchlar to'qlashuvi, konfliktlar yorqinroq, oydinroq yoritiladi. Shuning uchun teatrlashtirilgan tadbirlarda mazmun rivojiga qarab, drammatik parchalardan keng foydalaniladi.

Tadbirlarda drammatik parchalardan foydalanishning 2 xil usuli bor:

1. Tayyor asarlardan olingan parchalar
2. Stsenaristning o'zi tadbir uchun maxsus yozgan drammatik epizodlar.

Teatrlashtirishda faqatgina p'esalardan parchalar olinishi bilan kifolanib qolmasdan, kecha yo'nalishiga qarab, badiiy adabiyotlardan xam parchalar olinishi mumkin.

Drammatik parchalardan foydalanishning 2-usuli xam keyingi paytda keng qo'llanilmoqda. Tadbirning asosiy vazifalaridan biri maxalliy voqealarni aks ettirish bo'lgani uchun, stsenariy mualliflari joylarda bo'lgan voqealarni kichik drammatik lavxa shakliga keltirib, undan samarali foydalanmoqda.

Tajribada shuni ko'rsatmoqdaki, qishloq axolisida madaniy-ma'rifiy tadbirlarga bo'lgan qiziqishning sabablaridan biri bu maxalliy faktlarni, voqealarni

instsenirovka shaklida ko'rsatishdir. Ayniqsa maxalliy voqealar asosida yozilgan intermediyalar axoliga manzur bo'lmoqda.

Shuni unutmaslik kerakki, barcha saxna asarlaridan, psalardan olingan drammatik parchalar yoki badiiy adabiyotlar asosida qilingan kichik instsenirovkalar yoki maxsus stsenariy uchun yozilgan lavxalardan foydalanish-tadbir mazmunining rivojiga yordam bermog'i kerak.

KINOLAVXA- badiiy yoki xujjatli filmlardan olinib, tadbir tashkilotchilariga keng imkoniyatlar yaratadi.

Kinoning «sexrli kuchi» shundan iboratki, u bo'lib o'tgan voqealarni xaqqoniy tasvirlaydi va jonli aks ettiradi. U tarixiy voqealarning guvoxi sifatida xizmat qiladi. Ulardan foydalanish tadbirlarning mazmunini boyitadi, voqealikning xaqqoniy obrazini ko'rgazmali gavdalandiradi. Asosan, kinolavxalardan foydalanish tadbir stsenariysi yozilyotganda rivojlantiriladi va tanlanadi. Ko'pgina tadbirlarda filmlardan olingan lavxalarning o'zi yaxlit bir epizodni tashkil qilishi mumkin. Ba'zida kinolavxalar boshqa vositalar, ya'ni jonli va badiiy so'z, qo'shiqlar bilan parallel aks ettiriladi.

TEXNIK VOSITALAR. Xozirgi kunda madaniy-ma'rifiy ishlarni, jumladan madaniy-ma'rifiy tadbirlarni texnik vositalarsiz tasavvur etib bo'lmaydi. Chunki tadbir maxsus nur bilan bezatilmasa, tashkil qilinayotgan tadbir shakli ko'rimsiz va kambag'al bo'lib qoladi.

Texnik vositalarning yana bir vazifasi saxnaga xar xil ranglar berish, proyeksion tasvirlar tushirib, tadbirni go'zallashtirish va badiiy-g'oyafiy bezashdan iboratdir.

Madaniy-ma'rifiy tadbirlarda foydalaniladigan texnik vositalar, asosan, 2 guruxga bo'linadi:

1. Nurli-proyeksion apparatlar
2. Ovozli texnik vositalar

Nurli-proyeksion apparatlar tomoshabinlarning kayfiyatini ko'tarishda, ularning diqqatini tadbir voqealarining kerakli tomoniga jalb qilishda muxim rol oynaydi. Proyeksion apparatlar yordamida saxnaning to'riga, ya'ni ekranga

hohlagan kattalikda tasvir tushirish mumkin. Ovozli texnik vositalarga ovozlarni yozadigan va tarqatadigan apparatlar, ya'ni magnitafon, diktafon, radio, audio, video apparaturalar, mikrafon va ovoz kuchaytirgichlar kiradi. Ular kerakli ovozlarni, shovqin-suronlarni, musiqa, ashula va nutqlarni oldindan yozib olib, ularni tadbirda eshittirish uchun yaxshi imkoniyatlar yaratib beradi.

KO'RGAZMALI VOSITALAR. Tadbirlarda ko'rgazmali vositalardan foydalanish o'ziga xos xususiyatlarga ega. U tadbir mazmunining yaxshiroq yoritilishiga yordam beradi, tomoshabinning kayfiyatini ko'taradi va taassurotlarini boyitadi. Ko'rgazmali vositalardan madaniy-ma'rifiy tadbirlarning barchasida foydalaniladi.

Tomoshabinning bo'lajak tadbir bilan ilk bor tanishtiruvchi ko'rgazmali vosita-bu afishalar va taklifnomalardir. E'lonlarda faqat tadbir bo'lishi xaqidagi xabarning o'zinigina yozib qoyish kifoya qilmaydi, balki uning tuzilishiga qarab, ko'rgazmali bezash xam lozim, she'rlar yozish mumkin. Bu tomoshabinning tadbirga qiziqishini oshiradi. Ko'rgazmalar tadbir mazmuniga to'g'ri kelishi kerak.

Yuqoridagilardan tashqari yana madaniy-ma'rifiy faoliyat tadbirlarida xalq ijodidan ham foydalaniladi.

Xalq ijodi mehnatkash xalq ommasi tomonidan yaratilib, og'izdan og'izga, avloddan avlodga, ustozdan shogirdga o'tib tobora takomillashtirib, sayqal topib taraqqiy etgan ijod mahsulidir. Unda xalqning mehnat faoliyati, ijtimoiy va maishiy hayoti, turmushi, tabiat haqidagi tushunchalari, madaniyati, e'tiqodi, orzu-istaklari, xis-tuyg'ulari va tafakkurining boy olami, baxtli va adolatli zamon haqidagi oylari o'z ifodasini topadi.

O'zaro chambarsas bog'liq bo'lgan xalq ijodini mutaxassislar shartli ravishda quyidagi turlarga bo'ladilar:

- 1). Xalq og'zaki ijodi;
- 2). Xalq musiqasi, folklor musiqasi;
- 3). Xalq raqs san'ati;
- 4). Xalq teatri;

Madaniy-ma'rifiy tadbirlarda xalq og'zaki ijodi janrlarida foydalanish muxim ahamiyatga ega. Stsenariylarda «so'z ko'rki-maqol» dan, xalq donishmandligi hisoblangan afsona va rivoyatlardan foydalanish tadbir «tili» ni boyitadi, ta'sirchanligini oshiradi.

Latifa, lof, askiya tadbirlarning qiziqarliligini oshiradi, mazmunini mustaxkamlaydi, tomoshabinlarni aktivlashtiradi. Topishmoqlar tadbir ijrochilari bilan auditoriya o'rtasida «jonli» aloqa o'rnatishga yaxshi imkoniyat beradi. Ayniqsa bolalar uchun tayyorlangan tadbirlarda erkak va dostonlar qaxramonlari ularni g'oyaviy-estetik tarbiyalashda muxim rol bajaradi. Masalan, Alpomish, Go'ro'g'li, Zumrad, Kenja botir...

Xalq musiqa folklori-iste'dodli xalq ijrochilari-sozanda, xofiz oshiq, oqin, baxshi, xalfalar tomonidan qo'shiqlari muxim o'rin tutadi. Inson xayotining boshlanishidan to so'nggi xotimasigacha bo'ladigan xar bir marosim, toy bayram va boshqa voqealarda ijro etiladigan qo'shiqlar mavjud. Jumladan, bola tug'ilishi, tarbiyalanishi, ilk bor sochini oldirishi, tishi chiqishi birinchi mustaqil qadam tashlashi marosimga bag'ishlangan qo'shiqlar, nikox toylarida aytiladigan yor-yor. Lapar, o'lanlar, motam marosimlarida aytiladigan marsiya, yig'iq yo'qlov kabi aza qo'shiqlar oilaviy tadbirlarning muxim xalqining tabiat va mehnat bayramlari xam maxsus ijro etiladigan qo'shiqlarsiz o'tmagan. Madaniy-ma'rifiy faoliyat shakllarini tayyorlashda har bir tadbirga mos xalq qo'shiqlarini izlab topmoq va ulardan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi.

Xalq raqs san'ati-voqealikni harakatlar orqali tasvir etadigan ijod turidir. O'zbek xalqida raqs san'ati ashula va musiqa bilan chambarchas bog'lanib ketgan va shu an'ana hozirgacha davom etmoqda. Hozirgi kunda respublikamiz badiiy xavaskorlik ijodining eng rivojlangan janri-bu ashula va raqs ansambllaridir. Xalq raqs san'atidan vosita sifatida madaniy-ma'rifiy tadbirlarda foydalanish katta ahamiyatga ega.

Xalq teatri san'ati-asosan, so'z va harakat san'atidan tashkil topgan. U qadimdan o'zida qo'shiq, musiqa, qiziqchilik, akrobatika, nayrangbozlik, ko'zboylag'ichlik kabi elementlarni birlashtirgan. Dastlabki paytlarda u ovchilik,

dexqonchilikda uchraydigan voqealarni obrazli harakatlar (oyinlar) orqali tasvirlash asosida vujudga kelgan va xalq bayramlari marosimlarida rivojlanib, xalq teatr san'ati darajasiga ko'tarilgan. Jamiyat taraqqiyoti davomida xalq teatr san'ati ijrochilari bir necha soxalar boyicha mutaxassislasha borishgan. O'zbek an'anaviy xalq teatrining quyidagi asosiy turlari shakllangan:

1. Masxarabozlik va qiziqchilik.
2. Dorbozlik, nayrangbozlik (tsirk san'ati).
3. Qo'g'irchoqbozlik.

Keyingi vaqtlarda darbozlik va masxarabozlik san'atiga qiziqish ortib bormoqda. Ko'proq unga yoshlar jalb etilmoqda. Tomosha repertuarlarining rang-barangligi, ijrochilarning maxorati ortayotganligi quvonarli xoldir.

Ijtimoiy-madaniy faoliyat ko'p qirrali faoliyat bo'lgani uchun unda juda ko'p usullardan foydalaniladi.

Ijtimoiy-madaniy faoliyat-bu tarbiyaviy, ma'rifiy, ijodiy va dam olish ishlarining o'ziga xos birlashuvi natijasida vujudga keladi. Shunday qilib madaniy-ma'rifiy faoliyatda foydalanadigan usullar quyidagilar:

1. Tarbiyaviy usullar.
2. Ma'rifiy usullar.
3. Hordiq chiqarish va ijodiy jarayonni tashkil qilish usullari (buni faollashtirish usuli deyish xam mumkin).
4. Tashkiliy usullar.

I. TARBIYAVIY USULLAR - Ijtimoiy-madaniy faoliyat, eng avvalo, tarbiyaviy jarayon bo'lgani uchun ularda pedagogikaga oid tarbiyaviy usullardan foydalanish qonuniydir. Lekin bu ularni to'g'ridan-to'g'ri, ko'r-ko'rona qo'llash, degan gap emas. Tarbiyaviy usul quyidagi turlarga bo'linadi: ishontirish usuli, namuna ko'rsatish, taqdirlash, tandiq qilish usulilari.

ISHONTIRISH USULining asosiy vazifasi auditoriyaga ta'sir ko'rsatishdir. Buning uchun tadbirning mazmunini ishonarli xaqqoniy qilib, tuzish kerak. Omma tashkilotchilarining fikriga qo'shila olmasa, berilgan ma'lumotlarga ishonmasa, u xolda tadbirning maqsadi amalga oshmaydi. Bunga yo'l qoymaslik

uchun tadbirda xaqqoniy, mantiqli, ishonarli va qiziqarli xujjatlardan manbaalardan foydalanish kerak. Tadbir mazmuni ishonarli bo'lgani uchun uni umumiy lashtirilgan badiiy to'qima asosida vujudga keltirmasdan, balki real xayotda bo'lib o'tayotgan xaqqoniy va xujjatli materiallar asosida tuzish lozim.

NAMUNA USULI orqali mustaqil yurtimizning eng yaxshi fazilatlari tarannum etiladi. Yaxshi o'qiyotgan. Yaxshi ishlayotgan namuna ko'rsatayotganlardan o'rnak olishga undaydi.

TAQDIRLASH USULI- madaniy-ma'rifiy tadbirlarning asosiy vositalaridan biri shundaki, ular kishilarni ma'naviy taqdirlaydi. Masalan, tadbirlarda g'oliblarni faxriy yorliqlar, maqto'v qog'ozlari, kitoblar va boshqa qimmatbaxo buyumlar bilan manfaatdor bo'lishga, yaxshiroq ishlashga, xalqqa halol xizmat qilishga undaydi.

TANQID QILISH USULI, pedagogikada bu usul jazolash deb xam yuritiladi. Jazolash usuli muntazam ishlaydigan jamoalarda: ishlab chiqarishda, o'quv yurtlarda qo'llaniladi. Madaniy-ma'rifiy tadbirlar vaqtincha yig'ilgan auditoriya bo'lgani uchun unda tanqid qilish usulidan o'zigan xos yo'l bilan foydalaniladi. Tanqid ob'ektiga xayotning rivojiga xalaqit beruvchi barcha «Salbiy qaxramonlar» kirishi mumkin. Tadbirlarda ularning satira va yumor orqali tanqid qilinishi ularning omma orasida fosh etilishi, 1-dan, ularni o'zi xaqida chuqur oylashga olib keladi, 2-dan, kishilari bundaylarga qarshi kurashishiga undaydi.

II. MA'RIFIY USULLAR-Madaniy-ma'rifiy tadbirlarning asosiy vazifalaridan biri ommaga yangi axborot va bilim berishdan iboratdir. Tadbirlarda keng qo'llanilishi mumkin bo'lgan ma'rifiy usullar- bu bayon etish, o'rganish va namoyish qilishdir.

BAYON ETISH USULIning asosiy maqsadi shundan iboratki, u tadbirning g'oyasi, mazmuni, axborot va faktorlarni auditoriyaga jonli so'z orqali bayon qilish shaklida yetkazib beradi. Ommaviy tadbirlar tarkibida ko'pincha shunday faktlar va ma'lumotlar bo'ladiki, ular batafsil tushuntirishni talab qiladi. Xuddi shunday daqiqalarda bayon etish katta yordam beradi. Bu usul yordamitda

ma'lumotlarning mohiyati ochiladi, xususiyatlari yoritiladi va to'liq bilim beriladi. Bu usul ko'proq mavzuli kechalarda ko'proq qo'llaniladi.

