

Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий Университети
Журналистика факультети

Реферат

МABЗУ: *Давлат ташилотларида матбуот хизматлари
тузилмаси ва мажбуриятлари*

Бажарди: Тилланисо Эшбоева
Текширди: Нишонова Гулнора

Тошкент-2013

Кириш

1. Жамоатчилик билан алоқалар тарихи ва назарияси.
2. ПР назарияси ва унинг журналистика билан узвийлиги.
3. Жамоатчилик билан ишлаш институтининг жамиятда тутган ўрни.

Хулоса.

Фойдаланган адабиётлар.

Кириш

Мустақиллик яратган имкониятлар шарофати билан мамлакатимизда инсон манфаатлари, тинчлиги ва фаровонлигига хизмат қилувчи эркин ижтимоий-сиёсий тузум барпо этишни таъминловчи кенг камровли демократик ислохотлар амалга оширилди. Ўзбекистон миллий-ҳуқуқий демократик давлат. Фуқаролик жамияти қурилишида тан олинган халқаро демократик тамойилларга, ривожланган демократик давлатлар тажрибасига, ҳамда кўп минг йиллик ўзбек давлатчилиги тарихи ва ўзига хос миллий-маънавий, ахлоқий қадриятларга таянади.

“Конституциявий меъёрлар ва қонунларнинг устиворлиги, улар инсон манфаатини кўзлаб иш тутишга ва шу доирада ижтимоий ўзаро муносабатларни мақбул ҳолга келтиришга йўналтирилганлиги мамлакатда барқарорликни ҳуқуқий жиҳатдан таъминлашнинг, фуқаролик жамияти асосларини қарор топтиришнинг, фуқаролик жамияти асослари қарор топтиришнинг асосий омилдир”, деб бежиз таъкидламаган Президент И.А. Каримов¹.

Юртимиз истиқлолга эришгунга қадар кўпчилигимиз “Паблик рилейшнз” фани ҳақида тасаввурига эга эмасдик. Ваҳоланки, Паблик рилейшнз XX аср бошларида пайдо бўлган ва дунёвий фан сифатида шакллана борган эди. Мазкур соҳа бўйича илмий-тадқиқот ишлари олиб бораётган Т.Эшбековнинг таъкидлашича: “Ўтган асрнинг қомусий манбаси ҳисобланган, ҳамда турфа фанлар ҳақида жуда кўп маълумотлар жамланган 14 томлик “Ўзбек Совети энциклопедияси” да ҳам ҳатто 1979 йилда чоп этилган улкан китоб-“Советский энциклопедический словарь”да ҳам “Паблик рилейшнз” ҳақида бирорта сатр йўқ”². Демакки, шўро фани энг чўққига эришган даврда ҳам бу дунёвий фан эътибордан четда қолаверган. Негаки, собиқ шўро тузуми мафқураси “Жамоатчилик билан алоқалар” деган гапни ҳазм қила олмасди. Жамоатчилик билан алоқада мантиқан ҳар қандай

¹ Каримов И.А. Ўзбекистон XX аср бўсағасида: Ҳавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари.-Т.: Ўзбекистон, 1997. 173-б.

² Эшбек Т. Фанларро фан.// Жамият ва бошқарув. 2003. №4.63-б.

фикр икки томонлама айтилиши ва айни вақтда-тингланиши шарт. Шўро “даҳо” ларининг айтгани айтган, дегани деган бир даврда мустақил фикр юритиш ёки янги ҳодисаларни муҳокама этишга йўл қўйилмас, умуман жамоатчилик фикри инобатга олинмас эди.

Профессор Файзулла Мўминов “Паблик рилейшнз: История и теория” китобида таъкидлаганидек: “Собиқ СССР даврида генетика ва кибернетикага йиллар мобайнида ёлғон илм деб таъриф бериб келинди”¹. Шунчалик илмий асоси мустаҳкам фанларни “ёлғон” дегувчилардан ПР га нисбатан адолатли фикр кутиш мумкинми?

“Жамотачилик билан алоқалар йўлга қўйилган тақдирда ўзлари бир четга “сурилиб” қолишдан хавотирга тушган собиқ компартия корчалонлари бу фанни ҳаттоки илм даргоҳларига йўлатмади. Унга оид китоблар “иттифоқ” ҳудудига кириб келишига йўл қўйилмади. Хўш, йўл қўйилган тақдирда нима бўларди? У ҳолда-миллат уйғонарди, миллий онг юксаларди”, деб тўғри таъкидлайди Т.Эшбеков бошқа мақоласида².

