

Kitob shu erda ko'rsatilgan muddatdan  
kechiktirilmagan holda topshirishi

ligarigi berilmalar miqdori \_\_\_\_\_

--	--

№ 459-863

Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот  
агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди

**ЖАҲОН МЕДИА МАКОНИДА  
МАМЛАКАТ ИМИЖИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИЯТЛАРИ  
ВА ЖУРНАЛИСТИКАДА МАҲОРАТ МАСАЛАЛАРИ**

Ахборот хизматлари ходимлари, ОАВ вакиллари,  
журналистика факультетларида таҳсил олаётган талабалар учун

назарий-услубий қўлланма



Тошкент 2015

040  
1039

Ушбу кўлланма ЎзДЖТУ Халқаро журналистика факультети  
Кенгашининг 2015 йил 7 октябрдаги 2-сонли Баённомасига мувофиқ нашрга  
тавсия этилган.

Муаллиф – БЕРУНИЙ АЛИМОВ.

Масъул муҳаррир – филология фанлари доктори Хуршид  
Дўстмухамедов.  
Филология фанлари номзоди Назира Тошпўлатованинг умумий  
тахрири остида.

Кўлланма. Ўзбекистон мустақил босма ОАВ ва ахборот  
агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди  
бўртмаси асосида тайёрланди ва Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси  
хузуридаги нодавлат нотижораг ташкилотлари ва фуқаролик жамиятининг  
бошқа институтларини қўллаб-қувватлаш жамоат фондининг молиявий  
кўмагида чоп этилди.

O'ZBETU  
AXBOROT AGENTLIGI  
№ 457863

Мундарижа

Кириш. Мавзунинг долзарблиги ва зарурлиги.....4-13

Мустақил давлатлар медиа-имижини шакллантиришнинг назарий ва амалий  
асослари .....14-34

Журналистика, PR ва рекламада имиж назарияси (Д.Оғилви, С.Анхольт ва  
бошқа назарий қарашларга муносабат) .....35-53

Хорижий ОАВда Ўзбекистонда кечадган ислохотларга муносабатларнинг  
хилма-хиллиги муаммоси.....54-74

Оммавий коммуникация жараёнларида ижтимоий тармоқлар ва уларнинг  
мамлакат имижини шакллантиришдаги ўрни.....75-90

Мамлакатнинг халқаро имижини яратишда журналистика: жанр, тил ва  
тасвир имкониятлари..... 91-106

Ёш мустақил субъектлар медиа-имижини яратишда ҳолислик талаблари ва  
меъёрлари. Давлатнинг халқаро имижни ривожлантиришда журналистнинг  
профессионал этикаси нормалари.....107-127

Фойдаланилган адабиётлар.....128-136

## КИРИШ

Мавзунинг долзарблиги ва зарурлиги. Дунё географик харитасида ҳар қандай янги мустақил давлатнинг пайдо бўлиши ўзига хос тарихий воқеа ҳисобланади. XX асрнинг 90-йилларида келиб Шарқий Европа ҳамда ҳозирги МДХ худудида юз берган бундай тарихий воқеалар нагжасида вужудга келган ўнлаб ёш мустақил давлатлар жаҳон ҳамжамиятига мустақил субъект сифатида кўшилди. Таъкидлаш ўринлики, ана шу ёш мустақил давлатлар ер юзининг қайси минтақасида бўлмасин, улар ҳам ўхшаш, ҳам мутлақо фарқли шаклланиш ва тараққиёт йўлларини бошдан кечирдилар.

Ўзбекистон Республикаси истиқлолнинг чорак асрлик тараққиёт йўлида ўзи танлаган ва собитқадамлик билан давом эттираётган ислохотлар самарасини бутун жаҳон афкор оммасига намоён этди ва этмоқда. Бу йўлда эришилган ютуқ ва муваффақиятларда мамлакатимизда фаолият олиб бораётган барча оммавий ахборот воситаларининг, замонавий ахборот технологияларининг ҳиссаси улкан эканлигини эътироф этиш зарур. Зеро, мамлакатимиз ахборот майдонида юз берган ўзгаришлар напикасида миллий журналистикамиз тамомил янги кифога кирди, шу аснода миллий ўзбек журналистикаси жаҳон журналистикасининг ажралмас ва нуфузли бир бўлагига айланди.

Давлатимиз раҳбари И.Каримов Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимлари кунги муносабати билан йўллаган байрам табригида, “Ўзбекистон оммавий ахборот воситаларининг жаҳон ахборот майдонида ўзини муносиб намоён эта олиши бутунги кунда жуда катта аҳамиятга эга” эканлигини алоҳида таъкидлади. Шу билан бирга “Мана шундай ўта муҳим ва долзарб вазифани амалга оширишда давлатимиз, бутун жамиятимиз, шахсан ўзим зарур кўмак ва рағбатлангирши чораларини кўришга, сиз, журналистларнинг олдингизда пайдо бўлаётган турли муаммоларни биргалашиб ечишга тийёр эканимни билдиришни истардим”<sup>1</sup>, дея қайд этди.