NAMOYISH QILISH USULI tadbir mazmunidagi voqealarning obrazli tasvirini ko'rgamali shaklda auditoriyaga yetkazishga yordam beradi. Namoyish qilish usuli, asosan ta'sirchan vositalar orqali bajarilib, unda voqealar yoki kecha qaxramonlarining xayotiga oid ma'lumotlar xujjatli, real aks ettiriladi.

III. XORDIQ CHIQRISH VA IJODIY JARAYONGA Qo'SHILISH, YA'NI FAOLLASHTIRISH USULLARI. Ma'lumki, madaniy-ma'rifiy tadbirlar ommaning ishdan bo'sh, dam olish vaqtida ijodiy jarayonga qo'shilishi natijasida vujudga keladi.

Hordiq chiqarish va ijodiy jarayonga qo'shilish usulida ommani aktivlashtirish mushim o'rin egallaydi. Buning uchun tadbir qatnashchilaridan intervyu olish ular bilan savol-javob uyushtirish, ba'zilarini so'zga chiqarib, fikrini bilish, viktorina uyushtirish kabilarni bajarish mumkin.

Ba'zan sahnaviy harakatlarni zal, omma ichiga ko'chirish xam auditoriyani aktivlashtirishga ko'maklashadi. Ommani tadbir qatnashchisiga aylantirish uchun boshqa barcha usullardan samarali foydalanish bilan birga maxsus holatlardan foydaanish ko'zda tutiladi. Masalan, auditoriya ichida ashula aytish, ommaviy raqslar tashkil qilish, xalq oyinlaridan foydalanish, umumiy qarorlar qabul qilish va boshqa xolatlar, so'zsiz auditoriyani tadbir qatnashchisiga aylantirib yuboradi.

IV. TASHKILIY USUL illyustratsiyalashtirish va teatrlashtirish usullari orqali amalga oshiriladi.

ILLYUSTRATSIYALASHTIRISH USULI - bu boshqaruvchining so'z mazmuniga va maqsadiga mos keladigan turli-tuman badiiy va san'at vositalaridan foydalanishdir. Bu usulda asosiy urg'u jonli so'zga uni kuchaytirish va to'ldirish uchun xizmat qiladi. Musiqa, qo'shiq, raqs she'r, monolog, kinolavxalardan ilmostratsiya sifatida foydalaniladi. Bu usul asosida tayyorlangan tadbirlarda ko'pincha yagona syujet liniyasi bo'lishi shart emas. Chunki tadbirdagi qismlar bir-birlari bilan mexanik birlashib ketadi.

Illyustratsiyalashtirish usulida boshqaruvchi ma'lum mavzular xaqida so'z yuritadi, nutqining mazmuni ko'rgazmali va jonli bo'lgani uchun bayon etilgan voqealarga oid kinolavxalar ko'rsatiladi. Nutq mazmuni tasviriy lavxalar bilan boyitiladi. Bu usul madaniy-ma'rifiy tadbirlardan mavzuli kechalarda, badiiy kompozitsiyalarda keng qo'llaniladi. Illyustratsiyalashtirish usuli orqali sof tarqibot-tashviqot ish shakllari badiiylashtirilgan tadbirga aylanib ketadi.

TEATRLASHTIRISH USULI - alohida maqsadga qaratilgan, badiiy obrazli tashkil etilgan, teatr qonunlari asosida, drammaturgiya talablariga javob bera oladigan tadbirlarda mo'z ifodasini topadi. Bunda tadbir jarayonida qo'llaniladigan barcha g'oyaviy emotsional vositalar xamda og'zaki chiqishlar kompleks tarzda birlashadi. Va yagona syujet tizimini vujudga keltiradi.

Teatrlashtirish usuli alohida maqsadga qaratilgan, badiiy obrazli tashkil etilgan, teatr qonuniyatlari asosida, drammaturgiya talablariga javob bera oladigan tadbirlarda o'z ifodasini topadi. Bunda tadbir jarayonida qo'llaniladigan barcha g'oyaviy emotsional vositalar xamda og'zaki chiqishlar kompleks tarzda birlashadi va yagona syujet liniyasini vujudga keltiradi.

Teatrlashtirish usulida quyidagi talablarga rioya qilish kerak:

1. Teatrlashtirilgan tadbirlarda, eng avvalo, yagona g'oyaviy-badiiy syujet va kompozitsion tuzilish bo'lishi kerak. U kompozitsion tuzilish-muqaddima, asosiy voqea, tugun voqealar rivoji, kulminatsiya va final kabi qismlardan iborat bo'lishi kerak.

2. Teatrlashtirilgan tadbirda foydalanadigan vositalar aloxida ajralib qolmasdan syujetga singib ketishi, uning rivojlanishiga yordam berish lozim. Shuning uchun unda syujet mazmuniga qarab kerakli ta'sirli vositalar mantiqan tanlanadi.

3. Teatrlashtirilgan tadbirlarga real qaxramon obrazli yoki badiiy asarlardan olingan obrazlar kiritilishi maqsadga muvofiqdir.

4. Teatrlashtirilgan shakllarda omma oddiy tomoshabin emas. Balki tadbir qatnashchisiga ketishi kerak.

Shuni ta'kidlash kerakki, ilmostratsiyalashtirish usulini xam, teatrlashtirish usulini xam shoxlagan shaklga nisbatan ishlatib bo'lmaydi. Har bir usulning o'zi talab qiladigan tadbirlari bor. Masalan, ilmostratsiyalashtirish usulini ommaviy bayramlarga qo'llash yaxshi natija bermaydi, leksiya yoki suxbatni teatrlashtirishning xojati bo'lmasa kerak. Shundan kelib chiqib aytish mumkinki, ilmostratsiyalashtirish usulidan tashkil tashkil qilishi oson, har kuni foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Teatrlashtirish usulini buyuk sanalarga va bayramlarga bag'ishlangan tadbirlarda qo'llash lozim.

Yuqorida qayd qilingan ijtimoiy madaniy faoliyatning usul vositalari, shakllari, tamoyillari va xususiyatlari orqali "Zamon qahramoni" obrazini targ'ib qilish maqsadga muvofiqdir.

Jumladan;

- Ijtimoiy-madaniy faoliyatning yana bir xususiyati ular, asosan, maxalliy axoli uchun, ularning real hayotidan olingan materiallar asosida tuziladi. Tadbirlarning bosh kahramoni sifatida muayyan joyda mexnat kilib, maxalliy axoli orasida namuna bulayotgan kishilar namoyon buladi. Masalan, «Xotira va kadrlash kuni»ga bagishlangan bayramni olaylik. Bunda maxalliy joyda yashaydigan urush katnashchilari, mexnat faxriylarining kursatgan jasoratlariga asosiy urgu berilishi kerak.

- NAMUNA USULI orqali mustaqil yurtimizning eng yaxshi fazilatlari tarannum etiladi. Yaxshi o'qiyotgan. Yaxshi ishlayotgan namuna ko'rsatayotganlardan o'rnak olishga undaydi.

- «zamonamiz qahramoni» obrazini hududdagi real shaxslar timsolida yaratish orqali ibrat omilini keng targ'ib etish;

- TANQID QILISH USULI, pedagogikada bu usul jazolash deb xam yuritiladi. Jazolash usuli muntazam ishlaydigan jamoalarda: ishlab chiqarishda, o'quv yurtlarda qo'llaniladi. Madaniy-ma'rifiy tadbirlar vaqtincha yig'ilgan auditoriya bo'lgani uchun unda tanqid qilish usulidan o'zigan xos yo'l bilan foydalaniladi. Tanqid ob'ektiga xayotning rivojiga xalaqit beruvchi barcha

«Salbiy qaxramonlar» kirishi mumkin. Tadbirlarda ularning satira va yumor orqali tanqid qilinishi ularning omma orasida fosh etilishi, birinchidan, ularni o'zi xaqida chuqur oylashga olib keladi, ikkinchidan, kishilari bundaylarga qarshi kurashishiga undaydi.

II BOB Ijtimoiy-madaniy faoliyatni amalga oshirishda ommaviy axborot vositalarining roli.

2.1.O‘zbekistonda ommaviy axborot vositalarining huquqiy asoslari.

Matbuot va umuman OAV sohasini, uning jamiyat ma’naviy hayotini yanada yuksaltirishda tutgan o‘rnini kengroq tasavvur etish uchun OAV sohasiga oid qonunlarni ham puxta bilish maqsadga muvofiqdir. Endilikda bu borada ham huquqiy madaniyat yuksala boshladi. Bugun OAV faoliyatini qonunlarsiz tasavvur etib bo‘lmaydi. Avvalo, O‘zbekiston Respublikasining Konstitusiyasida OAVning huquqiy kafolati belgilab qo‘yilgan.

O‘zbekiston Respublikasining “Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to‘g‘risida”gi qonunini (1996 yil) e’tibor bilan mutolaa qilgan har bir ijodkorning avvalo huquqiy saviyasi yuksalishi, o‘zining qanchalik qonuniy muhofaza etilganini dildan anglab yetishi shubhasiz. Qonunda avvalo muallif, yozuv, ijrochi, e’lon qilish, manzarali-amaliy san’at asarlari, fonogramma, asar nusxasi va sohaga oid boshqa muhim omillar to‘g‘risida aniq tushuncha beriladi¹.

O‘zbekiston Respublikasining “Noshirlik faoliyati to‘g‘risida”gi qonunida (1996 yil) bu sohaning huquqiy asoslari, chunonchi, muassis va noshirning huquqlari, burchlari hamda majburiyatlari belgilab qo‘yilgan.

O‘zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi qonuni (1997 yilda qabul qilinib, 2007 yilda yangi tahriri kuchga kirdi) OAVning huquqiy kafolatlarini belgilashda tom ma’noda huquqiy asos hisoblanadi².

Bu qonun huquqiy demokratik jamiyat uchun naqadar zarur va muhimligini izohlashga hojat yo‘q. Qonunda avvalo ommaviy axborot vositalarining huquqiy kafolatlari nimalardan iborat, degan savollarga batafsil javob topasiz. YA’ni, gazetalar, jurnallar, axborotnomalar, byulletenlar, axborot agentliklari, televideniye (kabelli, efir-kabelli televideniye) va radioeshittirishlar,

¹ Qarang: O‘zbekiston Respublikasining ommaviy axborot vositalari to‘g‘risidagi qonunchilik hujjatlari. –T.: O‘zbekiston, 2007. – 23-40 b.

² Qarang: O‘zbekiston Respublikasining ommaviy axborot vositalari to‘g‘risidagi qonunchilik hujjatlari. – T.:O‘zbekiston, 2007. – 4-22 b.

hujjatli kino, elektron axborot tizimi, shuningdek, doimiy nomga ega bo'lgan, davlat tasarrufidagi, mustaqil va boshqa davriy nashrlar ham huquqiy kafolatlanganini to'g'ri anglamoq joiz.

So'z erkinligi, OAV tili, tahririyati, tahririyat xodimi, jurnalist tekshiruv, axborot manbaini oshkor etmaslik kabi bu soha faoliyati bilan uzviy bog'liq tushunchalar qonuniy tus olgani g'oyat muhimdir. Bular matbuotning "To'rtinchi hokimiyat" darajasiga ko'tarilishi uchun huquqiy zamin yaratishi shakshubhasizdir.

Qonun amalga kiritilishi asnosida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qator qarorlar qabul qildi. Jumladan, 2006 yil 11 oktabrdagi "O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibini yanada takomillashtirish to'g'risida", 2007 yil 2 apreldagi "O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi to'g'risidagi Nizomga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqida"gi qarorlar¹ soha huquqiy poydevorini yanada mustahkamlashga xizmat qiladi. Zero, ana shu muhim hujjatlar asosida so'nggi yillarda tarmoq nashrlari, nodavlat notijorat tashkilotlarning gazeta-jurnallari, hatto xususiy gazeta va jurnallar, nodavlat, kabelli televideniye va radiostudiyalar tashkil etildi.

Matbuotning "To'rtinchi hokimiyat" darajasiga ko'tarilishi jamiyatda milliy ma'naviyatning yanada yuksak darajaga ko'tarilishiga xizmat qilishi shubhasiz. Bunday yuksak ma'naviyat tom ma'noda yengilmas kuchga aylanaveradi.

Jurnalist eng murakkab sharoitlarda ham axborot olish va tarqatishdek murakkab vazifani ado etadi. O'zbekiston Respublikasining "Jurnalistlik faoliyatini himoya qilish to'g'risida"gi qonuni (1997 yil) jurnalistlik faoliyati bilan bog'liq holda yuzaga keladigan munosabatlarni tartibga soladi, jurnalistning huquq va majburiyatlarini belgilaydi, unga huquqiy kafolatlar beradi. Mazkur qonunda jurnalist o'zi kim, uning huquqlari, majburiyatlari nimalardan iborat, jurnalist

¹ Qarang: O'zbekiston Respublikasining ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonunchilik hujjatlari. – T.: O'zbekiston, 2007. – 4-22 b.

tekshiruvni qanday amalga oshiriladi kabi va boshqa qator savollarga to'laonli javob beriladi.

O'zbekiston Respublikasining "Axborot olish kafolatlari va erkinligi to'g'risida"gi qonunida (1997 yil) har kimning axborotni erkin va moneliksiz izlash, olish, tadqiq etish, uzatish, tarqatishga doir huquqini amalga oshirish jarayonida yuzaga keladigan munosabatlar belgilangan edi.

O'zbekiston Respublikasining "Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida"gi qonuni (2002 yil) esa har kimning axborotni erkin va moneliksiz izlash, olish, tekshirish, tarqatish, foydalanish va saqlash huquqlari ro'yobga chiqarilishini kafolatlaydi. Unda axborotning muhofaza qilinishi, shaxs, jamiyat va davlatning axborot borasidagi xavfsizligini ta'minlash, axborot, axborot mulkdori, axborotni muhofaza etish, axborot resurslari, axborot sohasi, axborot borasidagi xavfsizlik, axborot egasi, maxfiy axborot, ommaviy axborot va hokazolar haqida tushunchalar ham berilgan. Bu qonunning mohiyatini to'la anglagan jurnalist axborot olish va tarqatish borasida ko'zlagan maqsadiga erishishi mumkin.

2007 yilda 15 yanvarda **«Ommaviy axborot vositalari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonuniga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish haqida** O'zbekiston Respublikasining Qonuni yangi tahrirda qabul qilindi.

Ushbu qonun 6 bob 40 moddadan iborat. Ushbu Qonunning maqsadi ommaviy axborot vositalarining tashkil etilishi, faoliyat ko'rsatishi va faoliyatining tugatilishi sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat.