Аслида, собиқ комфирқачилар бу фан моҳиятини яхши тушунган. Зарур пайти ўзларининг манфаатлари йўлида ундан фойдаланган ҳам. “Қора пиар” кўпинча уларнинг қора ниятларига хизмат қилгани бугун сир эмас.

Истиқлол шарофати билан бу дунёвий фан “кучли ҳуқуқий давлатдан кучли фуқаровий жамият куриш” борасидаги ҳаракатларимизда бизга дастуриламол бўлаяпти. Унга оид адабиётлар катта қизиқиш билан ўрганилмоқда. Муҳими, бу фан амалиёти тез орада жиддий воқеликка айланади. Жамоатчилик билан алоқалар бугун деярли барча соҳаларда тараққиёт омили сифатида хизмат қилаётгани сир эмас.

¹ Мўминов Ф. Паблик рилейшнз: история и теория. –Т.: Ижод дунёси. 2004. 4-б.

² Эшбек Т. Ҳурматга асосланган муносабат//Ўзбекистон адабиёти ва санъати. 2005.18 март.

1. Жамоатчилик билан алоқалар тарихи ва назарияси.

Жамоатчилик билан ишлаш (Паблик рилейшнз) институти ғарбда узок йиллардан буён йирик ижтимоий-сиёсий механизм сифатида яшаб келмоқда. Ғарчанд бу тушунчани биз яқин-яқиндан бошлаб истифода эта бошлаган бўлсак-да, паблик рилейшнз бўйича кўникмаларимиз жадал шаклланиб бораётганини кузатиш мумкин.

Ғарбда қисқача ПР деб аталган бу тушунча бизларнинг тилимизда жамоатчилик билан алоқалар тарзида қўлланилмоқда. Бу тушунча муайян бир мақсадга йўналтирилган, яъни жамоатчилик билан алоқа, бу унинг фикри билан икки ёқлама боғланиш демакдир. Бир томондан омма фикрини ўрганиш ва таҳлил этишдир, иккинчи томондан унга таъсир ўтказиш.

Соддароқ қилиб айтганда, бугун биз жамоатчилик билан алоқа деб таърифлаётган механизм бу табиатан тарғибот-ташвиқотнинг ўзгача бир кўринишидир. Фақат ташвиқот оддий ва очиқ амаллар воситасида қўлланилса, паблик рилейшнз киши билмас усуллар орқали одамлар онгига таъсир кўрсатишни назарда тутди. Аслида паблик рилейшнзда ахборот стратегиясининг ҳамма унсурларини топиш мумкин: ташвиқот, манипуляция, паблисти, (реклама, ахборот менежменти ва ҳ.к.)¹. Бу амалларнинг барчаси бугунги кунда паблик рилейшнз тизимини ташкил этиб, у омма билан икки томонлама мулоқот ўрнатиш учун сафарбар этилмоқда.

Мутахассислар фикрича, ПРнинг 500 га яқин таърифи бор. Шундай таърифларнинг бирини Буюк Британияда 1948 йилдан буён фаолият кўрсатиб келаётган жамоатчилик билан алоқалар институти мутахассислари келтиради: “ПР-бу ташкилот билан жамоатчилик ўртасида дўстона муносабат, ўзаро англашув муҳитини яратиш ва уни сақлаб туришига хизмат қилувчи, илгаридан режалаштирилган, давомий, саъй-ҳаракатдир”².

¹ Поченцов Г.Т. Паблик рилейшнз для профессионалов.-М.:Реф-бук. 1999, 6-б.

² Чумиков А.Связи с общественностью. Учебное пособие.-М.: Дело. 2000. 19-б.

Шундан ўзга таърифларда ПРнинг у ёки бу томонларига урғу берилади. Бу таърифларни жамлаб шуни ифода этиш мумкин: “Паблик рилейшнз-ташкилот ва жамоатчилик ўртасида мулоқот, ўзаро англашинув ва ҳамкорликни йўлга қўйиш учун қўлланилаётган функция, у ташкилот раҳбариятига жамоатчилик фикридан ўз вақтида хабардор бўлиш ва унга таъсир кўрсата билиш учун имкон яратади. Шунингдек, ПР жамоатчилик фикрини башорат қилади, бўлажак ўзгаришларга ташкилотни тайёрлайди”.