Дарҳақиқат, расмий жиҳатдан суверен давлат мақомига эга бўлган ёш мамлакат олдида даставвал шундай бир муҳим вазифа турар, у ҳам бўлса, жаҳон майдонида “сиёсий ва иқтисодий барқарор давлат” нуфузига эришиш эди. Бундай олий мақсадга эришиш, табиийки, ўз-ўзидан амалга ошмаслиги маълум.

Мамлакатимиз миллий истиқлолини эълон қилгач, турли давлатлар томонидан тан олина бошланди. Шундан сўнг ўзаро ҳамкорлик алоқалари йўлга қўйилди. Жаҳон ахборот маконида Ўзбекистон давлати ва ўзбек халқи ҳақидаги илк хабарлар, янгиликлар тарқала бошлади. Хорижий оммавий ахборот воситаларида Ўзбекистон мавзуси пайдо бўлди.

Шу йўналишда ёзувчи муаллифлар кўпая борди. Албатта, Ўзбекистон ҳақидаги дастлабки мағбуот чиқишларининг аксарияти ахборий характерга эга бўлиб, улар асосан умумий ахборот кўринишидаги хабарлар, мақолалардан иборат бўлган. Мисол учун 1991-1992 йилларда Туркия, араб давлатлари матбуотида, шунингдек, АҚШ, Германия ОАВда мустақил Ўзбекистонга доир чиқишлар кўзга ташланди. Вақт ўтиши билан эса бундай чиқишлар географияси кенгайди, мақолалар мундарижаси бойиди. Ахборот ва маълумотлардан иборат чиқишлар ўрнини кенг камровли ҳамда таҳлилий, жиддий мулоҳазали мақолалар эгаллай бошлади. Ҳамкорлик алоқалари кенгайди, мустаҳкамланди, шунга яраша халқаро меҳмакондаги “Мустақил Ўзбекистон” образи ҳам тўхтовсиз шаклланди, бойиди, мустаҳкам нуфузга эга бўла борди.

Замонавий цивилизациянинг ўзига хос муҳим хусусиятларидан бири, бу унинг мавқеи, салоҳияти, керак бўлса, тақдири кўп жиҳатдан ахборотга боғлиқ бўлиб қолганлигида кўринмоқда. Оддий инсонлардан тортиб машҳур шахсларнинг, давлат раҳбарларининг, шунингдек, халқларнинг, давлатларнинг ҳаёти, яшаш тарзи, истиқболи ахборот майдонларида халқ этилмоқда, десак мутлақо муболага бўлмайди. Шу маънода ЮНЕСКО Бош Директори маслаҳатчиси, Евроосиё телевидение ва радио академияси вице-президенти Генрих Юшквявичоснинг қуйидаги фикри эътиборга сазовордир:

<sup>1</sup> Эл. манба: <http://journalist.uz/?p=522> Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига.

“Биз Болтиқбўйи мамлакатларини фақат муаммолар пайдо бўлгандагина биламиз: мисол учун, Латвияда рус мактаблари сикиб чиқарилмоқда. Биз АҚШда нима бўлаётганини, масалан, Клинтоннинг рафикаси - Хиллари кандай китоб ёзганлигини биламиз, лекин Эстония, Туркменистон, Тожикистон ҳақида анчадан буён ҳеч нарсани эшитмадик. Ваҳоланки, улар бизнинг кўшиларимиз. Яъни, ахборот йўқми - мамлакат ҳам йўқ, ахборот йўқми - инсон ҳам йўқ, ахборот йўқми - муаммо ҳам йўқ”<sup>2</sup>.

Демак, ёш мустақил давлатларнинг оёққа туриши, минтақада ва жаҳон ҳамжамиятида мустаҳкам ўринга эга бўлиши, яъни тўла-тўқис интеграциялашуви ҳар жиҳатдан ахборотга, яна бир қарра миллий ва жаҳон ахборот маконида кечадиган жараёнларга боғлиқ бўлиб қолмоқда.

Россиялик мутахассис олим И.А.Василенконинг қайд этишича, “Ҳозирги шароитда исталган давлатнинг кучи ва таъсири унинг ахборот маконидаги ўрни билан беvosита боғлиқдир”<sup>3</sup>. Тадқиқотчи И.А.Сушненкова айнан ушбу нуқтаи назарни қуйидагича тасдиқлайди: “Бугун жаҳонда у ёки бу субъектнинг муваффақиятли фаолият олиб бораётганлигини унинг ахборот маконига қандай тақдим этилганлиги ва унинг қандай имижга эга эканлиги билан баҳолаш мумкин”<sup>4</sup>. Бу каби фикрларни қандай изоҳлаш керак? Гап шундаки, истиқлолга эришган ёш мустақил давлатлар мустақиллигининг илк кунларидан жуда кўплаб вазифаларни амалга оширишларига тўғри келади. Мамлакатнинг ички муаммолари нечоғли кўп бўлса, ташқи муаммолар ҳам оз бўлмайди. Мамлакат ичкарисида ислохотлар жараёнига киришиш, уларнинг самардорлигини ошириш, турмуш фаровонлигига эришиш, одамларнинг тафаккур тарзини янгилаш, мамлакат ташкарисида эса интеграция жараёнларини бошлаш, минтақа ва дунё

миқёсида мустаҳкам ўрин топиш, нуфузга эга бўлиш, қатта ва кичик давлатлар қаторида тенгхуқуқли субъектга айланиш каби вазифаларнинг (ички ва ташқи вазифалар рўйхати бу билан тугамайди албатта - Б.А.) адо этилиши ҳар жиҳатдан ахборот оқимиغا, ахборот майдонидаги “об-ҳаво”га боғлиқдир.