Ommaviy axborotni davriy tarqatishning doimiy nomga ega bo'lgan hamda bosma tarzda (gazetalar, jurnallar, axborotnomalar, byulletenlar va boshqalar) va (yoki) elektron tarzda (tele-, radio-, video, kinoxronikal dasturlar, umumfoydalanishdagi telekommunikatsiya tarmoqlaridagi veb saytlar) olti oyda kamida bir marta nashr etiladigan yoki efirga beriladigan (bundan buyon matnda chiqariladigan deb yuritiladi) shakli hamda ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa shakllari ommaviy axborot vositasidir.

O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalari o'z faoliyatini «Davlat tili haqida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonuniga muvofiq amalga oshiradi.

Qonunning II bobi Ommaviy axborot vositalarini tashkil etish deb nomlanib, Ommaviy axborot vositasini ta'sis etish huquqi, ta'sis hujjatlari, ta'sis shartnomasi, tahririyat ustavi (nizomi), muassis va tahririyat o'rtasidagi shartnoma, muassisning huquqlari, muassisning majburiyatlari kabi masalalar tartibi belgilab berilgan.

2.1.Ommaviy axborot vositalarida madaniy-ma'rifiy faoliyat masalalarining yoritilishi tahlili.

Milliy matbuot tamal toshini fidoyi jadidlar qo'yganlari ayni haqiqat. Bu borada "tariximizning qaysi davrini olmaylik, yurtimizda ilmu ma'rifat va yuksak ma'naviyatga intilish hech qachon to'xtamaganini, xalqimiz dahosining o'lmas timsoli sifatida eng og'ir va murakkab davrlarda ham yaqqol namoyon bo'lib kelganini ko'rishimiz mumkin,- deb yozgan jurnalist va pedagog SH.Mirolimov. Masalan, chorizm mustamlakasi davrida ma'rifat g'oyasini baland ko'tarib chiqqan jadid bobolarimizning faoliyati bunga yana bir yorqin misol bo'la oladi. Mahmudxo'ja Behbudiy, Munavvarqori, Abdulla Avloniy, Ishoqxon Ibrat, Abdurauf Fitrat, Abdulla Qodiriy, Abdulhamid Cho'lpon, Usmon Nosir kabi yuzlab ma'rifatparvar, fidoyi insonlarning o'z shaxsiy manfaati, huzur-halovatidan kechib, el-ulus manfaati, yurtimizni taraqqiy toptirish maqsadida amalga oshirgan ezgu ishlari avlodlar xotirasidan aslo o'chmaydi"¹. Ularning o'tgan asr boshlarida asos solgan gazeta-jurnallari keyinchalik milliy matbuot rivojida muhim o'rin egalladi.

Yuksak ma'naviyatning asl targ'ibotchisi va tashviqotchisi bo'lmish milliy matbuot va ommaviy axborot vositalari haqida so'z borar ekan, ularning qisqacha tarixi, yo'nalishlari va mustaqillik davridagi rivoji haqida ham to'xtalib o'tish maqsadga muvofiqdir.

Gazeta. Gazeta matbuotning eng qadimgi turidir. Jamiyat taraqqiy etishi kishilarning informatsiyaga bo'lgan talabini oshirdi. Qog'oz ixtiro qilingach, yozilishi va tarqatilishi qulay qo'lyozma varaqalarning kelib chiqishiga sabab bo'ldi. XVI asrda dengiz yo'llari tutashgan, savdo-sodiq rivojlangan Venetsiyada ham narx-navo, kemalar qatnovi jadvali va boshqa zarur yangiliklar bitilgan varaqalar chiqarilib, o'sha paytda muomalada bo'lgan "gazette" deb ataluvchi kumush tangaga sotilgani uchun "gazeta" nomini olgan². Keyinroq gazeta -

¹ Karimov I.A. Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch. –T.: Ma'naviyat, 2008. – 132-133 b.

² Qarang: Xudoyqulov M. Jurnalistika va publitsistika. (O'quv qo'llanma). –T.: Universitet, 2008. – 59 b.

ommaviy axborot vositalarining asosiy turlaridan biri sifatida ommalashgan. U jamiyatning shu kundagi siyosiy-iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy-ma'rifiy hayotini yoritadi, shu kunning tarixini to'laligicha aks ettiradi. U o'quvchiga dunyoni bildiradi, uning ongini oshiradi, ma'naviy oziq beradi, ijtimoiy faoliyatini yo'naltiradi va faollashtiradi. Shuning uchun ham gazeta matbuotning asosiy o'zagi hisoblanadi.

XX asr boshlarida Turkistonda vujudga kelgan taraqqiyparvar jadidchilik harakatining namoyondalari o'zlarining ma'rifatparvarlik g'oyalarini xalqqa yetkazish uchun "Taraqqiy", "Xurshid", "Sadoyi Turkiston", "Sadoyi Farg'ona", "Samarqand" kabi gazetalarni nashr etganlar. Bu gazetalarning boshida M.Behbudiy, M.Abdurashidxonov, A.Avloniy, Fitrat, Cho'lpon singari buyuk siymolar turganlar.

Mustaqillik sharofati bilan o'zbek gazetachiligi ham son, ham sifat jihatidan o'sdi. Hozirga kelib respublikada 712 nomda gazeta nashr etilmoqda.

Jurnal. Mohiyatan gazeta bilan yonma-yon turuvchi matbuotning yana bir turi – jurnal deb ataladi. Jurnal fransuzcha – "kundalik" degan ma'noni bildiradi. Jurnal ommaga keng jabhada va boy ma'naviy ozuqa yetkazib beradi, ijtimoiy borliq bilan ijtimoiy ong o'rtasida mutanosiblikni chuqurlashtiradi, inson aqlu tafakkurining yanada o'sishi yo'lida xizmat qiladi.

Turkistonda ilk milliy jurnallar XX asr boshlarida paydo bo'ldi. 1913 yilda Mahmudxo'ja Behbudiy tomonidan Samarqandda chiqarilgan "Oyina" jurnali ommaga ilm-ma'rifat, taraqqiyot g'oyalarini keng yoydi, qoloqlik va jaholatga qarshi kurashdi.

O'tgan asrning birinchi choragidan buyon yurtimizda "Yer yuzi", "Mushtum" keyinchalik "Sharq yulduzi", "Guliston", "Yoshlik" kabi ko'plab jurnallar paydo bo'ldi. Yurtimiz istiqlolga erishganidan buyon "Tafakkur", "Jahon adabiyoti", "Fan va turmush", "Saodat", "Sanam", "Gulxan", "Yosh kuch", "Sog'lom avlod uchun" singari ko'plab ijtimoiy-siyosiy, ilmiy-ommabop, adabiy-badiiy, san'atga oid, hajviy, suratli, tarmoq, yoshlar, xotin-qizlar jurnallari nashr etilmoqda.

Matbuotning jamoatchilik fikri ifodachisi bo'lish qonuniyati ko'proq jurnallarga taalluqlidir. Jurnallar jamiyat hayotining siyosiy-iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy-ma'naviy hayotining qator masalalari, muammolari bo'yicha jamoatchilik fikrini shakllantiradi.

Radio. XIX asrning oxiri va XX asrning boshlarida ommaviy axborot vositalari qatoriga radio kirib keldi. Radio, yunoncha – “nur tarataman” degan ma'noni anglatadi. Bu o'rinda uning elektromagnit to'lqinlari orqali ovozni uzoq masofaga va katta hududga simsiz tarqatish xususiyatiga ega. Radio rus olimi A.S.Popov tomonidan kashf etilgan va 1895 yil 7 mayda sinovdan muvaffaqiyatli o'tkazilgan.

Toshkentda birinchi radioeshittirish 1927 yilning 11 fevralida boshlangan. Hozirgi kunga kelib radio nihoyatda darajada rivoj topdi va jamiyat ma'naviy hayotidan mustahkam o'rin oldi. Ayni paytda “O'zbekiston”, “Toshkent”, “Yoshlar”, “Mash'al” kabi kanallar bilan bir qatorda o'nlab nodavlat radiostudiyalari ham faoliyat ko'rsatmoqda.

Televideniye. Televideniye yunoncha - lyelye - uzoq, visio - ko'rish ma'nosini anglatadi. Televideniye kashfiyotchilari orasida toshkentlik tadqiqotchilar B.P.Grabovskiy va I.F.Belyanskiylarning ham nomlari bor. Ular 1928 yil 28 iyulda Toshkentda ilk bor telekadrlarni ko'rsatuvchi apparatni sinovdan o'tkazganlar. Keyinchalik - 1956 yil 5 noyabrda Toshkent televizion markazi ishga tushirildi. Shu kuni zangori ekranning chirog'i yondi hamda birinchi telesuxandonlar Iqbol Olimjonova o'zbek tilida va Yunona Stolyarova rus tilida teleko'rsatuvlarni olib bordilar. 1962 yildan boshlab Toshkent telestudiyasi ikki dasturda ko'rsatuvlar bera boshladi.

Bugungi kunda respublika televideniyesining “O'zbekiston”, “Toshkent”, “Yoshlar”, “Sport” kanallari bilan bir qatorda joylarda ko'plab nodavlat telestudiyalar ham faoliyat ko'rsatmoqda.

Axborot agentliklari. Matbuot va boshqa ommaviy axborot vositalarining faoliyatini izchil ravishda yo'lga qo'yishda axborot agentliklari (lotincha “agent” - xizmat qiluvchi, demak, agentlik - xizmat ko'rsatish idorasi degan ma'noni anglatadi) muhim o'rin tutadi. U OAVni tezkor axborotlar bilan ta'minlaydi.

Bugungi kunda respublikada O‘zA, “Jahon”, “Turkiston Press” kabi yetakchi axborot agentliklari faoliyat ko‘rsatmoqda.

Internet. Insoniyat aql-tafakkurining yanada o‘sishi va fan-texnikaning beqiyos darajada rivojlanishi bilan OAV safiga internet (inglizcha “internet” - tarmoqlararo degan ma’noni bildiradi) kirib keldi va kurrai zaminni yagona axborot makoniga aylantirdi. Internet OAVning alohida, o‘ziga xos bir turidir.

Vazirlar Mahkamasining 1999 yil 26 martdagi “O‘zbekiston Respublikasi axborot resurslarini tayyorlash va ularda ma’lumotlarni uzatish tarmoqlarida, shu jumladan, internetda tarqatish tartibi to‘g‘risida”gi 137-qarori internetning yanada rivoj topishi uchun muhim asos bo‘ldi. Bugungi kunda internet tarmog‘ida O‘zbekiston teleradiokompaniyasi va deyarli barcha nashrlar, axborot agentliklari hamda boshqa turli tashkilotlar ham o‘z veb-saytlariga egadirlar.

Kitob nashriyotlari. Kitob garchi vaqtli matbuot turi bo‘lmasa-da, umuman bosma mahsulot ko‘rinishi sifatida ommaviy axborot vositalari tasnifiga taalluqlidir. Kitob (arabcha - “yozilgan narsa”, “yozma mahsulot” degan ma’noni bildiradi) inson ma’naviyatini yuksaltirishda bebaho tafakkur xazinasi hisoblanadi. Turkistonda o‘zbek tilida chop etilgan birinchi kitob - 1871 yili SH.Ibrohimov tomonidan tayyorlangan “Solnoma” taqvimi edi.

Bugungi kunda “O‘zbekiston”, G‘afur G‘ulom nomidagi, “O‘qituvchi”, “Mehnat”, “Sharq”, “Ma’naviyat”, “Fan”, “Yangi asr” singari o‘nlab nashriyot-matbaa uylari, nashriyotlar ma’naviy, adabiy, badiiy, ilmiy xazinalarimizning yanada boyishiga xizmat qilmoqda.

Axborot xizmatlari. So‘nggi yillarda mamlakatda jamoatchilik bilan aloqalar muhim ijtimoiy institut sifatida shakllanmoqda. Bu jarayonda jurnalistika sohasida ham yangi bir yo‘nalish paydo bo‘ldi. YA’ni, turli idora va tashkilotlarning jamoatchilik bilan aloqalarini, shu bilan bir qatorda OAV bilan hamkorligini yo‘lga qo‘yishga xizmat qiladigan Axborot xizmatlari jurnalistika sohasida o‘ziga xos yangi yo‘nalish sifatida namoyon bo‘lmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2006 yil 22 sentabrda “Davlat va xo‘jalik boshqaruvi organlarining jamoatchilik bilan aloqalarini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 203-qarorida axborot xizmatlarini tashkil etish va ularning vazifalari ham aniq belgilab berildi.

Ushbu qarorda, aholini, milliy va xorijiy ommaviy axborot vositalarini O‘zbekiston Respublikasi davlat va xo‘jalik boshqaruvi organlari faoliyati, mamlakatda izchil amalga oshirilayotgan siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy sohalaridagi islohotlar to‘g‘risida xabardor qilish samaradorligini oshirish maqsadida vazirliklar, davlat qo‘mitalari, agentliklar, Qoraqalpog‘iston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklari, xo‘jalik boshqaruvi organlari tarkibida xodimlarning umumiy soni doirasida axborot xizmatlari tashkil etilishi belgilangan.

Istiqlol sharofati bilan dunyoga bo‘ylashayotgan O‘zbekistonning barcha sohalarida, jumladan, axborot va matbuot sohasida ham qanchalik ulkan salohiyatga ega ekanligini ko‘rsatish uchun barcha sharoit va imkoniyatlar yetarli.

2012 yilning 1 dekabr holatiga ko‘ra, mamlakatimizda 1305 ta ommaviy axborot vositalari faoliyat ko‘rsatmoqda. Ulardan 712 tasi gazeta, 264 tasi jurnal, 16 tasi axborotnoma-byulleten, 4 tasi axborot agentligi, 63 tasi televideniye, 34 tasi radiodir.

Bu haqda O‘zbekiston matbuot va axborot Agentligi Bosh direktori Bobur Alimov “Oliy jurnalistika kurslarida ixtisoslashuv masalalari” mavzuida o‘tkazilgan I ilmiy-amaliy seminaridagi ma’ruzasida ma’lum qildi.

Uning aytishicha, respublikada raqamli axborot texnologiyalarining sohaga jadal va tizimli ravishda joriy etilishi, xususan, Internet tarmog‘ining kengayib borishi natijasida, 2012 yilning 1 dekabr holatiga ko‘ra, 210 dan ziyod veb-saytlar ommaviy axborot vositasi sifatida ro‘yxatdan o‘tkazilganligini ham alohida qayd etish zarur.

“Yana bir e’tiborli jihati shundaki, bugungi kunda mavjud bosma davriy nashrlarning 43 foizi, telekanallarning qariyb 53 foizi, radiokanallarning esa 85

foizini nodavlat ommaviy axborot vositalari tashkil etmoqda”, — ta’kidladi O‘zbekiston matbuot va axborot Agentligi rahbari.