Табиийки, ташкилот дегани, бу шартли тушунча. Унинг ўрнида ҳукумат, сиёсий партия, ҳатто, бирор бир шахс ва ҳоказолар бўлиши мумкин. ПР нингфан сифатида майдонга чиқиши ва илмий асосланишида америкалик олим Эдвард Бернайз хизматлари алоҳида эътироф этилади¹. У 1919 йилда Нью-Йоркда хусусий “пиар-бюро” сани очиб, амалда жамоатчилик билан алоқаларнинг самарасини кўради. Бу борада тадқиқот олиб бориб, ҳулосаларини ёзади. 1923 йили унинг “Жамоатчилик фикрининг кристаллашуви” китоби чоп этилади. Бу асар ПР фанининг биринчи назарий пойдевори эди. Ўша йилиёқ Нью-Йорк университетида “Паблик рилейшнз Кафедарси ташкил этилди. Рус тадқиқотчиси А.Чумиковнинг “Жамоатчилик билан алоқалар асарида қайд этилишича, Э.Бернайз ўз фаолиятини шундай таърифлаган: “1919 йили дастлабки офисимни очганимда...Паблик Рилейшнз маслаҳатчиси”ни тайинладим. У мижозлар фикрини тинглаб, жамоатчилик билан алоқаларни ривожлантириш йўлида хизмат қила бошлади”². Шу тариқа назарийётчилар ПР нинг янги-янги қирраларини тадқиқ қила бошладилар.

XX асрнинг биринчи чорагидан бошлаб АҚШ, Англияда ПР га оид қатор китоблар нашр этилди. Уларда жамоатчилик билан алоқаларнинг назарий асослари янада чуқурроқ ифодалаб берилган.

Ошкоралик, ҳақиқат, самимийлик бўлган жойдагина ПР мулоқотга ва ўзаро ишончга эришиши мумкин. ПР-давлат иашкилотлари, қонун чиқарувчи

¹ Чумиков А.Связи с общественностью. Учебное пособие.-М.: Дело. 2000. 20-б.

² Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998, 10-б.

ҳамда ижро ҳокимиятлари ва жамоатчилик ўртасида алоқа ўрнатишга ёрдам беради. Инглиз олими Сэм Блэк таъбири билан айтганда: “Паблик рилейшнз-аник, ҳаққоний ахборотларга асосланган, ўзаро бир-бирини тушуниш тўғрисидаги фан ва санъатдир”¹.

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

Жамоатчилик билан алоқаларнинг муҳим шартларидан бири-икки томонлама фикр эшитиш. Фикр бир тарафдангина айтилса, у моҳиятан – бирёқлама, қолаверса, тарғибот бўлиб қолади. ПР амалиётида ташкилот вакиллариининг жамоатчилик фикрини тинглаб, хулоса чиқариш муҳим ўрин тутаетди.

Тадқиқотчи Т.Эшбеков ПРнинг янги қирралари назариётчилар томонидан ҳамон кашф этилаётганини таъкидлайди: Айрим олимлар: “Паблик рилейшнз-ташкилот ва жамоатчилик ўртасидаги ўзаро ҳурматга асосланган муносабат” деб таърифлашса, бошқа олимларнинг фикрича у- “шахслар, ташкилот ва бир гуруҳ кишиларнинг ўзаро ҳурматга асосланган муносабатларини ўрнатиш, ахборот алмашинуви ва жамоатчилик муносабатини баҳолашга таянади”. Ана шундай фикрлар хилма-хиллигининг ўзидаёқ бу янги фаннинг қамрови нақадар кенглигидан далолат беради”².

¹ Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов на-Дону. 1998. 10-б.

² Эшбеков Т.У. Жамоатчилик билан алоқалар ва матбуот хизматлари. Маърузалар матни. (Қўлёзма) 18-б.

2. ПР назарияси ва унинг журналистика билан узвийлиги.

ПР нинг биринчи галдаги мақсади-ташкилотларнинг жамоатчилик билан алоқаларини йўлга қўйиш, фикр икки томонлама тингланиши бўлса, унинг бош вазифаси-ахборот ёрдамида омма онгини бошқаришдир.