Бунда асосий вазифани ОАВ бажаради. Чунки айнан ОАВ орқали давлат манфаатлари ифода этиб борилади, маълум бир халқаро ёки минтақавий масаладаги сиёсий позиция - нуқтаи назар билдирилади, одамларнинг менталитети шаклланади, давлатнинг ташқи имижига ярагилади, халқаро муносабатлар мустаҳкамланади, турли блоklar ташкил қилинади, ўрни келганда, жиддий қарама-қаршиликлар, зиддиятлар бартараф этилади ва х.к.

Ахборот, ахборот оқими ва ахборот макони ҳақида сўз борар экан, бир масалага оидлиқ киритиб ўтишга тўғри келади.

Ҳар қандай давлатнинг ўз миллий (ички) мағбуоти, мағбуот тизими мавжуд. Ана шу миллий мағбуот, биринчи навбатда, мамлакат аҳолисининг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондиришга хизмат қилади. Шу билан бир вақтда ахборот чегара билмайдиган хозирги замонда ер юзининг исталган нуқтасида яшайётган фуқаро жаҳон ахборот майдонидан, яъни ташқи ахборот оқимидан истаганича ахборот олиш имкони ва ҳуқуқига эга.

Яқин-яқингача оммавий ахборот воситалари деганда, асосан газета-журнал, радио ва телевидение воситалари назарда тутилган бўлса, эндиликда, замонавий ахборот технологияларининг мисли кўрилмаган тараққиёти, хусусан, глобал интернет тармоғи шу пайтгача кишилар онгида шаклланиб келган анънавий оммавий ахборот воситалари тушунчасини мутлақо кенгайтириб юборди. Бунинг натижасида анънавий ахборот макони “хулуди”, чегаралари ҳам тубдан ўзгарди. “Ичқари”дан “ташқари”га ва аксинча ахборот узатиш оддий ҳолга айланди. Фикримизни янада аниқроқ ифода этадиган бўлсак, республикадаги юзлаб етакчи газеталар, журналлар, телерадиоканаллар (mtrk.uz) ва ахборот агентликлари, шу жумладан

<sup>2</sup> Эл. источник: Сегодня определяется судьба информационного общества XXI века. Генрих Юшковичноч, Советник ЮНЕСКО, Беседавал Сергей Телековский. Опубликовано в Broadcasting №7-2003. <http://www.broadcasting.ru/interviews.php?id=yushkovichus>

<sup>3</sup> Василенко И.А. Геополитика современного мира. - М., 2006. С.73.

<sup>4</sup> Сушненкова И.А. Моделирование фрейма как инструмент регионального имиджекинга. Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 50-й международной научной конференции. СПбГУ. 2011. С.238.

Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги (uza.uz) ва “Жаҳон” ахборот агентлиги (jahnnews.uz) ҳамда уларга қўшимча ўлароқ, интернет ва сунъий йўлдош имкониятларидан самарали фойдаланаётган мамлакатимиз ички ахборот майдонидаги иштирокчиларнинг кўлами кенгаймоқда, уларнинг техник имкониятлари тўхтовсиз ошиб бормоқда. Бинобарин, бундай ҳолат миллий ОАВ зиммасидаги вазифаларнинг жиддийлашиб бораётганлигини тасдиқлайди.

Бу масаланинг апрофлича таҳлилига киришишдан олдин “Имиж нима?” деган саволга ойдинлик киритиб олишга тўғри келади. “Имиж” атамаси инглиз (лотин. - image) тилидан олинган бўлиб, сиймо, тимсол, кифа, образ маъноларини англатади. Бирок ушбу синоним сўзлар гуруҳи “имиж” моҳиятини муфассал ифодалолмайди. Имиж тушунчаси жозоба, мафтункорлик, эътибор, нуфуз ва бошқа тушунчалар билан ҳам ҳамоҳангдир. Имиж нафақат образ, кифа, балки унга нисбатан билдирилган муносабат ва у ҳақдаги фикрлар мажмуи ҳамдир.

XX асрнинг 60-йилларида “имиж” тушунчасини омад гарови сифатида амалиётга биринчи бўлиб америкалик иктисодчи олим Стэнли Болдуин расман киритган, унинг зарурияти ва фойдалилигини асослаб берган<sup>5</sup>. Кейинчалик имиж билан сиёсатчилар ҳам шуғуллана бошладилар. Бу бежиз эмас эди, албатта.