Zamonaviy axborot texnologiyalari globallashuv jarayonini tezlashtirdi. Globallashuvning ijobiy va salbiy jihatlarini o‘ziga yarasha. “Hozirgi paytda uning g‘oyat o‘tkir va keng qamrovli ta’sirini deyarli barcha sohalarda ko‘rish, his etish mumkin,— deb yozadi davlat rahbari,— ...zamonaviy kommunikatsiya va axborot texnologiyalarining, ilm-fan yutuqlarining tezlik bilan tarqalishi, turli qadriyatlarning umuminsoniy negizda uyg‘unlashuvi, sivilizatsiyalararo muloqotning yangicha sifat kasb etishi, ekologik ofatlar paytida o‘zaro yordam ko‘rsatish imkoniyatlarining ortishi — tabiiyki, bularning barchasiga globallashuv tufayli erishilmoqda”¹. Zero, ertangi kunimizning mohiyati asosan ezgu maqsadlar sari intilish bo‘lar ekan, bunda internet kabi zamonaviy texnologiyalar faqat yaxshilikka, tinch va osoyishta hayotga xizmat qilishi kerak. Bu esa ertangi kunimizning hal qiluvchi kuchlari yoshlarning shioriga aylanmog‘i lozim. Axborot sohasidagi globallashuv bugungi kunda o‘zining ko‘p ijobiy jihatlarini namoyon etish bilan birga qator muammolarni ham keltirib chiqarmoqda. Bu ayniqsa yoshlar ongiga turli darajada ta’sirini o‘tkazayotganiga jiddiy e’tibor qaratishni taqozo etadi. Shunday vaziyatda dunyoda tobora kuchayib borayotgan turli ma’naviy tahdidlarning oldini olish, “ommaviy madaniyat”ning zararli ta’siridan yoshlar ongu tafakkurini himoya qilish hayotiy zaruratga aylangan. “Shu nuqtai nazardan qaraganda, hozirgi paytda hayotimizni elektron axborot vositalari, xususan, televideniye va radiosiz umuman tasavvur etib bo‘lmaydi. Bugungi kunda ular bir vaqtning o‘zida ham axborot maydoni, ham ijtimoiy-siyosiy, ma’naviy-ma’rifiy minbar, shu bilan birga, insonga madaniy, badiiy-estetik oziq beradigan va hordiq chiqaradigan makon vazifasini bajarmoqda,— deb yozadi davlat rahbari.— Shu sababli o‘tkir ta’sir kuchiga ega bo‘lgan televideniye va radio sohasini izchil taraqqiy ettirish jamiyatning doimiy e’tibor markazida bo‘lishi tabiiy. Hozirgi kunda mamlakatimizdagi asosiy milliy teleradiokanallar

aholining xolis va haqqoniy axborotga ega bo'lish huquqini ta'minlash, yurtdoshlarimizning madaniy saviyasi, bilim va dunyoqarashini oshirish, qadimiy an'analarimiz, tarixiy merosimizni asrab-avaylash va rivojlantirish, shu bilan birga, fuqarolarimiz ongida demokratik qadriyatlar, grajdanlik pozitsiyasini shakllantirish, yosh avlodni vatanparvarlik va umuminsoniy qadriyatlarga hurmat ruhida tarbiyalash yo'lida munosib xizmat qilayotganini ta'kidlash kerak"¹. Shu o'rinda muallif hali bu sohada amalga oshirish zarur bo'lgan ko'pgina maqsadlar turganini ham alohida ta'kidlaydi. Avvalo, televideniye davlat va jamiyatni bir biri bilan bamisoli ko'prikkdek bog'lab turadigan jonli muloqot vositasiga aylantirish, efir orqali bugungi kunning dolzarb muammolarini ko'proq aks ettirish, jamoatchilik fikrini shakllantirish, fuqarolarning ijtimoiy faolligini kuchaytirish, har bir insonning o'z mustaqil fikrini ifoda etishiga imkon berish, turli ijtimoiy guruhlarining qiziqishlari, hayotiy manfaatlarini yoritib borish masalalariga alohida e'tibor qaratish zarur. Albatta, hozirgi davrda matbuot, ommaviy axborot vositalari shunday qudratli kuchga aylanmoqdaki, o'z kelajagani o'ylaydigan har qaysi xalq va millat buni sezmasligi, his etmasligi mumkin emas. Shu sababli ham ommaviy axborot vositalarini zamon talablari asosida rivojlantirish, matbuot va so'z erkinligi prinsiplarini amalda ta'minlashga erishish, matbuotda tanqid ruhini kuchaytirish eng muhim maqsadlardan biri bo'lib qolmoqda.

Darhaqiqat, bugungi kunda har bir jurnalist kasb mahoratini egallash bilan birga, o'z hayotiy prinsiplariga ham ega bo'lishi, haqiqat uchun kurashishga intilishi, shu yo'lda qat'iyat va shijoat ko'rsatishi, lo'nda qilib aytganda, vijdon amri bilan yashashini zamonning o'zi talab qilmoqda.

Ma'naviy-ma'rifiy targ'ibot texnologiyalari o'zi nima? Uni qayerda va qay tarzda keng joriy etish mumkin, degan savolga javob topamiz. Avvalo, mustaqillik yurtimizga bergan beqiyos ne'matlar, aniqrog'i, so'nggi yillarda turli sohalarda, ayniqsa, ma'naviyat borasida erishilgan yutuqlar mohiyatini murg'ak qalblarga ona suti kabi singdirishimiz, ularni hayot sinovlariga bardoshli qilib kamolga yetkazishimiz zarur. Bu borada ota-

onalar, ustoz-murabbiylar, mahalla faollari, ziyolilar, jurnalistlar bir tanu bir jon bo'lib kurashmog'imiz muqaddas burchimizga aylanmog'i shart. "Bugungi murakkab mafkuraviy jarayonlarni ilmiy-amaliy jihatdan atroflicha tahlil qilish va baholash, ularning ustuvor yo'nalishlarini, kimga va nimaga qarshi qaratilganini aniqlash, aholi turli qatlamlariga ta'sirini o'rganish, milliy manfaatlarimizga, hayot tarzimizga zid bo'lgan zararli g'oyalar va mafkuraviy xurujlarning mohiyatini ochib berish, fuqarolarimiz qalbida milliy tafakkur va sog'lom dunyoqarash asoslarini mustahkamlash alohida ahamiyat kasb etadi,— deb yozadi muallif.— Faqat ana shunday asosda yoshlarni o'z fikriga ega, turli ma'naviy xurujlarga qarshi sobit tura olishga qodir bo'lgan, irodali, fidoyi va vatanparvar insonlar etib tarbiyalashga erishish mumkin. Bu borada ma'naviy-ma'rifiy targ'ibot ishlarining ta'sirchanligini ta'minlaydigan zamonaviy informatsion va kompyuter texnologiyalarini keng joriy etish, jamiyatimizning mafkuraviy immunitetini kuchaytirishga qaratilgan samarali usul-uslublarni ishlab chiqish, davlat va jamoat tashkilotlari uchun tegishli tavsiya va qo'llanmalarni tayyorlash bugungi kunda muhim vazifamizga aylanib borayotganini chuqur tushunib olishimiz zarur".

Ma'naviy-ma'rifiy targ'ibot texnologiyalari orasida matbuot va boshqa OAV yetakchi o'rinni egallar ekan, demak, ijod ahli "Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch" asarini dasturilamal qilgan holda faoliyat yuritishi ko'zlangan maqsadga erishishga xizmat qilaveradi.

Jamoatchilik bilan aloqalar (RR) va OAV. Mamlakatda jamoatchilik bilan aloqalar muhim ijtimoiy institut sifatida shakllanmoqda. Bu jarayonda jurnalistika sohasida ham yangi bir yo'nalish paydo bo'ldi. YA'ni, turli tashkilotlarning jamoatchilik bilan aloqalarini, shu bilan bir qatorda OAV bilan hamkorligini yo'lga qo'yishga xizmat qiladigan Axborot xizmatlari jurnalistika sohasida o'ziga xos yangi yo'nalish sifatida namoyon bo'lmoqda.

Ma'lumki, jurnalistika sohasi ham bir nechta yo'nalishlardan iborat. Ilk bosma mashina ixtiro etilib, gazeta-jurnallar nashr etilgan davrdanoq jurnalistika ijtimoiy

voqelikka aylana boshlagan. Jurnalistika atamasi ham dastlab jurnallar majmuiga nisbatan qo'llanilgan. Fotografiyaning paydo bo'lishi - fotojurnalistikaga asos solgan bo'lsa, kinematografiya kashf qilinishi - kinojurnalistikani vujudga keltirgan. Radioning ixtiro qilinishi radiojurnalistika, televideniye esa telejurnalistikaga asos solgani yaxshi ma'lum¹.

Qator rivojlangan davlatlarda ommaning axborotga bo'lgan ehtiyojini to'laroq qondirish maqsadida tashkil etilgan axborot agentliklari ham jurnalistika taraqqiyotiga samarali ta'sir ko'rsatib kelmoqda. So'nggi yillarda internet jurnalistikasi axborotni o'ta tezkorlik bilan tarqatishi, adadining cheksizligi va boshqa ko'plab xususiyatlari bilan OAV orasida yetakchi o'rin tutmoqda.

Endilikda turli idora va tashkilotlarning axborot xizmatlari ham axborot to'plashi va tarqatishi, OAV uchun axborot manbalarini yaratishi bilan jurnalistikada o'ziga xos yo'nalish sifatida namoyon bo'lmoqda.

Muxtasar qilib aytganda, bugungi kunda jurnalistika deganda - gazeta-jurnal hamda boshqa bosma nashrlar, telejurnalistika, radiojurnalistika, fotojurnalistika, kinojurnalistika, axborot agentliklari, internet veb-saytlari tushuniladi.

Axborot xizmatining maqomi esa biroz boshqacha. Axborot xizmati tushunchasi rus tilidagi adabiyotlarda "press-slujba" deb nomlanib, aynan tarjimasi - matbuot xizmatidir. Shul bois, ayrim tashkilotlarda u "matbuot xizmati", "matbuot markazi", "matbuot guruhi", "matbuot bo'limi", "axborot guruhi" tarzida qo'llanilsa-da, mohiyati, vazifalari deyarli bir xil ekanligini to'g'ri tushunmoq kerak. Axborot xizmatining asosiy maqsadi - o'z tashkiloti haqida axborot to'plash, tahlil qilish va tarqatish. Jurnalistika ham O'zbekistonda shu tariqa taraqqiy etib bormoqda.

Axborot xizmatlarida asosan jurnalistlar faoliyat ko'rsatishadi. Bugungi kunda jurnalistika fakultetlari va bo'limlarida sohaning xuddi o'sha yo'nalishlari bo'yicha nazariy bilimlar beriladi.

¹ Qarang: Jurnalistika. O'zbekiston Milliy ensiklopediyasi. 3-jild. -T.: O'zbekiston Milliy ensiklopediyasi, 2002. -B 642.

Yuqorida qayd etilganidek, tashkilotlar tarkibida tashkil etilgan “matbuot xizmati”, “matbuot markazi” va boshqa shu kabi “bo‘lim”larni endi o‘z nomi bilan - Axborot xizmati deb yuritish maqsadga muvofiqdir.

Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti jurnalistika fakulteti qoshida tashkil etilgan “Axborot xizmatlari xodimlarining malaka oshirish kursi” o‘quv rejasidan ham jamoatchilik bilan aloqalar (PR) nazariyasi va amaliyoti, axborot xizmatlari faoliyatiga oid mashg‘ulotlar o‘rin egallagan.

Jurnalistika fakulteti “Ommaviy aloqalar va reklama” hamda O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti xalqaro jurnalistika fakulteti “Ommaviy kommunikatsiya va axborot texnologiyalari” kafedralari o‘quv rejalaridan Pablik rileyshnz (PR) - jamoatchilik bilan aloqalar fani alohida o‘rin egallagan. Bu fan amaliyoti asosan tashkilotlarning axborot xizmatlarida hamda yaqinda tashkil etilgan “Mahorat maktablari”da o‘rgatilmoqda.

Respublikadagi qator idora va tashkilotlarning axborot xizmatlarida ana shu o‘quv dargohlaridan yetishib chiqqan yosh kadrlar samarali faoliyat ko‘rsatishmoqda.

Davlat dasturini amalga oshirish bo‘yicha tadbirlar rejasida ham 2006-2010 yillar mobaynida “Matbuot xizmatlari ishini tashkil etish”, “Jamoatchilik bilan aloqalar”, “Reklama ishi masalalari” bo‘yicha darsliklar va o‘quv qo‘llanmalari, shuningdek elektron-o‘qitish va boshqa bilim beruvchi resurslarning yangi avlodini yaratish vazifasi yuklatilgan.

Bundan xulosa chiqarish mumkinki, jamoatchilik bilan aloqalar hamda axborot xizmatlari ishini tashkil etishga oid ilmiy tadqiqotlarni izchil davom ettirish davr talabiga aylanmoqda.

Amaliy jihatdan qaralganda, axborot xizmati tashkilotning jamoatchilik bilan aloqalarini yo‘lga qo‘yish va rivojlantirishga, tashkilot imijini yaratishga xizmat qiladi. Bu borada u tashkilot va OAV o‘rtasida bamisoli ko‘prik vazifasini o‘taydi. Axborot xizmatining OAV bilan doimiy hamkorligi, muttasil axborot manbalarini yaratishi jurnalistika taraqqiyotiga ham samarali ta’sir ko‘rsatadi. Mazkur jarayonda u – PR jurnalistika sifatida namoyon bo‘ladi.

Jurnalistikaning ma'lum bir yo'nalishi sifatida PR o'ziga xos taraqqiyot mezonidek namoyon bo'lgani bois ham uni mohiyatan shunday atash o'rinlidir.

Kezi kelganda, jurnalistika sohasidagi ayrim ixtisoslashuvlar haqida ham aytib o'tish joiz. Turli sohalarda axborot to'plash, tahlil qilish va tarqatish borasidagi ixtisoslashuvlar mohiyatan shunday atalmoqda: sharhlash jurnalistikasi, yangiliklar jurnalistikasi, parlament jurnalistikasi, huquq jurnalistikasi, sport jurnalistikasi, ma'rifat jurnalistikasi, iqtisodiy jurnalistika, san'at jurnalistikasi, tibbiyot jurnalistikasi, xalqaro jurnalistika, harbiy jurnalistika va hokazo. Endilikda ular qatoriga PR jurnalistikasi ham qo'shilgani ayni muddaodir. Davlat rahbari ta'biri bilan aytganda, "bugungi kunda siyosat haqida gapirganda – siyosatchi, iqtisodiyot haqida – iqtisodchi bo'lib fikr yuritishni, ma'naviyat va ma'rifat haqida ma'rifatchi, hayotiy-falsafiy muammolar xususida faylasuf bo'lib bahsga kirishishni – mana shunday yuksak qobiliyat va mahoratga ega bo'lishni hayotning o'zi jurnalistlarimiz oldiga eng muhim vazifa qilib qo'ymoqda"¹.