ПР давлат ва жамият, ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар ўртасида алоқа ўрнатади. Бу алоқа-фикр алмашиш, ахборот олиш ва тарқатиш, муносабатларни мустаҳкамлаш билан изоҳланади.

Ҳар бир ташкилот ва муассасанинг фаолияти халқнинг иқтисодий, сиёсий ҳамда маданий ҳаётини яхшилашга қаратилган бўлиши шубҳасиз. Бу ўринда ҳам ПР ўзига хос тафаккур майдонини вужудга келтириб, самарали натижаларга эришишга хизмат қилаверади. Машҳур инглиз олими Сэм Блэк ёзганидек, “ПР-кундалик ҳаётимиз ишчанлиги, бошқарувчанлиги ва бошқа томонларининг зарур қисми бўлиб қолади”¹.

“Қайсики соҳанинг илмий-назарий пойдевори мустаҳкам бўлса, амалда у илдизи бақувват дарахт янглиғ кўкка бўй чўзаверади. Жамоатчилик билан алоқалар соҳасининг ҳам илмий асоси, назарий манбалари кўпчиликнинг эътиборини ўзига жалб этгани бежиз эмас”, деб ёзади Т.Эшбеков².

Сэм Блэк ёзганиде ПР ўнта асосий мақсадга йўналтирилган³. Яъни:

1. Жамоатчилик фикри;
2. Жамоатчилик муносабатлари;
3. Ҳукуматлараро алоқалар;
4. Ижтимоий ҳаёт;
5. Саноат соҳасидаги муносабатлар;
6. Молиявий алоқалар;
7. Халқаро алоқалар;
8. Истеъмолчилар билан муносабатлар;
9. Статистика ва тадқиқот;

¹ Блэк С. Введение в публик рилейшнз. Ростов-на-Дону, 1998. 17-б.

² Эшбеков Т.У. Жамоатчилик билан алоқалар ва матбуот хизматлари. Маърузалар матни. (Қўлёзма) 19-б.

³ Сэм Блэк. Введение в публик рилейшнз. С. Ростов-на-Дону. 1998 год. 6-б.

10.Оммавий ахборот воситалари.

Жамоатчилик билан алоқалар одамларни ишонтириш санъати билан амалга оширилади. Қайсики ташкилот номидан нотўғри, ёлғон, сохта гаплар айтилса, жамоатчилик унга ишонмай қўяди. У ҳолда ўша ташкилот обрўси тушиб кетади.

Жамоатчилик билан алоқаларда энг муҳими-ҳақиқатни гапириш.

“Қайсики ташкилот жамоатчилик билан алоқаларни мунтазам йўлга қўймаса, унинг жамоатчилиги бўлмайди. Яъни, одамлар уни ташкилот сифатида тан олмайди, зарур пайтда қўллаб-қувватлайди”¹.

Шуни ёдда тутиш жоизки, жамоатчилик оқ билан қорани, рост билан ёлғонни, ҳақиқат билан сохталикни яхши ажратиб олади. Зарур ахборотни ҳозиржавоблик билан етказган ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқалари мустаҳкамланиб бораверади. ПР амалиёти жамиятда қанчалик муҳим ўрин тутиши, унинг аҳамияти мана шулар билан белгиланади ва айнан шу унинг журналистика билан узвийлигини таъминлайди.

ПР кўпроқ психологик муносабат ўрнатади., руҳий мулоқотда бўлади. Бу руҳият қуйидагича кечади: ўзаро алоқадан эътиборга, эътибордан тушунчага, тушунчадан тан олишга, тан олишдан ишончга, ишончдан ҳурматга, ўзаро ҳурматдан ҳамкорликка, ўзаро ҳамкорликдан ҳамоҳангликка.

Бундай ҳамоҳанглик жамоатчилик билан алоқаларни мустаҳкамлашга хизмат қилади. Жамоатчилик билан ишлашга асосланган матбуот хизмати ўз фаолияти давомида ОАВ билан узвий алоқада фаолият кўрсатиши билан бирга, журналистиканинг муҳим йўналиши сифатида намоён бўлади. Матбуот хизматига журналистика талабаларидан келиб чиққан ҳолда қуйидаги талабларни қўйишни мақсадга мувофиқ деб топади Т.Эшбеков².

- ОАВ қонунларини мукамал билиш;

¹ Эшбеков Т.У. Жамоатчилик билан алоқалар ва матбуот хизматлари. Маърузалар матни. (Қўлёзма) 20-б.