Ҳап шундаки, имиж одатда конкрет якка шахсга, санъат асарига, товарга нисбатан қўлланган бўлса, вақт ўтиши билан уни ишлатиш донраси кенгай борган ва давлатлар, давлат раҳбарлари, шунингдек жамоат арбоблари имижини яратиш, ўрганиш ва ташкил этиш зарурияти туғила борган ва бу вазифа бевосита сиёсатчилар зиммасига тушган.

Масалан, франциялик олим Блез Паскалнинг фикрига кўра, имиж – таъсир ўтказиш технологияси ҳисобланади<sup>6</sup>. Одамларга таъсир ўтказишнинг икки усули мавжуд: биринчиси – ишонч ҳосил қилиш, иккинчиси – ёқиш,

яъни маъкул бўлиш. Бизнинг фикримизча, мазкур назарияни бевосита давлатлар имижини вужудга келтириш мақсадларига татбиқ этиш мумкин. Ўрни келганда, мулоҳазамизни янада чуқурлаштирадиган бўлсак, ҳамонки, жаҳон афкор оммаси кўз ўнгида имижини сақлаш ва муттасил яхшилашга ҳар қандай тараққий этган кудратли давлатлар муҳтож экан, ёш мустақил давлатлар учун эса бу вазифа бир неча ўн қарра зарурроқ, муҳимроқдир.

Шу ўринда, мамлакат имижини тушунчаси ҳақида сўз юритишдан олдин, унинг серкатлам маънога эга эканлигига эътибор қаратиш лозим. Бунда аввало ички имиж билан ташқи имижни ўзаро фарқлай билмоғимиз керак.

Ички имиж – фуқароларнинг ўзлари ҳақидаги ёки уларнинг дунёда тугган ўрни тўғрисидаги тасавурларидан иборат. Ташқи имиж эса миллий-маданий майдондан ташқарида ҳосил бўладиган, мамлакатнинг маъқеини белгиловчи тушунчадир. Ички имиж ўзига-ўзи баҳо бериш орқали бунёд этилади. Лекин у миллий давлат ташқарисида қабул қилиниш проециясига боғлиқ бўлади (“биз” ўзимиз ҳақимизда “бошқаларга” нима дейиш кераклигини ўзимиз белгилаймиз)<sup>7</sup>.

Вазифанинг долзарблиги ва зарурлиги шундаки, мавжуд ахборот воситалари тарқатаётган хабарлар, янгилликлар ички ахборот эҳтиёжини қондириши билан бир вақтда, мамлакатимизда кўлга киритилаётган оламшумул ва тарихий ютуқлар тўғрисида жаҳон аҳлига (ташқи имижни шакллантириш мақсадида) тезкор маълумотлар тарқатишга ҳаракат қилмоқда. Бу борада талай ютуқларга эришилди ҳам.

Мустақиллик йилларида мамлакатимизда ахборот соҳасида амалга оширилган ислохотлар самараси ўлароқ жамиятни янада демократлаштириш, либераллаштириш соҳасида катта қадамлар ташланди. Бунинг натижаларидан бири сифатида юртимизда хорижий оммавий ахборот воситалари вакилларининг қонун доирасида эмин-эркин фаолият юритиш тизимлари ишлаб чиқилди ва ҳаётга жорий этилди. Натижада хорижлик

<sup>5</sup> Эл. источник: Имидж делового человека. <http://www.grandars.ru/college/psihologiya/imidzh-delovogo-cheloveka.html>

<sup>6</sup> Эл. источник: Имиджология: сущность и специфика учебного предмета. <http://evanlist.narod.ru/text9/19.htm>

<sup>7</sup> Семенов И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. Политические исследования. 2008. № 5. С. 10.

мухбирлар томонидан мамлакатимизда амалга оширилаётган кенг ислохотлар ҳақида тарқатаётган хабарларнинг дунё медиа макондаги салмоғи, миқёси тўхтовсиз ортиб бормоқда.

Халқаро ОАВ вакиллари яхши анъанага айланаётган “мега инфотур” дастурлари орқали Ўзбекистонга ташриф буюриб, Тошкент ва бошқа шаҳарларда бўлиб ўтаётган йирик анжуманлар, саноат кўргазмалари ҳамда маданий тадбирларни ёритишда фаол иштирок этмоқдалар. Янги барпо топган мустақил давлат ҳақида дунё аҳолисига тарқатиладиган маълумотлар мавзуси шу қадар кенг, ранг-баранг ва беҳисобки, уларни бир санокда қамраб олиш қийин.

Юртимиз мисолига қайтадиган бўлсак, Ўзбекистон Республикасининг ташқи тарғиботи йўлга қўйишда Ватанимизнинг узок ва шонли тарихи, боқий маданияти ва санъати, Буюк Ипак йўлида жойлашган кўхна шаҳарларимиз, бой маданий ёдгорликлар, халқимизни дунёга танитган буюк аждодларимиз, чунончи, алломалар, саркардалар, шоирлар, рассомлар мероси бутун жаҳон ахлининг хайрати, эътибори ва эътирофини қозонишга муносиб мавзулар бера олади. Бу борада спортнинг ҳам алоҳида ўрни бор. Юқсак маҳоратли спортчиларимизнинг нуфузли халқаро мусобақаларда қўлга киритаётган ҳар бир муваффақияти Ватанимиз, халқимиз номини жаҳонга танитмоқда. Юртбошимиз қайд этганидек, “спортчилик, ҳеч нарсга давлат нуфузини дунёга тарата олмайди”<sup>8</sup>.