PR jurnalistikasi deganda avvalo axborot xizmatlarining OAV bilan hamkorligi, axborot manbalarini yaratish va uni yoritib borish jarayonlari tushuniladi. Muhimi, turli idora va tashkilotlar tarkibida tashkil etilgan axborot xizmatlari xodimlari axborot to'plash va tarqatish bilan shug'ullanib, tashkilotning ommaviy axborot vositalari bilan muttasil hamkorligini ta'minlar ekan, ushbu jarayonda PR jurnalistikasi namoyon bo'ladi.

PR jurnalistikasi amaliyotini asosan turli tashkilotlar axborot xizmatlari faoliyati misolida kuzatish mumkin. Respublikadagi qator vazirliklar, siyosiy partiyalar va boshqa tashkilotlar o'z nashrlariga, internet tizimida veb-sayti, axborot xizmatiga ega. Axborot xizmatining butun faoliyati eng avvalo ommaviy axborot vositalari bilan hamkorlikka qaratiladi.

Bugungi kunda barcha tarmoq nashrlari, teleradiostudiyalar, veb-sayt tahririyati va axborot xizmatlarida ixtisoslashgan jurnalistlar faoliyat ko'rsatishlari taqozo etilmoqda. Axborot xizmatida esa PR jurnalistikasi sirlaridan boxabar kadrlar ishlashi maqsadga muvofiqdir. Demak, bo'lg'usi jurnalistlar dunyoviy fanlardan biri

bo'lmish PR nazariyasi va amaliyotini puxta o'zlashtirishlari, bu sohada xalqaro andozalar hamda respublika yetakchi idora va tashkilotlari axborot xizmatlarida to'plangan tajribalar bilan yaqindan tanishib borishlari va ulardan unumli foydalanishlari maqsadga muvofiqdir.

Reklama-taraqqiyot omili. Rivojlangan davlatlarning ommaviy axborot vositalari faoliyatini reklamasiz tasavvur etib bo'lmaydi. Bu ilg'or tajriba asta-sekinlik bilan matbuot va umuman ommaviy axborot vositalarida ham voqelikka aylanmoqda. Ochig'i, ilgari jurnalistlar reklamaga "ikkinchi darajali material" sifatida qarar edi. Taassufki, hozirgacha ham ayrim gazetalarda (hatto respublika nashrlarida ham) yoritilayotgan reklamaga shunday munosabatda bo'linayotgani sezilib turadi. YA'ni, reklama yoritishni ikkinchi darajali ish deb yoxud unga faqat moddiy manfaat nuqtai nazaridan qaraydigan tahririyat xodimlari ham yo'q emas. Ba'zi tahririyat xodimlari undagi xato-kamchiliklardan "o'zini asrash" uchun gazeta adog'iga "reklama va e'lonlardagi faktlar uchun muallif javobgar" qabilidagi so'zlarni yozib qo'yishadi.

Odamlar gazetaga ishonch ko'zi bilan qaraydilar. Unda yoritilayotgan har qanday xabar va maqolalardan tortib reklama hamda e'lonlarning ham ortida mas'ul va mas'uliyatni his etadigan shaxslar turishganiga ishonadilar. Ochig'i, gazetada yoritilgan har qanday axborot, jumladan, reklamalar va undagi faktlar, mazmun-mohiyati uchun mas'uliyatni "tahririyat zimmasiga olmaydi" deb yozib qo'yish bilan biror ijobiy natijaga erishish qiyin. Aksincha, gazeta adog'idagi bunday yozuv o'sha reklama va e'lonlarga nisbatan odamlarda shubha uyg'otishi, ishonchini so'ndirishi mumkin. Modomiki, tahririyat uni o'z zimmasiga olmayaptimi, demak, tagida bir gap bor, degan shubha hammasini chippakka chiqarishi mumkin. Qolaversa, gazeta adog'iga shunday deb yozib qo'yish uchun o'sha tahririyatning huquqiy asosi bormikin?

Modomiki, javobgarlik haqida so'z borar ekan, OAVda yoritilgan materiallar uchun kim javobgar bo'lishi O'zbekiston Respublikasining "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi qonunida aniq belgilab qo'yilgan. 2007 yil 15 yanvarda qabul qilingan mazkur qonunning (yangi tahriri) "Bosh muharrir" deb nomlangan 16-moddasi ikkinchi bandida shunday yozilgan: "Bosh muharrir tahririyatga rahbarlik qiladi, ommaviy axborot vositasining chiqarilishi to'g'risida qaror qabul qiladi va uning

faoliyati uchun qonun hujjatlariga muvofiq javobgar bo‘ladi”. Demak, u reklamalarni yoritishda “Reklama to‘g‘risida”gi qonunning tegishli moddalari ijrosini ta‘minlash uchun ham mas‘ul, ta‘bir joiz bo‘lsa, javobgar hisoblanadi. Uzi, mazkur qonunda “reklama va e‘lonlardagi faktlar uchun javobgarlikni tahririyat o‘z zimmasiga olmasligi” mumkin ekanligi haqida birorta gap yo‘q...

Jo‘ngina savol tug‘iladi: basharti, biror qitmir yo chalasavod noto‘g‘ri, qandaydir zararli reklama bersa-chi? Uni (uzi, puliga uchmasdan!) yoritishni rad etishga tahririyat haqlidir. “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi qonunning 32-moddasi uchinchi bandida shunday yozilgan: “Tahririyat qonuniy asoslarda rad etgan materialni ommaviy axborot vositasida majburan e‘lon qildirishga hech kim haqli emas”.

Yuqorida qayd etilgan “jo‘ngina savol”ga O‘zbekiston Respublikasining “Reklama to‘g‘risida”gi Qonunidan yanada muxtasar javob topish mumkin. Qonun ijrosini ta‘minlashga qaratilgan O‘zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish Davlat qo‘mitasining “Reklamani joylashtirish to‘g‘risida”gi nizomida ham bu boradagi zarur qoidalar aniq belgilab qo‘yilgan. Jumladan, nizomning 14-bandida: “Reklamaga qo‘yiladigan asosiy talablar: qonuniylik, aniqlik, ishonchlilik, reklama iste‘molchisiga zarar, ma‘naviy ziyon yetkazmaydigan shakl va vositalarni qo‘llash”³ deb belgilab qo‘yilgan. Modomiki, taqdim etilgan reklamaga nisbatan tahririyat xodimida biror shubha uyg‘ondimi, marhamat, uni tekshirib ko‘rishi, noaniq joylarini aniqlashtirishga ko‘maklashishi (buning uchun kerak bo‘lsa haqini oladi!) mumkin. “Ishonchsiz reklama”ni yoritish taqiqlanishi ham mazkur nizomning 16-bandida aniq-tiniq belgilab qo‘yilgan. Mazkur nizomda “Reklamaga ruxsat berish”, “Reklama beruvchining huquqlari va majburiyatlari”, “Reklamani tayyorlovchi va tarqatuvchining huquqlari va majburiyatlari” ham alohida fasllarda bandma-band belgilab qo‘yilgan.

Demoqchimizki, avvalo noto‘g‘ri, zarar keltiruvchi, ishonchsiz reklamaga hech qayerda, jumladan, OAVda ham yo‘l qo‘yilmaydi. Berilayotgan reklama uchun tahririyat uni taqdim etgan shaxsdan avvalo nimalar talab qilishi ham mazkur

qonunda va nizomda aniq belgilab qo'yilgan. Tahririyat talabini bajarmagan taqdirda uni rad etish mumkin. Demak, qars ikki qo'ldan, deganlaridek, eng samarali yo'l – reklama beruvchi bilan tahririyat (alohida reklama bo'limi!) xodimlari bahamjihat bo'lib, hamkorlikda ishlashlari maqsadga muvofiqdir. Bu yerda qandaydir "javobgarlik"dan qochish yo ustalik bilan bo'yindan soqit qilishdan ko'ra ko'proq ijobiy natijaga erishiladi. Axir, reklamadan nafaqat reklama beruvchi, ayni vaqtda tahririyat ham yaxshigina manfaaddordir. Bugun hayotimizda reklamalar ijtimoiy voqelikka aylanayotgan ekan, bu boradagi qonunchilikka qat'iy amal qilinmasa reklamachi ham, OAV ham, iste'molchi ham birdek zarar ko'radi.

Jamiyatda gazetalar qancha ijtimoiy, ma'rifiy vazifalarni ado etsa, reklamaning ham bu boradagi vazifalari undan kam emas. Avvalo, har qanday axborot kishini nimagadir o'rgatadi, unga qandaydir bilim beradi. Reklamaning ma'rifiy vazifalari juda ko'p. U tovarlar va xizmatlar haqida yangi axborotdan voqif qiladi. Bu esa odamlarga ularni tadbqiq etishga yordam beradi. Reklama amalda jamiyatning yuksak sur'atlar bilan rivojlanishiga xizmat qiladi.

Reklamaning ijtimoiy vazifasi kam emas. Reklama yordamida tovarlarni sotish tashkillashtiriladi. Odatda yaxshi mahsulotlarga reklama qilinadi. Shu tariqa reklama aholi turmush darajasini oshirishga xizmat qiladi. Reklama erkin tadbirkorlikning moddiy, ijtimoiy va madaniy imkoniyatlarini ommalashtiradi, mehnat unumdorligining o'sishi va tovar sifatining yaxshilanishiga ta'sir ko'rsatadi. Gazetada reklamani qanday joylashtirish va tarqatish alohida xususiyatlarga ega. Bu ham tadbirkorlikning muhim iqtisodiy qonuniyatlaridan biri. Chunki mahsulot ishlab chiqarilgan (xizmat ko'rsatish boshlangan) vaqtdan e'tiboran tadbirkor o'z mahsuloti uchun mijoz qidiradi. Bunday paytda esa reklama unga dastlabki daromad olish yo'llarini ko'rsatib beradi. Bundan o'z navbatida iste'molchilar ham manfaaddor bo'ladilar.

Jurnalistlar tuman nashrlarini – hayotga eng yaqin gazeta sifatida e'tirof etadilar. Demak, unda yoritiladigan reklamalarning samarasi ham shunga yarasha

bo'lishi shubhasiz. Har bir sohada ilg'or tajribalardan andoza oladigan va o'zni kelganda raqobatlashadigan zamonda reklamalarni yoritishda ilg'or usullardan samarali foydalanish maqsadga muvofiqdir. Bu borada ilg'or texnologiyalardan unumli foydalanib, reklamalar sifatini oshirish, dizayni va boshqa jihatlariga jiddiy e'tibor berish, aynan tahririyat xodimi unga ham ijodiy yondoshishi foydadan holi bo'lmaydi.

XULOSA.

Hozirgi kunda mamlakatimizda aholi o'rtasida targ'ibot va tashviqot ishlari bilan bevosita shug'ullanadigan O'zbekiston Respublikasi Madaniyat va sport ishlari vazirligi tizimida 894 madaniyat va aholi dam olish markazlari, 87 ta muzey, jumladan 18 ta tarixiy, 25 ta o'lkashunoslik, 10 ta badiiy, 16 ta memorial va 18 ta boshqa yo'nalishdagi muzeylar va 60 dan ortiq madaniyat va istirohat bog'lari hamda 37 ta professional teatr jamoalari faoliyat ko'rsatib kelmoqda. Madaniyat va ma'rifat maskanlari jamiyatda o'ziga xos o'rin tutadi, ayniqsa, mamlakatda amalga oshirilayotgan iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy islohotlarni aholi o'rtasida tushuntirishda muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda.

Ushbu madaniy-ma'rifiy muassasalar yurtimida bevosita madaniy-ma'rifiy faoliyat bilan shug'ullanmoqda. Madaniy-ma'rifiy faoliyatni olib borishda ommaviy axborot vositalaring imkoniyatlaridan keng ko'lamda samarali foydalanish maqsadga muvofiqdir.

O'zbekiston mustaqillikka erishganidan buyon matbuot va boshqa ommaviy axborot vositalari jamiyatda o'ziga xos ijtimoiy institut sifatida shakllandi. Matbuot chinakam hayot ko'zgusi, "to'rtinchi hokimiyat" darajasiga ko'tarilmoqda. Jamiyatda OAV o'zni, beqiyos imkoniyatlari, faoliyati va kelajakdagi maqsadlari Islom Karimovning asarlarida teran yoritilgan. "Ommaviy axborot vositalari tom ma'noda "to'rtinchi hokimiyat" darajasiga ko'tarilmog'i lozim,– deb ta'kidlagan edi davlat rahbari.– O'ylaymanki, haqiqiy demokratik matbuot ko'rsatma asosida yashay olmaydi va yashashi ham mumkin emas. Erkin matbuot real vaziyat sharoitida faoliyat ko'rsatishi, ijtimoiy-iqtisodiy va siyosiy hayotning dolzarb muammolarini dadil ko'tarib chiqishi, odamlarni bezovta qilayotgan barcha masalalarni jamoatchilik muhokamasiga havola etishi, hokimiyat va boshqaruv tuzilmalarining qabul qilayotgan qarorlari va faoliyatiga tanqidiy, shu bilan birga, xolis baho berib borishi kerak"¹.

¹ Karimov I.A. O'zbekistonda demokratik o'zgarishlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyati asoslarini shakllantirishning asosiy yo'nalishlari. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning Ikkinchi chaqiriq Oliy Majlisning to'qqizinchi sessiyasidagi ma'ruzasida ba'ён etilgan asosiy vazifalar va qoidalarini keng yoritish bo'yicha tashkiliy-ma'rifiy tadbirlar Dasturi. –T.: O'zbekiston, 2002. – 22 b. ¹ Karimov I.A. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga. //Xalq so'zi, 2009 yil 27 iyun.

Shuni qayd etish joizki, 1993 yildan buyon 27 iyun – Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlari kuni sifatida keng nishonlanib kelmoqda. Mustaqillik yillarida Ommaviy axborot vositalarining huquqiy asoslari yaratilib, ularning erkin faoliyat yuritishlari uchun barcha sharoitlar qilib berildi. 2007 yilda 15 yanvarda **«Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuniga o‘zgartish va qo‘shimchalar kiritish haqida** O‘zbekiston Respublikasining Qonuni yangi tahrirda qabul qilindi.