² Эшбеков Т. ПР ва матбуот хизматлари.//Филология масалари. 2005. №2. 182-б.

- Ҳар қандай мавзуда маҳорат билан ёза оладиган даражада қалами ўткир, ҳозир жавоб бўлиш;
- Энг муҳим ахборотларни тезкорлик билан тўплай олиш;
- Телерадиожурналистларга кўрсатув ва эшиттириш тайёрлашда яқиндан кўмаклашиш, бу соҳа сирларидан бохабар бўлиш;
- Моҳир фотожурналист бўлиш;
- Давлат тили билан бирга, рус, инглиз ва бошқа халқаро тилларни билиш. Ахборотни ҳозиржавоблик билан ОАВга етказиш;
- Матбуот конференциялари уюштириш ва ўтказишни ташкил этиш;
- “Пресс - релиз”ни камида учта тилда тайёрлаб, ОАВга тарқатиш;
- Ахборот ҳавфсизлигини таъминлаш борасида тўғри тушунчага эга бўлиш ва бу борада илғор мамлакатлар тажрибасини ўзлаштирган ҳолда иш юритиш.

ПР амалиётининг ёрқин ифодасини матбуот конференцияларида кўриш мумкин. Унда мутасадди раҳбарлар билан ОАВ ходимлари юзма-юз ўтирадилар ва ҳар бир саволга очиқ жавоб берилади. Бу ҳақда ҳозиржавоблик билан ОАВ да ёритилади. Шу тариқа жамоатчилик билан алоқалар амалда йўлга қўйилаверади. Халқ фикри, таклифлари ўрганилади. Демакки, фикр икки томонлама айтилади ва тингланади.

“Ҳукумат матбуот ходимлари икки асосий вазифани бажаради, - деб ёзади Маргерит Салливан¹, - Улар ОАВ билан муносабатда бўлиб, ҳукумат хатти-ҳаракатининг ижобий томонини тушунтириб, унинг адвокати ролини ўйнайди. Улар хато ахборотни тузатишади ҳамда мавжуд ахборотнинг тушунилиши ва талқинини осонлаштиришга ҳаракат қилишади. Бироқ улар репортёрларнинг талаб-эҳтиётларини, масалан, амалдорлар муҳокама қилишга тайёр бўлган ёки, ҳатто, тайёр бўлмаган мавзуда репортаж ёзиш истагини ҳукуматга етказиб, унинг олдида ОАВ адвокати бўлиб ҳам чиқиши мумкин. Аслида матбуот хизмати вакиллари ОАВ учун ахборот тўплаб ҳамда

¹ Салливан М. Масъул матбуот хизмати.-Т.: 2002. Redional Program offise. Vienna. PRO. 6-б

хукумат жеперти матбуотга нима демоқчи бўлганини тушунтириб, кўпинча репортёрлик ишини бажаришади”.

Бу назарий фикрлар амалда матбуот хизматлари фаолиятнинг журналистика билан узвийлигини ва фарқли жиҳатларининг намоён бўлишини кўрсатяпти.

Матбуот хизматида фаолият кўрсатаётган шахслар тахририят ходими сингари ахборот тўплаш, ўша ахборотни қоғозга тушириб, маҳорат билан ишлаш, оммавий ахборот воситаларига етказиш билан ҳам шуғулланади. Демак, матбуот хизматини журналистикасиз тасаввур этиб бўлмайди.

Матбуот хизматида эса телевидение, радио, газета тахририятлари фаолиятдан яхши бохабар бўлиш талаб этилади. У ОАВ нинг деярли барча турлари билан бирдек алоқа ўрнатиши зарур. Замонавий матбуот хизмати ходими ўзбек, рус ва инглиз каби дунёвий тилларни мукамал билиш лозим. Шунингдек, у компьютер, интернет сирларини мукамал билиши, тегишли ташкилот сайтини очиб, оммага етказилиши зарур бўлган ахборотларни ёритиб бориши лозим.

Ушбу жараёнларни журналистикасиз тасаввур этиб бўлмайди. ПР нинг журналистика билан қанчалик узвийлиги шунда намоён бўлади. Оммавий ахборот воситаларини ахборот билан таъминлаш ҳар бир ПР ходимининг муҳим вазифаси ҳисобланади.