Замон лийддаг билан ўзгариб бормоқда – давлат тушунчаси, халқ ва миллат тушунчаларининг моҳият-мазмунини тубдан янгиламоқда. Миллий манфаат тушунчаси ҳар қандай ижтимоий-сиёсий ва ҳоказо воқеа-ҳодисаларга янгича кўз, янгича назар билан қарашни тақозо этмоқда. Мисол учун, ўтган асрда ҳам Ўзбекистон ва ўзбек халқи ҳаётига таалуқли хорийжий матбуот чиқишлари қам бўлмаган. Мамлакатимизда ташқи тарғибот масаласига ҳар доим алоҳида эътибор қаратиб келинган. Мисол учун Тошкентда хорийжлик ўқувчилар учун мўлжалланган “Uzbekistan Contact”

журнали нашр қилинган. Айниқса, 1962–2006 йиллар мобайнида 14та тилда эшиттиришлар тайёрлаган Ўзбекистон телерадиокомпаниясининг “Хорийжий мамлакатларга эшиттиришлар” бошқармасининг дунё бўйлаб салмоқли аудиторияга эга бўлганлигини алоҳида эътироф этиш жоиз. Аммо бу каби ахборот воситалари бармоқ билан санарли эди.

Республикаимиз мустақилликка эришгач бу йўналишдаги оммавий ахборот воситалари чиқишларининг сони, салмоғи, фаолият йўналишини тубдан ўзгарди. Энди хорийжлик муаллифлар ёш мустақил давлатимизда кечаётган ички жараёнлар – жамият ҳаётининг турфа қирралари, олиб борилаётган ислохотлар, ислохотлар бераётган амалий натижалар, ўзгаришлар ва янгилинишлар ҳақида ёза бошладилар. Нуктаи назарлар ва ёндашувларнинг мана шундай янгилана бориши Ўзбекистон Президентини Ислому Абдуғаниевич Қаримовнинг кенг миқёсдаги жўшқин фаолиятига атрафлича муносабат билдиришда, айниқса яққол кўзга ташланмоқда.

Биринчи навбагда, ҳар қандай ёш мустақил давлат ўзининг мустақил тараққиёт йўлини белгилаб олар экан, ислохотлар стратегияси ишлаб чиқилади, белгиланган режаларни амалга оширишга киришилади, халқ мамлакатда замонавий демократик жамият барпо этишдек улкан мақсадлар билан яшай бошлайди. Бироқ кенг омма бир пайтда бошланаётган ижтимоий-сиёсий ва ҳоказо ўзгаришларга етарли даражада тайёр бўлмайди. Мустақилликнинг дастлабки ўтиш даври, босқичи яна кўплаб мураккабликларни келтириб чиқаради. Мана шундай ҳолатда жамият, давлат том маънодаги лидерга, етакчи қучга зарурият, эҳтиёж сезади. Бундай тарихий миссия одагда ёш давлатга раҳбарлик қилаётган шахс зиммасига тушишига дунё мамлакатлари тарихдан истаганча мисоллар келтириш мумкин. Ўзбекистон мисолида тарих ва тақдир мазкур вазифани Президент Ислому Қаримов шахсига раво кўрди.

Иккинчидан, мамлакатимиз мустақилликнинг дастлабки чорак асри мобайнида босиб ўтган йўли, бу йилларда эришилган барча муваффақиятлар давлатимиз раҳбари номи билан боғлиқ.

<sup>8</sup> Эп. манба: <http://sog'om.uz/etrof/13-uchinchisi-halol.html>

Учинчидан, ўтган давр Юртбошимизнинг ҳақиқатда фавқуллодда ўзига хос давлат раҳбари, ўзига хос хусусиятларга эга тарихий шахс сифатида кўрсатди.

Ушбу мулоҳазалардан келиб чиққан ҳолда мамлакатимиз Президентини образи қуйидаги аспектларда кўриб чиқилди:

- ички ислохотлар режаси ва уларнинг изчил амалга оширилаётганида;
- жамиятда демократик тамойилларнинг акс этишида;
- мамлакатнинг дунё ҳамжамиятига интеграциялашувида;
- давлатимиз раҳбари хорижий журналистларга берган интервью ва суҳбатларида;

– нутқларида;

– мақолалари ва асарларида;

– фавқуллодда ҳолатлардаги хатти-ҳаракатларида;

– давлат арбоби ва шахс сифатидаги харизмасида;

– халқаро микёсдаги фаоллигида, ташаббускорлигида ва ҳоказо.

Масаланинг бу қадар кенг қамровлиги бежиз эмас албатта. Зеро, ёш мустақил давлат шароитида давлат раҳбарининг имижини шу давлатнинг, давлатнинг имижини эса давлат раҳбарининг имижини билан кўшилиб кетади, яъни уларни бир-биридан ажратиб бўлмайди. Давлат бошлиғи давлатнинг, халқнинг рамзи, тинимсолига айланади.