Ushbu qonun 6 bob 40 moddadan iborat. Ushbu Qonunning maqsadi ommaviy axborot vositalarining tashkil etilishi, faoliyat ko‘rsatishi va faoliyatining tugatilishi sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat.

2012 yilning 1 dekabr holatiga ko‘ra, mamlakatimizda 1305 ta ommaviy axborot vositalari faoliyat ko‘rsatmoqda. Ulardan 712 tasi gazeta, 264 tasi jurnal, 16 tasi axborotnoma-byulleten, 4 tasi axborot agentligi, 63 tasi televideniye, 34 tasi radiodir.

Bu haqda O‘zbekiston matbuot va axborot Agentligi Bosh direktori Bobur Alimov “Oliy jurnalistika kurslarida ixtisoslashuv masalalari” mavzuida o‘tkazilgan I ilmiy-amaliy seminaridagi ma’ruzasida ma’lum qildi.

Uning aytishicha, respublikada raqamli axborot texnologiyalarining sohaga jadal va tizimli ravishda joriy etilishi, xususan, Internet tarmog‘ining kengayib borishi natijasida, 2012 yilning 1 dekabr holatiga ko‘ra, 210 dan ziyod veb-saytlar ommaviy axborot vositasi sifatida ro‘yxatdan o‘tkazilganligini ham alohida qayd etish zarur.

“Yana bir e’tiborli jihati shundaki, bugungi kunda mavjud bosma davriy nashrlarning 43 foizi, telekanallarning qariyb 53 foizi, radiokanallarning esa 85 foizini nodavlat ommaviy axborot vositalari tashkil etmoqda”, — ta’kidladi O‘zbekiston matbuot va axborot Agentligi rahbari.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. –T.: O'zbekiston, 2008.
2. O'zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to'g'risida”, “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida”, “Jurnalistlik faoliyatini himoya qilish to'g'risida”, “Noshirlik faoliyati to'g'risida”, “Reklama to'g'risida”, “Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to'g'risida”gi qonunlari. To'rtinchi hokimiyat. –T.: Mehnat, 2003.
3. O'zbekiston Respublikasining “Axborot olish kafolatlari va erkinligi to'g'risida”gi Qonuni. Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami. –T.: Adolat, 2008. – 8-10 b.
4. O'zbekiston Respublikasining ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonunchilik hujjatlari. –T.: Adolat, 2007. – 23-40 b.
5. O'zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to'g'risida”gi Qonuni (1997 yil 26 dekabr) (yangi tahriri, 2007 yil 15 yanvar). Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami. –T.: Adolat, 2008. – 63-78 b.
6. Karimov I.A. O'zbekistonda demokratik o'zgarishlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyati asoslarini shakllantirishning asosiy yo'nalishlari. –T. O'zbekiston, 2002.
7. Karimov I.A.. Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir. O'zbekiston demokratik taraqqiyotning yangi bosqichida. –T.: O'zbekiston, 2005.
8. Karimov I.A. Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch. –T.: Ma'naviyat, 2008.
9. Karimov I.A. Eng asosiy mezon – hayot haqiqatini aks ettirish. –T.: O'zbekiston, 2009.
10. Karimov I.A. Matbuot va ommaviy axborot vositalari xodimlariga. //Xalq so'zi, 2009 yil 27 iyun.
11. Karimov I.A. Adabiyotga e'tibor – ma'naviyatga, kelajakka e'tibor.

//Mohiyat, 2009 yil 3 iyul.

12. M.Behbudiy. Tanlangan asarlar. –T.: Ma’na-viyat, 1999.
13. Lug‘at-ma’lumotnoma: Jurnalistika. Reklama. Pablik rileyshnz. 1700 atama. /Nesterenko F. va boshq. –T.: Zar qalam, 2003.
14. Mo‘minov F. Pablik rileyshnz: istoriya i teoriY. –T.: Ijod dunyosi, 2004. – 120 s.
15. Xudoyqulov M. Jurnalistika va publitsistika. (O‘quv qo‘llanma). –T.: Universitet, 2008.
16. Cho‘lpon. Matbuot haqida maqolalar. Adabiyot nadir. –T.: O‘zbekiston, 1994.
17. O‘zbekiston Milliy ensiklopediyasi. 1-6 tomlar. –T.: 2000-2004.
18. O‘zbekiston Respublikasi: EnsiklopediY. –T.: Qomuslar bosh tahririyati, 1997. – 571-656 b.
19. Qozoqboyev T. Jurnalistika asoslari. O‘quv qo‘llanma –T.: Musiqqa, 2007. – 124 b.
20. Hozirgi zamon jurnalistikasi. Loyiha rahbari Q.T.Irnazarov. –T.: Aloqachi, 2008. – 304 b.

Internet saytlari

1. www.bilim.uz.
2. www.philosophy.ru.
3. www.history.ru.
4. www.gov.uz - Hukumat sayti.
1. www.press-service.uz - Prezident sayti.
2. www.ziyo.edu.uz - Vazirlik sayti.

ILOVALAR

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASINING QONUNI «OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI TO‘G‘RISIDA»GI O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI QONUNIGA O‘ZGARTISH VA QO‘SHIMCHALAR KIRITISH HAQIDA

(O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2007 y., 3-son, 20-modda)
Qonunchilik palatasi tomonidan
2006 yil 28 iyunda qabul qilingan

Senat tomonidan 2006 yil 30 noyabrda ma’qullangan

1-modda. O‘zbekiston Respublikasining 1997 yil 26 dekabrda qabul qilingan «Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida»gi 541-I-sonli **Qonuniga** (O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Axborotnomasi, 1998 yil, № 1, 10-modda; 2002 yil, № 9, 165-modda) o‘zgartish va qo‘shimchalar kiritilib, uning **yangi tahriri** tasdiqlansin (ilova qilinadi).

2-modda. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi:
hukumat qarorlarini ushbu Qonunga muvofiqlashtirsin;
davlat boshqaruvi organlarining ushbu Qonunga zid bo‘lgan o‘z normativ-huquqiy hujjatlarini qayta ko‘rib chiqishlari va bekor qilishlarini ta’minlasin.

3-modda. Ushbu Qonun rasmiy e’lon qilingan kundan e’tiboran kuchga kiradi.

 *LexUZ sharhi*

Ushbu Qonun «Xalq so‘zi» gazetasining 2007 yil 16 yanvardagi 11-12 (4164-4165) - sonida e’lon qilingan.

O‘zbekiston Respublikasining Prezidenti I. KARIMOV

Toshkent sh.,
2007 yil 15 yanvar,
O‘RQ-78-son

Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida

(yangi tahriri)

1-bob. Umumiy qoidalar

1-modda. Ushbu Qonunning maqsadi

Ushbu Qonunning maqsadi ommaviy axborot vositalarining tashkil etilishi, faoliyat ko‘rsatishi va faoliyatining tugatilishi sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat.

2-modda. Ushbu Qonunning qo‘llanilish sohasi

Ushbu Qonun O‘zbekiston Respublikasida tashkil etiladigan va faoliyat ko‘rsatadigan ommaviy axborot vositalariga, shuningdek chet davlatlar ommaviy

axborot vositalariga ular mahsulotining O'zbekiston Respublikasi hududida tarqatilishiga taalluqli qismiga nisbatan tatbiq etiladi.

3-modda. Ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonun hujjatlari

Ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonun hujjatlari ushbu Qonun va boshqa qonun hujjatlaridan iboratdir.

Agar O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomasida O'zbekiston Respublikasining ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonun hujjatlarida nazarda tutilganidan boshqacha qoidalar belgilangan bo'lsa, xalqaro shartnoma qoidalari qo'llaniladi.

4-modda. Ommaviy axborot vositalari

Ommaviy axborotni davriy tarqatishning doimiy nomga ega bo'lgan hamda bosma tarzda (gazetalar, jurnallar, axborotnomalar, byulletenlar va boshqalar) va (yoki) elektron tarzda (tele-, radio-, video, kinoxronikal dasturlar, umumfoydalanishdagi telekommunikatsiya tarmoqlaridagi veb saytlar) olti oyda kamida bir marta nashr etiladigan yoki efirga beriladigan (bundan buyon matnda chiqariladigan deb yuritiladi) shakli hamda ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa shakllari ommaviy axborot vositasidir.

O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalari o'z faoliyatini «Davlat tili haqida»gi O'zbekiston Respublikasi **Qonuniga** muvofiq amalga oshiradi.

5-modda. Ommaviy axborot vositalarining erkinligi

O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalari erkin bo'lib, o'z faoliyatini ushbu Qonunga va boshqa qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiradi.

Har kim, agar qonunda boshqacha qoida nazarda tutilmagan bo'lsa, ommaviy axborot vositalarida chiqish, o'z fikri va e'tiqodini oshkora bayon etish huquqiga egadir.

LexUZ sharhi

Qarang: mazkur Qonunning 6-moddasi.

Ommaviy axborot vositalari qonun hujjatlariga binoan axborotni izlash, olish, tarqatish huquqiga ega hamda tarqatilayotgan axborotning xolisligi va ishonchliligi uchun belgilangan tartibda javobgar bo'ladi.

LexUZ sharhi

Qarang: O'zbekiston Respublikasining «Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida»gi Qonuni.

6-modda. Ommaviy axborot vositalari erkinligini suiiste'mol qilishga yo'l qo'yilmasligi

Ommaviy axborot vositalaridan:

O'zbekiston Respublikasining mavjud konstitutsiyaviy tuzumini, hududiy yaxlitligini zo'rlik bilan o'zgartirishga da'vat qilish;

urush, zo'ravonlik va terrorizmni, shuningdek diniy ekstremizm, separatizm va aqidaparastlik g'oyalarini targ'ib qilish;

davlat siri bo'lgan ma'lumotlarni yoki qonun bilan qo'riqlanadigan boshqa sirni oshkor etish;

milliy, irqiy, etnik yoki diniy adovat qo'zg'atuvchi axborot tarqatish;
agar qonunda boshqacha qoida nazarda tutilmagan bo'lsa, giyohvandlik vositalari, psixotrop moddalar va prekursorlarni targ'ib qilish;

 *LexUZ sharhi*

Qarang: O'zbekiston Respublikasi «Giyohvandlik vositalari va psixotrop moddalar to'g'risida»gi Qonunining 34-moddasi.

pornografiyani targ'ib etish;

qonunga muvofiq jinoiy va o'zga javobgarlikka sabab bo'ladigan boshqa harakatlarni sodir etish maqsadida foydalanilishiga yo'l qo'yilmaydi.

Ommaviy axborot vositalari orqali fuqarolarning sha'ni va qadr-qimmatini yoki ishchanlik obro'sini tahqirlash, shaxsiy hayotiga aralashish taqiqlanadi.

Prokuror, tergovchi yoki surishtiruvchining yozma ruxsatisiz surishtiruv yoki dastlabki tergov materiallarini e'lon qilish, muayyan ish bo'yicha sud qarori chiqmasdan turib yoki sudning qarori qonuniy kuchga kirmay turib, uning natijalarini taxmin qilish yoxud sudga boshqacha yo'l bilan ta'sir ko'rsatish taqiqlanadi.

7-modda. Senzuraga yo'l qo'yilmasligi

O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarini senzura qilishga yo'l qo'yilmaydi. E'lon qilinayotgan xabarlar va materiallar oldindan kelishib olinishini, shuningdek ularning matni o'zgartirilishini yoki butunlay nashrdan olib qolinishini (efirga berilmasligini) talab qilishga hech kimning haqi yo'q.

2-bob. Ommaviy axborot vositalari faoliyatini tashkil etish

8-modda. Ommaviy axborot vositasini ta'sis etish huquqi

O'zbekiston Respublikasining yuridik va jismoniy shaxslari ommaviy axborot vositalarini ta'sis etish huquqiga egadirlar.

Ommaviy axborot vositasi bir nechta muassis tomonidan ham ta'sis etilishi mumkin.

Quyidagilar ommaviy axborot vositasining muassisi (bundan buyon matnda muassis deb yuritiladi) bo'lishi mumkin emas:

o'n sakkiz yoshga to'lmagan shaxs;

qasddan sodir etgan jinoyati uchun sudlanganlik holati tugallanmagan yoki sudlanganligi olib tashlanmagan yoxud sud tomonidan muomalaga layoqatsiz deb topilgan shaxs;

faoliyati qonun bilan taqiqlangan nodavlat notijorat tashkiloti.

 *LexUZ sharhi*

Batafsil ma'lumot uchun qarang: O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 57-moddasi va «O'zbekiston Respublikasida Jamoat birlashmalari to'g'risida»gi Qonunning 3-moddasi.

Ustav fondida chet el investitsiyalarining ulushi o'ttiz va undan ortiq foizni tashkil etgan yuridik shaxslar tomonidan ommaviy axborot vositalari ta'sis etilishiga yo'l qo'yilmaydi.

9-modda. Ta'sis hujjatlari

Ommaviy axborot vositasining ta'sis hujjatlari ta'sis shartnomasi va ommaviy axborot vositasi tahririyatining (bundan buyon matnda tahririyat deb yuritiladi) ustavidan (nizomidan) yoki faqat tahririyatning ustavidan (nizomidan) iboratdir.

10-modda. Ta'sis shartnomasi

Ta'sis shartnomasi bir nechta muassis o'rtasida tuziladi.

Ta'sis shartnomasida quyidagilar nazarda tutiladi:

muassislarning nomi (famiyasi, ismi, otasining ismi) va joylashgan yeri (pochta manzili);

ta'sis etilayotgan ommaviy axborot vositasining turi, nomi, tili, maqsadi, ixtisoslashuvi va davriyligi;

tahririyatning tashkiliy-huquqiy shakli;

tahririyatning ustav fondi miqdori va shakllantirish tartibi;

tahririyatni moliyalashtirish manbalari;

muassislarning tahririyat faoliyatida ishtirok etishga doir huquq va majburiyatlari;

tahririyatning boshqaruv organlarini shakllantirish tartibi;

foydani taqsimlash va zararlarning o'rnini qoplash tartibi;

ommaviy axborot vositasi chiqarilishini to'xtatib turish yoki tugatish tartibi;

qonun hujjatlariga muvofiq boshqa shartlar.

11-modda. Tahririyat ustavi (nizomi)

Tahririyat qonun hujjatlariga muvofiq qabul qilingan va muassis tomonidan tasdiqlangan ustav (nizom) asosida faoliyat ko'rsatadi.