“Назарий пойдевори илмий асослар ила мусахкамланаётган “Жамоатчилик билан алоқалар” фанининг амалиёти республикамизда анча салмоқли даражада эканлигини таъкидлаш лозим. Бунда энг муҳими, “Жамоатчилик фикрининг устиворлигига эришиши” орқали қатор режалар амалга оширилаётир”¹.

¹ Эшбеков Т.У. Матбуот хизмати ва ОАВ//Ўзбекистон Матбуоти. 2003, 6-сон.9-б.

3. Жамоатчилик билан ишлаш институтининг жамиятда тутган ўрни.

ПР мутахассисларининг фикрича, Паблик рилейшнз атамаси илк бор АҚШда пайдо бўлган. Мазкур атаманинг муаллифи АҚШнинг учинчи президенти Томас Жефферсондир. У 1877 йилда ўзининг “Конгрессга еттинчи мурожаат”ида илк бор мазкур атамани қўллаган¹.

Умуман олганда, АҚШда ПРнинг пайдо бўлиши бевосита сиёсий жараёнлар маҳсули эди. Илк сиёсий ПР ҳаракатлари мустақиллик курашчилари Александр Гамильтон, Томас Жефферсон, Бенжамин Франклин фаолиятида қўлланилган. Улар колониал Англияга қарши кайфиятни ўзида мужассам этган эди. Кейинчалик ПР менлар фаолиятидан Рузвельт радиода мунтазам берилган ўзининг машҳур “Олов (камин) олдида суҳбат” туркумларида кенг фойдаланади.

Замонавий таърифга кўра, ПР ўз самарасини тўлақонли равишда XX асрда намоён қилди ва ҳозир ҳам жадаллик билан ривожланмоқда. Хорижда эса у аллақачон шаклланиб бўлган, ҳатто, ўз уюшмаларига эга. Масалан, Буюк Юританияда Паблик рилейшнз институти мавжуд бўлиб, у 1948 йилда ташкил топган. 1955 йилда эса Европа паблик рилейшнз консультантларининг ассоциацияси ташкил этилди.

Лотин Америка мамлакатлари орасида Мексикада ҳар бир ташкилот, департамент, компания ўзининг ПР хизматига эга. Мексика ПР хизматлари АҚШ билан эркин савдо қилиш шартномасига имзо чекиб, 1993 йилдан кейин анча ривожланди. Аргентина, Бразилия, Венесуэлла, Чили давлатлари ривожланиш босқичида. Европага келсак, Германияда бу хизматлар 20 асрнинг бошидаёқ йўлга қўйилган эди. Буюк Британияда эса ПР институти фаолият юритяпти, Маркий Лондонда бўлиб, у 13 та ҳудудий филиалдан иборат. У Европанинг ПР конференцион уюшмаси билан яқин алоқа қилади.

Европа пиарменлар конференцияси 25 мамлакатни ва 22000 мутахассисни ўзида бирлаштиради. 1996 йилда “Россия жамоатчилик билан

¹ Мўминов Ф.А. Паблик рилейшнз: история и теория.-Т.: Ижод дунёси. 2004. 32-б.

алоқалар Ассоциацияси” унга аъзо бўлди¹. Осиёда у кейинги 10 йил ичида ривожлана бошлади. Японияда эса –жаҳон урушидан кейин ижтимоий-сиёсий йўналиш ва касб сифатида вужудга келиб ривожлана борди. Боливия, Тайван, Сингапурда ҳам энди ривожланиб келяпти.

Ассоциация БМТ томонида 1964 йилда БМТнинг иқтисодий ва ижтимоий кенгаши маслаҳатчиси сифатида ҳамда ЮНЕСКО томонидан “ўзаро хабар етказиш” тоифасидаги ноҳукумат ташкилоти сифатида тан олинган².

Кўриниб турибдики, жамоатчилик ривожланишига, ижтимоий-сиёсий, иқтисодий муаммоларни бартараф этишда энг самарали фаолият тури сифатида жаҳон миқёсида тан олинган.

Ҳокимият институтлари ёки нодавлат ташкилотларининг жамият ҳаётидаги ўрни, роли ва мақсади турлича бўлиши мумкин. Аммо демократик ҳуқуқий давлатда уларнинг вазифалари қонунлар билан қатъий белгиланган ва улар бу қонунларга амал қилади. Юқорида айтилган тузилмаларнинг бирортаси алоҳида ёки имтиёзли мақомга даъвогарлик қила олмайди.