Санаб ўтилган омиллар тадқиқот учун танланган мавзунинг нечоғли долзарб ва зарур эканлигини яна бир қарра тасдиқлайди.

Аксарият мутахассислар “бугун дунёни одамлар эмас, уларнинг образи бошқармоқда” дея таъкидлайдилар. Зеро, кишиларнинг бевосита мулоқотга киришиш, реал танишиш имконияти бўлмаган хозирги шароитда у ёки бу воқеа-ҳодиса ва ҳолатга ОАВда яратилаётган (босма нашрлар, телерадио имижини ва ҳоказо) имиждан келиб чиқиб, баҳо берилмоқда.

Ҳар бир давлатнинг халқаро образи бўлиши, яъни имижини, аввало мамлакатнинг нуфузини, тарихини, ижтимоий-иқтисодий имкониятлари, сармоявий салоҳияти, маданияти, санъати, умуман ўтмиши ва хозирги

ҳаётига дахлдор бўлган ахборотлар мажмуаси, йиғиндисини тарқатиш орқали рўйбога чиқарилади. Бу қадар кенг қамровли вазифани амалга оширишга эса фақат ва фақат оммавий ахборот воситалари қодирдир. Шунинг учун ҳам давлатлар имижини ҳақиқатда сўз борар экан, истаимизми-йўқми, медиа макондаги имиж, янаям аниқроғи, медиаимиж тушунчаси алоҳида масала, алоҳида муаммо сифатида намоён бўлади.

Хориж ОАВдаги мамлакатимиз ҳаётига доир чиқишларни ўрганиш, атрафлича таҳлил қилиш, улар юзасидан умумлашма илмий хулосалар ишлаб чиқиш миллий журналистика фанимиз олдида турган муҳим ва долзарб вазифага айланди.

Мустақил давлатлар медиа-имижини шакллантиришнинг назарий ва амалий асослари

Ёш мамлакат имижини масалалари сўнгги йилларда ҳам илмий ҳамжамият, ҳам сиёсий элита томонидан кизгин муҳокама қилинмоқда. Жамоатчилик билан алоқалар ижтимоий онг билан онгости даражасида ишлашни эътиборга олсак, ушбу масаланинг нақадар долзарблиги аниқлашади.

Англиянинг “консерватизм ўлкаси”, Италиянинг “мафия макони”, Таиланднинг “туристик жаннат” деб таърифланиши, ёки бўлмаса, АҚШнинг ўша даврдаги Президенти Р.Рейген СССРга “ёвузлик салтанати”, Эрон Президенти Хумайни АҚШга “тўнғич иблис” деб ном бергани дунё жамоатчилиги орасида яхши маълум. Бундай ёрликлар қўлаш ўтган асрларда ҳам, яъни хали PR фани шаклланмаган пайтда ҳам одатий ҳол ҳисобланган. Жумладан, Эронни “Форс кўрфази жандарми”, Хива хонлигини “Ўрға Осие Жазоир” деб аташ урф бўлган. Шундай экан жамоатчилик билан алоқалар шаклланишидан олдин фақатгина ёрликлар ёпиштириш сингари “қора” технологиялар маълум бўлган деган тасавур ҳосил бўлиши мумкин. Тўғри, ўша пайтларда ҳам халқаро муносабатларда ҳамкорлар олдда ўз ижобий имижини шакллантириш, рақиб имижига эса қарама-қарши туришга қаратилган “оқ” технологиялардан кенг қўлланилган. Албатта, улар яхлит тарзда “PR технологиялари” деб аталмаган, лекин уларнинг аталишидан қатъий назар моҳият ўзгармайди.

Айнан шу маънода бугунги даврда ёш мустақил давлатларнинг “медиа-имиж”ни, яъни уларнинг “оммавий ахборот воситаларидаги киффаси”ни шакллантириш масаласи муайян режали ишларни талаб этади. Жамоатчилик билан алоқаларни кенгайтириш, бу борада давлат бошқаруви органлари, турли жамоат ташкилотлари ва бизнес доиралар ишини мувофиқлаштириш лозим бўлади.

Мамлакатнинг халқаро имижини – барқарор константа (логин. *constants* – доимий, ўзгармайдиган, муким) бўлиб, у узок йиллар мобайнида жaxon ҳамжамияти оинтида ўрнашиб қолади. Унинг хaрактеристикалари OABDa ҳамда бошқа ахборот манбаларида кенг қўлланади. Бу холни тадқиқотчи П.Жукова ҳам алоҳида таъкидлаб ўтади: “Давлат имижини – тарихий категория, у асрлар мобайнида шаклланади”<sup>9</sup>. Ҳақиқатан ҳам мамлакат имижини бирданига пайдо бўлиб ёки йўқолиб қолмайди. У аста-секинлик билан, узлуксиз равишда вужудга келади ва кўп йиллар давомида жамоатчилик ҳоғтирасида сақланади.