Tahririyat ustavida (nizomida) quyidagilar belgilanadi:

ommaviy axborot vositasining turi, nomi, tili, maqsadi, ixtisoslashuvi, davriyligi va hajmi;

tahririyatning joylashgan yeri (pochta manzili);

muassis va tahririyatning huquq hamda majburiyatlari;

tahririyatni moliyalashtirish manbalari;

tahririyatning boshqaruv organlarini shakllantirish tartibi;

foydani taqsimlash va zararlarning o'rnini qoplash tartibi;

ommaviy axborot vositasi chiqarilishini to'xtatib turish yoki tugatish asoslari va tartibi;

tahririyatni qayta tashkil etish va tugatish tartibi;

ustavni (nizomni) qabul qilish va unga o'zgartishlar kiritish tartibi;

qonun hujjatlariga muvofiq boshqa qoidalar.

12-modda. Muassis va tahririyat o'rtasidagi shartnoma

Muassis va tahririyat o'rtasidagi shartnomada quyidagilar belgilanadi:

muassis va tahririyatning huquq hamda majburiyatlari;

ommaviy axborot vositasini tayyorlash va chiqarish shartlari;

tahririyat faoliyatini moliyalashtirish tartibi;

tahririyat xodimlarining ishlab chiqarish va ijtimoiy-maishiy mehnat sharoitlarini tashkil etish tartibi;

uchinchi shaxslar bilan o'zaro munosabatlar tartibi;
taraflarning javobgarligi;
qonun hujjatlariga muvofiq boshqa shartlar.

Agar muassis va tahririyat sifatida bir shaxs ish yuritssa, shartnoma tuzish talab etilmaydi.

13-modda. Muassisning huquqlari

Muassis:

ommaviy axborot vositasining ro'yxatda qayd etilgan nomidan foydalanish va uni tasarruf etish;

tahririyatning boshqaruv organlarini shakllantirishda ta'sis shartnomasi, tahririyat ustavi (nizomi) va qonun hujjatlarida belgilangan tartibda ishtirok etish;

foydani taqsimlashda va zararlarning o'rnini qoplashda ishtirok etish;

eng katta hajmi va chiqariladigan muddati tahririyat ustaviga (nizomiga) yoki muassis va tahririyat o'rtasidagi shartnomaga muvofiq belgilanadigan, reklama tusida bo'lmagan xabar yoki materialni o'z nomidan ommaviy axborot vositasida bepul joylashtirish;

tahririyatning faoliyati tugatilgan taqdirda, kreditorlar bilan hisob-kitob qilinganidan keyin qolgan mol-mulkni yoki uning qiymatini qonun hujjatlarida nazarda tutilgan tartibda olish huquqiga ega.

Muassis qonun hujjatlariga muvofiq boshqa huquqlarga ham ega bo'lishi mumkin.

14-modda. Muassisning majburiyatlari

Muassis:

tahririyatni tashkil etishi;

tahririyat ustavini (nizomini) tasdiqlashi;

tahririyat bilan shartnoma tuzishi;

ommaviy axborot vositasining chiqarilishini ta'minlashi;

ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonun hujjatlariga rioya etilishini ta'minlashi;

muassisning ustav fondi o'zgarganligi haqida, agar ustav fondida chet el investitsiyalari ulushi ushbu Qonun 8-moddasining to'rtinchi qismida nazarda tutilgan chegaradan ortib ketgan bo'lsa, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadigan vakolatli davlat organini (bundan buyon matnda ro'yxatdan o'tkazuvchi organ deb yuritiladi) xabardor etishi shart.

LexUZ sharhi

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2004 yil 11 iyundagi 274-sonli qarori bilan tasdiqlangan «O'zbekiston matbuot va axborot agentligi to'g'risida»gi Nizomga muvofiq O'zbekiston matbuot va axborot agentligi ommaviy axborot vositalari, axborotlar almashish, matbuot, noshirlik, matbaachilik faoliyati hamda davriy nashrlarni tarqatish sohasida davlat siyosatini ishlab chiqish va amalga oshirish borasidagi vazifalarni hal etish uchun vakolat berilgan davlat boshqaruvi organi hisoblanadi.

Muassisning zimmasida qonun hujjatlariga muvofiq boshqa majburiyatlar ham bo'lishi mumkin.

15-modda. Tahririyat

Tahririyat ommaviy axborot vositasining chiqarilishini amalga oshiruvchi yuridik shaxs yoki yuridik shaxsning tarkibiy bo'linmasidir.

Tahririyat qonun hujjatlarida nazarda tutilgan har qanday tashkiliy-huquqiy shaklda tashkil etilishi mumkin.

Tahririyat o'z kasb faoliyatida mustaqildir.

Tahririyat bosh muharrir va tahririyat xodimlaridan iborat bo'lishi mumkin.

Tahririyat ommaviy axborot vositasi davlat ro'yxatidan o'tkazilganidan keyin o'z faoliyatini boshlashi mumkin.

Tahririyat faoliyatini moliyalashtirish qonun hujjatlarida belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

 *LexUZ sharhi*

Qo'shimcha ma'lumot uchun qarang: O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2006 yil 8 noyabrdagi 232-sonli qarori bilan tasdiqlangan «Ommaviy axborot vositalarini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish sohasida beg'araz ko'makni jalb etish tartibi to'g'risida»gi Nizom.

16-modda. Bosh muharrir

Bosh muharrir muassis tomonidan lavozimga tayinlanadi va lavozimdan ozod qilinadi.

Bosh muharrir tahririyatga rahbarlik qiladi, ommaviy axborot vositasining chiqarilishi to'g'risida qaror qabul qiladi va uning faoliyati uchun qonun hujjatlariga muvofiq javobgar bo'ladi.

Qonun hujjatlari va ta'sis hujjatlariga muvofiq bosh muharrir ommaviy axborot vositasining muassisi, tarqatuvchisi, davlat hokimiyati va boshqaruv organlari hamda boshqa yuridik va jismoniy shaxslar bilan munosabatlarda, shuningdek sudda tahririyat nomidan ish yuritadi.

17-modda. Tahririyat xodimi

Tahririyat shtatida turgan, materiallarni to'plash, tahlil, tahrir qilish hamda tayyorlash bilan shug'ullanuvchi shaxs tahririyat xodimidir.

18-modda. Ommaviy axborot vositasining chiqarilishiga doir ma'lumotlar

Har bir davriy nashrning chiqarilishida quyidagi ma'lumotlar ko'rsatilishi shart:

davriy nashrning nomi;

davlat ro'yxatidan o'tkazilgan sanasi va raqami;

muassisning nomi (familiyasi, ismi, otasining ismi);

bosh muharrirning familiyasi, ismi, otasining ismi;

har bir davriy nashr chiqarilishi uchun mas'ul bo'lgan tahririyat xodimining familiyasi, ismi, otasining ismi;

tartib raqami va chiqarilgan sanasi, davriy bosma nashrlar uchun esa bosishga ruxsat berilib, imzo qo'yilgan vaqt (jadvalda belgilangani va amaldagisi);

davriy bosma nashrlar uchun — indeks, adadi, bahosi yoki «Kelishilgan narxda», «Bepul» degan yozuvlar;

tahririyat va bosmaxonaning joylashgan yeri (pochta manzili).

Tele-, radio-, video-, kinoxronikal dasturlarga va ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa elektron shakllariga doir ma'lumotlar qonun hujjatlari bilan belgilanadi.

3-bob. Ommaviy axborot vositalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish

19-modda. Ommaviy axborot vositasini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi

Ommaviy axborot vositasi ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan davlat ro'yxatidan o'tkaziladi (bundan buyon matnda ro'yxatdan o'tkazish deb yuritiladi). Ommaviy axborot vositalarini ro'yxatdan o'tkazish tartibi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadi.

 *LexUZ sharhi*

Qarang: O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2006 yil 11 oktabrdagi 214-son qarori bilan tasdiqlangan «O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi to'g'risida»gi Nizom.

Ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi ariza ro'yxatdan o'tkazuvchi organga belgilangan tartibda muassis tomonidan beriladi.

Muassisning ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi arizasi ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan bir oy muddatda ko'rib chiqilishi kerak.

Ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazganlik hamda qayta ro'yxatdan o'tkazganlik uchun qonun hujjatlarida belgilangan tartibda va miqdorlarda ro'yxatdan o'tkazish yig'imi olinadi.

 *LexUZ sharhi*

Qo'shimcha ma'lumot uchun qarang: O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2006 yil 11 oktabrdagi 214-son qarori bilan tasdiqlangan «O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi to'g'risida»gi Nizomga 1-ilova.

20-modda. Ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi ariza

Ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi arizada quyidagilar ko'rsatilishi kerak:

- muassis to'g'risidagi ma'lumotlar;
- ommaviy axborot vositasining nomi, tili va turi;
- maqsad va vazifalari;
- ixtisoslashuvi;
- tarqatilish hududi;
- davriyligi;
- moliyalashtirish manbalari;
- tahririyatning joylashgan yeri (pochta manzili) va tahririyat to'g'risidagi boshqa ma'lumotlar;
- hajmi;

muassis va tahririyat boshqa qaysi ommaviy axborot vositalariga nisbatan muassis, ishonchli boshqaruvchi, noshir, tarqatuvchi ekanligi haqidagi (barcha affillangan shaxslarning va ulardan har birining tahririyat ustav fondidagi ulushi miqdorlari ko'rsatilgan) ma'lumotlar.

Ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi arizaga ommaviy axborot vositasining ta'sis hujjatlari ilova qilinadi.

Agar muassis bitta shaxsdan iborat bo'lsa, ro'yxatdan o'tkazuvchi organga taqdim etiladigan ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi arizaga faqat tahririyat ustavi (nizomi) ilova qilinadi.

Ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazishda ushbu moddada nazarda tutilganidan boshqa talablar qo'yish taqiqlanadi.

Ushbu modda birinchi qismining **ikkinchi—beshinchi** xatboshilarida, shuningdek **ikkinchi qismida** ko'rsatilgan ma'lumotlar va hujjatlarga ommaviy axborot vositasi ro'yxatdan o'tkazilganidan so'ng o'zgartishlar kiritilgan taqdirda, u belgilangan tartibda qayta ro'yxatdan o'tishi shart. Qolgan hollarda muassis yoki tahririyat kiritilgan o'zgartishlar to'g'risida ro'yxatdan o'tkazuvchi organni bir oy muddatda yozma shaklda xabardor qilishi shart.

 *LexUZ sharhi*

Qo'shimcha ma'lumot uchun qarang: O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2006 yil 11 oktabrdagi 214-son qarori bilan tasdiqlangan «O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi to'g'risida»gi Nizomning 12-bandi.

21-modda. Ro'yxatdan o'tkazilmaydigan ommaviy axborot vositalari

Quyidagilarning ro'yxatdan o'tkazilishi talab etilmaydi:

faqat o'z rasmiy xabarlari va materiallarini, shuningdek normativ-huquqiy hujjatlarini e'lon qilish uchun davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan ta'sis etiladigan ommaviy axborot vositalari;

korxona, muassasa, tashkilotning (shu jumladan o'quv va ilmiy muassasaning) o'z ehtiyojlarini qondirish uchun adadi yuztagacha nusxada chop etiladigan davriy bosma nashrlar;

kabel tarmoqlari orqali olib beriladigan (ko'rsatiladigan) tele-, radio-, video, kinoxronikal dasturlar, shuningdek tarqatilishi bir korxona, muassasa, tashkilot (shu jumladan o'quv va ilmiy muassasa) binosi va (yoki) hududi bilan cheklanadigan audio-, audiovizual xabar va materiallar.

22-modda. Ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazishni rad etish

Ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazish quyidagi hollarda rad etilishi mumkin:

ommaviy axborot vositasining maqsad va vazifalari qonun hujjatlariga zid bo'lsa;

ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi ariza ushbu Qonunga muvofiq ommaviy axborot vositasini ta'sis etish huquqiga ega bo'lmagan yuridik yoki jismoniy shaxs nomidan berilgan bo'lsa;

ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi arizada ko'rsatilgan ma'lumotlar haqiqatga mos kelmasa;

bundan avval aynan bir xil yoki adashtirib yuborish darajasida o'xshash nomdagi ommaviy axborot vositasi ro'yxatdan o'tkazilgan bo'lsa.

Ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazish rad etilgan taqdirda, rad etish asoslari ko'rsatilgan yozma xabarnoma qaror chiqarilgandan keyin o'n kun ichida arizachiga yuboriladi.

Muassis ro'yxatdan o'tkazuvchi organning ommaviy axborot vositasini ro'yxatdan o'tkazishni rad etish to'g'risidagi qarori ustidan sudga shikoyat qilishi mumkin.

23-modda. Ommaviy axborot vositasi ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomani haqiqiy emas deb topish

Ommaviy axborot vositasi ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnoma faqat sud tomonidan haqiqiy emas deb topilishi mumkin.

Ommaviy axborot vositasi ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomaning soxta hujjatlardan foydalanilgan holda olinganligi ommaviy axborot vositasi ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomani haqiqiy emas deb topish uchun asos bo'ladi. Bunda ro'yxatdan o'tkazuvchi organ ommaviy axborot vositasi ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomani haqiqiy emas deb topish haqidagi ariza bilan sudga murojaat qilishi shart.

Ommaviy axborot vositasi ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomani haqiqiy emas deb topish haqidagi ma'lumot ommaviy axborot vositalarida e'lon qilinishi kerak.

24-modda. Ommaviy axborot vositasining chiqarilishini to'xtatib turish yoki tugatish

Ommaviy axborot vositasining chiqarilishini to'xtatib turish yoki tugatish ro'yxatdan o'tkazuvchi organning arizasi asosida sudning qaroriga ko'ra amalga oshiriladi.

Muassis ommaviy axborot vositasining chiqarilishini tahririyat ustavida (nizomida) yoki muassis va tahririyat o'rtasida tuzilgan shartnomada nazarda tutilgan hollarda hamda tartibda to'xtatib turish yoki tugatishga haqlidir.

Muassis ommaviy axborot vositasining chiqarilishini to'xtatib turish yoki tugatish to'g'risida qaror qabul qilinganidan keyin o'z qarori haqida ro'yxatdan o'tkazuvchi organni uch kun ichida yozma shaklda xabardor etishi shart. Mazkur xabarnoma ushbu ommaviy axborot vositasi chiqarilishining to'xtatib turilishi yoki tugatilishidan oldingi so'nggi chiqarilishlaridan biriga joylashtirilishi kerak.

Ommaviy axborot vositasining chiqarilishini sud qaroriga ko'ra to'xtatib turish ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan tahririyatga nisbatan chiqarilgan ogohlantirishga sabab bo'lgan qonun hujjatlari buzilishi takroriy yozma ogohlantirishdan keyin bir oy ichida bartaraf etilmagan taqdirda amalga oshiriladi.

Ommaviy axborot vositasining chiqarilishini qayta boshlash ro'yxatdan o'tkazuvchi organ aniqlagan qonun hujjatlari buzilishlari bartaraf etilganligini tasdiqlovchi ma'lumotlar muassis va (yoki) tahririyat tomonidan sudga taqdim etilganidan keyin sud qaroriga asosan amalga oshiriladi.