Ўз ғояларини ҳаётга татбиқ этиш, ўз режаларини амалга ошириш учун уларнинг ҳаммаси жамоатчиликка ўз ниятларини нима қилмоқчи эканликларини хабар қилишлари зарур. Бироқ ҳозирги шароитда фармон ва қарорлар эълон қилишнинг ўзигина кифоя қилмайди. У ёки бу қарорларнинг моҳиятини очиб бериш, кенг жамоатчиликка тушунтириш лозим.

Матбуот хизматлари институти бу вазифаларни амалга оширувчи муҳим бўғин ҳисобланади. Уларнинг мақсад ва вазифалари давлат ёки ижтимоий институтлар тизимида эгаллаган ўринлари билан белгиланади.

“Демократик ўзгаришларнинг чуқурлашиши, бозор муносабатларининг ривожланиши, инсон ҳаёти ва фаолиятининг барча соҳаларидаги рақобат, жамоатчилик билан алоқалар касбини ижтимоий жараёнларни тартибга

¹ Чумиков А.Н. связи с общественностью. Учебное пособия.-М.: Дело. 2000. 22-стр.

² Чумиков А.Н. связи с общественностью. Учебное пособия.-М.: Дело. 2000. 16-стр.

солиш, ижтимоий муаммоларни ҳал этишнинг муҳим омилига айлантиради”, деб таъкидланилади. “Матбуот хизматини ташкил этиш учун қўлланма”да¹.

Жамоатчилик билан алоқа касб сифатида ижтимоий ҳаётнинг барча тармоқлари-сиёсий, иқтисодий, маданий соҳаларда амалга оширилади. Сўнгги икки йўналишдаги жараён ҳозирги пайтда айниқса жадал бормоқда. Бироқ, сиёсатда жамоатчилик билан алоқанинг роли жуда юқори. Унинг ўзига хослиги шундаки, демократик жамиятда у демократик ҳокимиятни шакллантириш учун жавоб беради, оммавий ахборот воситалари, жамоатчилик фикри институти каби демократиянинг бошқа институтларини қўллаб-қувватлайди ва таъминлайди.

Жамоатчилик билан алоқа, бир томондан, сиёсий тизим муҳитининг унсури сифатида, иккинчи томондан бу тизимнинг бир қисми сифатида намоён бўлади. У давлатнинг умумий сиёсий вазифаларини бажарилиши лозим, масалан, сиёсий ижтимоийлашув вазифалари, процессуал вазифалар, сиёсий қарорларни қабул қилиш ва бажариш, турли ижтимоий гуруҳлар манфаатларини ифодалаш.

Шундай қилиб, жамоатчилик билан алоқалар бўлинмаларининг фаолияти бошқарув тузилмаларининг фаолиятига, қисқа муддатли ва стратегик прогнозлаш вазифаларини малакали ҳал этишга, ижтимоий, иқтисодий ва маданий ҳаётнинг турли соҳаларидаги давлат сиёсатига сезиларли таъсир кўрсатади.

¹ Матбуот хизматини ташкил этиш учун қўлланма. –Т.: Адолат. 2006.4-5-б.

Хулоса

“Барча фуқаролар онги, шуури, тафаккури, севимли юксакликка кўтарилмас, маърифат, маънавият сарчашмаларидан етарли баҳра олмас, илғор ғоялар билан суғорилмас экан, бунда, шубҳасиз қай бир куч жамиятни ҳаракатга келтириши даргумондир. Зеро, халқнинг халқлиги унинг маърифат ва маданияти даражаси билан белгиланади. Маърифат жасорат, кураш, онгли ва ақлли муносабат, журъат ва қатъият асоси. Маърифатсиз халқ ўзлигини англай олмайди. Ўтмишини унутган, истиқболини кўролмайдиган одамлар гуруҳи-оломон. Оломон эса мақсад, орзу-ҳавас, интилиш бўлмайди”¹.

Демак, маърифат ва маданият даражаси жамият мавқеини, ривожланиш таъминловларини белгилаб берувчи мезон экан, бу масалага жиддий ёндашиш, унинг муаммоларини кўра билиш, ечимини излаш, моҳиятини англаш жуда муҳим. Маданият соҳасида жамоатчилик билан алоқалар тизимини шакллантириш долзарб масалалардан бири эканлиги кундек равшан.