Агар давлат ўз имижини устида иш олиб бормаса, ўзи ҳақидаги ахборотни дунё миқёсида таркатмаса, унинг табиий, геосиёсий ва идеологик рақиблари “қора” технологиялар ёрдамида мамлакатнинг салбий имижини шакллантиришга уринади. Бундан кўриниб турибдики, халқаро миқёсда жамоатчилик бўлан иш олиб бориш соҳанинг бошқа йўналишлари учун умумий бўлган қонуниятларга бўйсунди.

Тарихан олиб қаралганда, шубҳасиз, давлат “PR”нинг шакли, методлари ва ичфраси тураси бўйича АҚШда жуда кўплаб ишлар амалга оширилган. Президент фаолиятига ахборот таъминоти зарурлигини 1828 йилда сайланган Э.Жексон тушуниб етган ва у кентукилик собик газета муҳаррири А.Канделлани ўз идорасига ишга жалб қилган. Шундан келиб чиққан холда, А.Канделлани назарий жиҳатдан нафақат АҚШ, балки умуман дунёдаги давлат раҳбарларининг биринчи магбуот котиби деб ҳисоблаш мумкин<sup>10</sup>.

Орадан қарийб 200 йил ўтгач, ушбу йўналишда бажарилган ишлар қўламига эътибор қаратадиган бўлсак, уларнинг тизимлаштирилганлиги ва асосийси, муқтазам равишда кенгайтириб борилганлигига гувоҳ бўлиш мумкин. Мамлакатда давлат бошқаруви аппаратини доимий равишда

<sup>9</sup> Жукова П. Имидж России и её безопасность: диалектика взаимосвязи // Власть. 2010.02. – С. 54.

<sup>10</sup> Абатуров В., Наурызбаева Ю. Медиа-технологии в имидже государства. // Экономическое обозрение. 2003, 05. – С. 40.

оптималлаштириб, штаблар қисқартирилишига эришилган бўлса-да, бунинг акси ўлароқ, маъбуот хизматлари кенгайтириб борилган. Бугунги кунга келиб давлат томонидан 12 мингта даврий нашрларнинг чоп этилиши бу соҳага қаратилган жиддий эътиборнинг тасдиғи бўлса ажаб эмас.

Ҳозирги даврда ташқи тарғибот масаласи билан АҚШда жами 3та ташкилот шугулланмоқда. Булар: Давлат Департаменти хузуридаги Халқаро ахборот бошқармаси, Давлат қотиби томонидан назорат қилиб келинаётган Халқаро телерадио бюроси, шунингдек расман “мустақил” ҳисобланган “Озодлик” радиокорпорациясидир. Булардан ташқари халқ дипломатияси ва “soft power” – “юмшоқ қуч”дан ҳам самарали фойдаланилмоқда. Бир сўз билан айтганда “Американинг орзулар мамлақати” бўлиши учун оз мунча ҳаракат қилинмаган.

Умуман дунёнинг яқин ўтмишига назар ташлайдиган бўлсак, айрим шаҳарлар, худудлар ва қолаверса, давлатларга ўзгармайдиган рамзий маънодаги ёрликлар ёпиштирилганлигини кўрамиз:

Берлин	Янги Европа пойтахти
Атланта	Янги Жануб маркази
Қоста-Рика	Лотин Америкасининг энг барқарор демократияси
Ростов-на-Дону	Кавказ дарвозалари
Нижний Новгород	Учинчи пойтахт, Россиянинг ҳамёни
Пальма де Мальорка	Британия ороллариининг қуёшли муқобили
Тайланд	Узоқ Шарқнинг туристик жаннати
Нью-Йорк	Орзулар шаҳри

*1-жадвал. Давлат ва шахрларнинг халқаро имижси.*

Шундай экан, энди халқаро имижнинг моҳияти масаласига эътибор қаратсак. Тадқиқотчи Мухаммад ал-Бухорий халқаро жамоатчилик билан

вилоятлари халқаро ахборот алмашинувининг функцияси<sup>11</sup>, халқлар ўртасидаги самимий муносабатлар воситаси ҳамда халқаро ташкилотларнинг ҳаракат майдони деб ҳисоблайди<sup>12</sup>. “Халқаро ахборот алмашинуви ва коммуникация жараёнлари халқаро муносабатлар ҳамда халқларнинг сиёсий фаоллигини шакллантиришда муҳим ўрин тутди”<sup>13</sup>. Айниқса, ҳозирги даврда АКТнинг ривожланиши билан бу фикр янада долзарб аҳамият касб этмоқда.

П.Жукова эса ўз навбатида халқаро имижнинг муҳим вазифаларидан бири бўлган миллий хавфсизликни таъминлаш масаласига эътибор қаратади. Унинг фикрига кўра, “ҳар қандай социум учун давлат имижини шакллантирувчи ҳамда миллий хавфсизликни таъминловчи субъектлар манфаатларининг мувофиқлиги зарур”<sup>14</sup>.