Ommaviy axborot vositasining chiqarilishini tugatish to'g'risida sud tomonidan qaror chiqarish uchun quyidagilar asos bo'lishi mumkin:

ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonun hujjatlari talablari tahririyat tomonidan muntazam ravishda buzib kelinganligi, bu haqda ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan muassis va (yoki) tahririyat nomiga ilgari yozma ogohlantirishlar yuborilganligi;

sudning ommaviy axborot vositasini chiqarishni to'xtatib turish haqidagi qarori bajarilmaganligi;

ommaviy axborot vositasining olti oydan ziyod vaqt mobaynida chiqarilmaganligi;

qonun hujjatlarida belgilangan boshqa hollar.

Ommaviy axborot vositasining chiqarilishini tugatish uning ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomaning amal qilishi tugatilishiga sabab bo'ladi.

Ommaviy axborot vositasining chiqarilishini tugatish to'g'risida muassis tomonidan qaror qabul qilingan taqdirda, tahririyat muassisning ruxsati bilan xuddi shunday nomdagi ommaviy axborot vositasini belgilangan tartibda ta'sis etishga haqlidir. Bunday holda ommaviy axborot vositasini qayta ro'yxatdan o'tkazish talab qilinadi.

4-bob. Ommaviy axborot vositalari mahsulotini tarqatish. Ommaviy axborot vositalari bozorini monopollashtirishga yo'l qo'yilmasligi

25-modda. Ommaviy axborot vositalari mahsuloti

Davriy bosma nashr alohida sonining adadi yoki adadining bir qismi yoxud tele-, radio-, video-, kinoxronikal dasturlarning va ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa elektron tarzda alohida chiqarilishi ommaviy axborot vositalarining mahsulotidir.

26-modda. Ommaviy axborot vositalari mahsulotini tarqatish

Ommaviy axborot vositasi mahsulotini tarqatish bevosita tahririyat tomonidan, shuningdek belgilangan tartibda yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan shartnoma asosida amalga oshirilishi mumkin.

Bosma ommaviy axborot vositalari mahsulotini tarqatish ularga obuna tashkil etish, shuningdek chakana savdo tarmog'i orqali amalga oshiriladi. Ro'yxatdan o'tkazilgan davriy bosma nashrlar adadini chakana savdo orqali, shu jumladan qo'lda sotish nashrlar tahririyatlarining shtatdagi tarqatuvchilari tomonidan yoki savdo tarmog'iga ega bo'lgan yuridik shaxslar, shuningdek yakka tartibdagi tadbirkorlar tomonidan, qonun hujjatlarida belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

LexUZ sharhi

Qo'shimcha ma'lumot uchun qarang: O'zbekiston Respublikasida davriy bosma nashrlarni tarqatish qoidalari (ro'yxat raqami 1826, 18.06.2008 y.).

Ommaviy axborot vositasining har bir alohida chiqarilishining tarqatilishiga bosh muharrir uning chiqarilishi uchun ruxsat berganidan keyingina yo'l qo'yiladi.

Ko'rsatuv va eshittirish uzluksiz davom etganda ommaviy axborot vositasi mahsulotining tarqatilishiga bosh muharrir dastlabki ruxsat bergan paytdan e'tiboran hamda ko'rsatuv va eshittirishdagi tanaffusga qadar yo'l qo'yiladi.

27-modda. Davriy bosma nashrning elektron shakli

Davriy bosma nashrning elektron shakli davriy bosma nashrni tarqatish usullaridan biridir.

Tegishli davriy bosma nashrning bosma va elektron shakllarining mazmuni aynan bir xil bo'lgan hamda qonun hujjatlari talablariga rioya etilgan taqdirda, davriy bosma nashr tahririyati davriy bosma nashrning elektron shaklini mustaqil ommaviy axborot vositasi sifatida ro'yxatdan o'tkazmasdan tarqatishga haqlidir.

Davriy bosma nashrning bosma shaklida mavjud bo'lgan reklama xabarlarining elektron shakldan olib tashlanishi va (yoki) butunlay yoki qisman almashtirilishi, shuningdek elektron shaklda ifodalangan materiallar hajmining bosma shaklidagiga nisbatan qisqartirilishi mazmunning aynan bir xilligi buzilishi deb qaralmaydi.

Davriy bosma nashr tahririyati davriy bosma nashrning elektron shakli tarqatilishi to'g'risida ro'yxatdan o'tkazuvchi organi yozma shaklda xabardor qilishi shart.

28-modda. Davriy bosma nashrlarga ilovalar

Davriy bosma nashrlar ilovalar bilan chiqarilishi mumkin. Ilovalar qaysi davriy nashrga taalluqli bo'lsa, ularda o'sha asosiy davriy bosma nashrning nomi ko'rsatilishi kerak.

Davriy bosma nashrning alohida nomga ega bo'lgan ilovalariga mustaqil ommaviy axborot vositasi sifatida qaraladi va u umumiy asoslarda ro'yxatdan o'tkazilishi kerak.

29-modda. Nazorat nusxalari va majburiy nusxalar

Davriy bosma nashrlarning nazorat nusxalari tahririyatga, muassisga va ro'yxatdan o'tkazuvchi organga bepul yuboriladi.

Davriy bosma nashrlarning majburiy nusxalari yuboriladigan muassasalar va tashkilotlarning ro'yxati O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadi.

30-modda. Ommaviy axborot vositalari bozorini monopollashtirishga yo'l qo'yilmasligi

Ommaviy axborot vositalari bozorini monopollashtirishga yo'l qo'yilmaydi.

Bironta ham yuridik yoki jismoniy shaxs ommaviy axborot vositalarining tegishli markaziy yoki mahalliy bozoriga chiqariladigan ommaviy axborot vositalarining yigirma besh foizidan ortig'iga muassis (hammuassis) bo'lishga va (yoki) ularni shuncha miqdorda o'z mulkida, egaligida, foydalanishida, tasarrufida, yurituvda yoxud boshqaruvida (bevosita yoki affillangan shaxslar orqali) saqlashga haqli emas.

31-modda. O'zbekiston Respublikasi hududida chet davlatlar ommaviy axborot vositalari mahsulotini tarqatish

O'zbekiston Respublikasi hududida chet davlatlar ommaviy axborot vositalari mahsulotini tarqatish O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi belgilaydigan tartibga, shuningdek O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalariga muvofiq amalga oshiriladi.

LexUZ sharhi

Qarang: O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 7 fevraldagi PQ-277-sonli Qarori bilan tasdiqlangan «Xorijiy ommaviy axborot vositalarining tele-, radio mahsulotlarini O'zbekiston Respublikasi hududida tarqatish tartibi to'g'risida»gi Nizom.

Chet davlatlarning ommaviy axborot vositalari tomonidan ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonun hujjatlari talablari buzilgan taqdirda, ularning mahsulotini O'zbekiston Respublikasi hududida tarqatish tugatilishi mumkin.

5-bob. Ommaviy axborot vositalarining fuqarolar va tashkilotlar bilan munosabatlari

32-modda. Muallif materiallaridan va xatlardan foydalanish

Ommaviy axborot vositalarida muallif materiallaridan, fan, adabiyot va san'at asarlaridan qonun hujjatlariga muvofiq foydalanilishiga yo'l qo'yiladi.

LexUZ sharhi

Qarang: O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksining 60-bobi va O'zbekiston Respublikasining «Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to'g'risida»gi Qonuni.

Tahririyatga kelgan xatlarni e'lon qilishga tayyorlash chog'ida ularning mazmunini buzmaganda matnini qisqartirish hamda tahrir qilishga yo'l qo'yiladi.

Tahririyat qonuniy asoslarda rad etgan materialni ommaviy axborot vositasida majburan e'lon qildirishga hech kim haqli emas.

33-modda. Axborot manbaini oshkor etmaslik

Tahririyat o'z nomini oshkor etmaslik sharti bilan berilgan axborot, ma'lumotlar, faktlar yoki dalillar manbaining nomini, shuningdek taxallusini qo'ygan muallifning nomini ularning yozma roziligisiz oshkor etishga haqli emas.

Tahririyat axborot manbaining yoki taxallusini qo'ygan muallifning talabiga binoan ularning nomidan sudda ishtirok etishi mumkin.

34-modda. Raddiya berish va javob qaytarish huquqi

Yuridik yoki jismoniy shaxs ommaviy axborot vositasida e'lon qilingan, haqiqatga mos kelmaydigan hamda o'zining sha'ni va qadr-qimmati yoki ishchanlik obro'sini tahqirlovchi ma'lumotlar uchun raddiya berishni tahririyatdan talab qilishga haqlidir.

E'lon qilingan material tufayli huquqlari va qonuniy manfaatlari buzilgan yuridik va jismoniy shaxslar mazkur ommaviy axborot vositasida raddiya yoki javobni e'lon qilishga haqlidir. Raddiya yoki javob berilishiga sabab bo'lgan material bosilgan ayni o'sha sahifada maxsus rukn ostida e'lon qilinishi kerak.

Raddiya yoki javob gazetalarda ular olingan kundan e'tiboran bir oy ichida, boshqa davriy nashrlarda navbatdagi sonda e'lon qilinishi shart.

Tele-, radio-, video, kinoxronikal dasturlar va ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa elektron shakllari tahririyati tomonidan olingan raddiya yoki javob aynan o'sha dastur yoki turkumda, kelgan kunidan e'tiboran bir oydan kechiktirmay e'lon beriladi.

Agar raddiya yoki javobni e'lon qilish hajmi va vaqti ommaviy axborot vositasining faoliyatiga zarar yetkazishi mumkin bo'lsa, matnni axborot manbai yoki muallif bilan kelishilgan holda asoslangan tahrir qilishga yo'l qo'yiladi.

Ommaviy axborot vositasi raddiyani, javobni e'lon qilishdan bo'yin tovlasa yoxud ularni e'lon qilish uchun belgilab qo'yilgan muddatni buzsa, yuridik yoki jismoniy shaxs da'vo arizasi bilan sudga murojaat qilishga haqlidir.

35-modda. Rasmiy xabarlar va axborotni e'lon qilish

Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan ta'sis etilgan ommaviy axborot vositalari shu organlarning rasmiy xabarlar va materiallarini, shuningdek normativ-huquqiy hujjatlarini e'lon qilishi shart.

Favqulodda vaziyatlar to'g'risidagi shoshilinch xabarlar yoki vakolatli davlat organlari tomonidan jamoatchilikka tezkorlik bilan yetkazish maqsadida berilgan xabarlar barcha ommaviy axborot vositalarida e'lon qilinadi.

Sudning aynan shu ommaviy axborot vositasida e'lon qilish to'g'risidagi ko'rsatmasi bo'lgan, qonuniy kuchga kirgan qarorini tahririyat sud qarorida ko'rsatilgan muddatda bepul e'lon qilishi shart.

Ushbu moddaning **birinchi — uchinchi** qismlarida nazarda tutilganidan boshqa har qanday axborot, xabar va e'lon tahririyat bilan tuziladigan shartnoma asosida e'lon qilinadi.

6-bob. Yakunlovchi qoidalar

36-modda. Axborot agentliklari

Ushbu Qonun axborot agentliklariga nisbatan qo'llanilgan taqdirida, ularga bir vaqtning o'zida ommaviy axborot vositasining tahririyati, noshiri, tarqatuvchisi maqomi hamda huquqiy rejimi tatbiq etiladi.

Axborot agentligi tomonidan ta'sis etiladigan, doimiy nomga ega bo'lgan axborotnoma, xabarnoma, boshqa nashr yoki dastur ushbu Qonunda belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tkaziladi.

 *LexUZ sharhi*

Qarang: mazkur Qonunning 3-bobi.

Axborot agentligining xabarlar va materiallari boshqa ommaviy axborot vositasi tomonidan tarqatilgan taqdirida, axborot agentligining nomi ko'rsatilishi shart.

37-modda. Xalqaro hamkorlik

Ommaviy axborot sohasidagi xalqaro hamkorlik xalqaro huquqning umum e'tirof etilgan prinsiplari va normalari, shuningdek O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalari va qonun hujjatlari asosida amalga oshiriladi.

38-modda. Chet davlatlar ommaviy axborot vositalarining vakolatxonalari va vakillarini akkreditatsiya qilish

Chet davlatlar ommaviy axborot vositalarining vakolatxonalari va vakillari O'zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligida akkreditatsiya qilinganidan keyin O'zbekiston Respublikasida o'z faoliyatini amalga oshiradi.

Chet davlatlar ommaviy axborot vositalarining O'zbekiston Respublikasida akkreditatsiya qilingan vakolatxonalari va vakillarining huquqiy maqomi hamda kasbiy faoliyatini amalga oshirish shartlari qonun hujjatlari bilan belgilanadi.

 *LexUZ sharhi*

Qo'shimcha ma'lumot uchun qarang: O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2006 yil 24 fevraldagi 33-son qarori bilan tasdiqlangan O'zbekiston Respublikasi hududida xorijiy davlatlar ommaviy axborot vositalari muxbirlarining kasb faoliyatini tartibga soluvchi asosiy qoidalar.

39-modda. Nizolarni hal etish

Ommaviy axborot vositalarining tashkil etilishi, faoliyat ko'rsatishi va faoliyatining tugatilishi sohasida yuzaga keladigan nizolar qonun hujjatlarida belgilangan tartibda hal etiladi.

40-modda. Ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonun hujjatlarini buzganlik uchun javobgarlik

Ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonun hujjatlarini buzganlikda aybdor shaxslar belgilangan tartibda javobgar bo'ladilar.

 *LexUZ sharhi*

Qarang: O'zbekiston Respublikasi Ma'muriy javobgarlik to'g'risidagi kodeksining 218-moddasi, O'zbekiston Respublikasi Jinoyat kodeksining 139-moddasi ikkinchi qismi va 140-moddasi ikkinchi qismi.

Bosh muharrir, shuningdek jurnalist ommaviy axborot vositalarida haqiqatga mos kelmaydigan materiallarni tarqatganlik uchun quyidagi hollarda javobgar bo'lmaydi:

agar bu ma'lumotlar rasmiy xabarlardan, normativ-huquqiy hujjatlardan yoki rasmiy statistika hisobotlari ma'lumotlaridan yoxud axborot agentliklari yoki davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining matbuot xizmatlari orqali olingan bo'lsa;

agar bu ma'lumotlar oldindan yozib olinmasdan efirga beriladigan mualliflik chiqishlarida mavjud bo'lsa yoki chiqishlarning so'zma-so'z takrorlanishi (stenografiya, audio-, videoyozuvi) bo'lsa.