Жамоатчилик билан алоқалар илғор давлатлар тараққиётига самарали таъсир кўрсатганми, демак, улардан ўрнак олиш фойдадан холи бўлмайди. Алалхусус, юртимиз мустақилликка эришганидан буён жамоатчилик билан алоқалар масаласи амалиётда ўзига хос воқеликка айланаётган айти ҳақиқат. Бу борадаги илмий тадқиқотлар кўлами ҳам кенгайиб бораётир. ПР ўзига хос тафаккур майдони эканини ҳар жабҳада исботланмоқда. Демак, жамоатчилик билан алоқалар тизими ижтимоий воқеликка айланмоқда.

Ижобий жиҳатга юз тутишда ПР ижтимоий институт сифатида тўла шаклланиши, бунинг учун эса уни йўлга қўювчиларга эркинлик бериш, қолаверса, уларнинг ўзлари жамоатчилик билан алоқа ўрнатишининг янги ахборот технологияларидан фойдаланган ҳолда ва яна жаҳон ПР менларининг тажрибасидан келиб чиқиб фаолият юритишларини замон талаб қилмоқда. Албатта, тажриба деганда тўлиқ ҳолича “қўчириб қўйиш”, яъни ривожланган мамлакатлардаги ПР фаолиятини бизда қўллаш тушунилмайди. Балки, биз жамоатчилик билан ишлар эканмиз, ўзимизнинг

¹ Абдуазизова Н. Матбуот ва маънавий мерос.-Т.: Академия. 2004. б. 23.

менталитетимиздан, миллийлигимиздан келиб чиқиб чоралар кўришимиз керак бўлади. Шундай экан, Республикамизда ушбу фаолиятни тўлиқ йўлга қўйиш учун етарли мутахассисларни тайёрлаш, керакли илмий ходимларни етиштириб чиқарувчи олий таълим муассасаларининг ишини яхши йўлга қўйиш керак, керак бўлса, бўлажак мутахассисларни хориждаги етук ташкилотларга маълум муддатга тажриба аалмаштиришга юбориш даркор. Республикамизда шу ва яна бошқа талаблар қондирилгандагина паблик рилейшнз соҳа сифатида, қолаверса жамоатчилик билан ишлаш институти сифатида шакллана олади ва ривожланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов асарлари ва расмий ҳужжатлари.
2. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон. 2003.
3. Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз-жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. –Т.: Ўзбекистон. 2005.
4. Каримов И.А. Ўзбек халқи ҳеч қачон, ҳеч кимга қарам бўлмайди. –Т.: Ўзбекистон. 2005.
5. Каримов И.А. Хавфсизлик ва тинчлик учун курашмоқ керак. –Т.: Ўзбекистон. 2005.
6. Каримов И.А. Ватан саждагоҳ қаби муқаддасдир. –Т.: Ўзбекистон. 1996.
7. Каримов И.А. Ўзбек халқи ҳеч қачон, ҳеч кимга қарам бўлмайди. –Т.: Ўзбекистон. 2005.
8. Каримов И.А. Янгича фикрлаш ва ишлаш-давр талаби. –Т.: Ўзбекистон. 1997.
9. Каримов И.А. Ўзбекистон демократик тараққиётининг янги босқичида. –Т.: Ўзбекистон. 2005.
- 10.Тўртинчи ҳокимият: Ўзбекистон Республикаси қонунлари, қарорлари ва бошқа ҳужжатлари тўплами. –Т.: Ўзбекистон. 1998.
- 11.Абдуазизиова Н. Матбуот ва маънавий мерос. – Т.: Академия. 2004.
- 12.Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону. 1998.
- 13.Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. Киев. Ваклер. 2000.
- 14.Луғат-маълумотнома: Журналистика, Реклама, Паблик Рилейшнз. 17000 атама. Муаллифлар Ф.Нестеренко ва б. –Т.: Зар қалам. 2003.
- 15.Моисеев В.А. Паблик Рилейшнз: история и теория. –Т.: Ижод дунёси. 2004.
- 16.Мўминов Ф.А. Паблик Рилейшнз: история и теория. –Т.: Ижод дунёси. 2004.

- 17.Эшбеков Т. Жамоатчилик билан алоқалар ва матубот хизматлари.
Маърузалар матни. (Қўлёзма)
- 18.www.gov.uz.
- 19.www.press.servise.uz.
- 20.www.madaniyat.sport.uz.