Халқаро имижнинг яна бир муҳим хусусияти, аввало, унинг аввал мамлакат ичкарисида, тарихий шаклланиши бўлса, иккинчидан, жамият ва ҳокимият ўлчовларида тахрир этилишидир. Негаки, жамоатчилик фикри билан давлат ҳокимияти шакллантирган халқаро имиж бир-бирига мос келсагина тузумнинг ҳаётга мувофиқлиги, кескин ташқи рақобат шароитида фаолият юритишга, давлат имижини янада тараққий эттириш ва узатиш (коммуникация) усулларидан самарали фойдаланишга тайёрлиги ҳақида гапириш мумкин<sup>15</sup>.

Халқаро микёсда муайян давлатнинг ижобий кифасини яратишдан кўзланадиган асосий мақсад ва вазифалар адабиётларда муайян тизимга солинмаган. Бунинг сабаби ҳар бир мамлакат ташқи сиёсат юритишда фақат ўз манфаатлари ва эҳтиёжларидан келиб чиқиши, жаҳон ҳамжамиятига ўзига хос муаммолари билан кириб келиши ва қўшилиши бўлса керак. Бу эса, табиғийки, оддий ёки жўн жараён эмас. Ҳаётдаги бундай мураккабликлар,

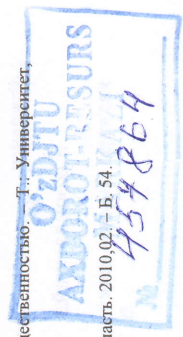
<sup>11</sup> Мухаммад аль-Бухари. Рекламовеление и международные связи с общественностью. Т. Университет, 2009. – Б. 137.

<sup>12</sup> Уша манба. – Б. 142.

<sup>13</sup> Уша манба. – Б. 11.

<sup>14</sup> Жукова П. Имидж России и её безопасность: диалектика взаимосвязи/Власть. 2010,02. – Б. 54.

<sup>15</sup> Уша манба. – Б. 54.



айниқса, ёш мустақил давлатлар медиа-имижини шакллантиришнинг назарий асослари ва амалиётдаги баҳсли ҳолатлар муаммосини ўртага олиб чиқади.

Демак, ўз-ўзидан, халқаро имиж вазифаларини аниқ санаб ўтиш мушкул иш, бу муайян давлатнинг конкрет вазиятдаги аниқ масалалар бўйича чора-тадбирлар мажмуасига мувофиқ белгиланади.

Шундай бўлса-да, назаримизда, мазкур йўналишдаги мақсад ва вазифаларни умумлаштириб, уларни бир нечта тоифага бўлиш мумкин:

1. Аввало халқаро миқёсда эътироф ва ишончга сазовор бўлиш;
2. Ўзининг ички ва ташқи муаммоларини халқаро миқёсга олиб чиқиш;
3. Мунозарали вазиятларда халқаро ҳуқуқий муносабатларнинг бошқа субъектлари кифасида таянч ёки ҳамкорларга эга бўлиш;
4. Жаҳон бозорига чиқиш, ўз маҳсулот ва хизматларининг рақобатбардошлигига эришиш ва аксинча, импорт сифатини имтиёзли шартларда ошириш;
5. Халқаро миқёсдаги муаммолар юзасидан ўз позициясини халқаро ҳуқуқий муносабатнинг бошқа субъектларига сингдира олиш;
6. Мамлакат инфрастрктурасини ривожлантириш учун хорижий инвестицияларни жалб этиш;

7. Ички ресурслардан максимал даражада фойдаланиш, хусусан, туризмни ривожлантириш;

8. Халқаро миқёсда муайян мақомга эга бўлиш;

9. Ички ва ташқи хавфсизликни таъминлаш, харбий, сиёсий, иқтисодий, маданий ва ахборий хуружларга қаршилик кўрсатиш;

10. Мамлакат ташқарисидagi фукарларнинг ҳамда иқтисодий ёки сиёсий манфаатларнинг хавфсизлигини таъминлаш;

11. Ўз маданияти ва мафқураси ҳақида дунёнинг бошқа мамлакатларига ахборот узатиш, бу билан уларга маълум маънода таъсир ўтказиш.

Юқорида қайд этилган вазифаларни бажариш орқали давлатнинг халқаро имижни шакллана боради. Тадқиқотчи Э.Галумовнинг ёзишича, ушбу

жараённинг асосий мақсадли аудиториялари (иштирокчилари – Б.А.) куйидагиларга бўлинади:

1. Халқаро ҳуқуқ манбалари ёки субъектлари бўлган халқаро давлат ва нодавлат ташкилотлар (БМТ, ЮНЕСКО);

2. Халқаро ихтисослашган ташкилотлар (иктисодиёт, молия, савдо, маданият, спорт, маориф, касбий фаолият соҳалари);

3. Хорижий давлатларнинг сиёсий элитаси;

4. Хорижий инвесторлар ва акциядорлар;

5. Халқаро жамоат ташкилотлари;

6. Профессинал кизиқиш доираси шу давлатни ўз ичига оладиган экспертлар ҳамжамияти (молиявий ва тармоқли таҳлилчилар, сисёатшунослар, жамиятшунослар, иқтисодчилар, журналистлар ва х.к.);

7. Давлатга боғлиқ кизиқиш ва эҳтиёжларга эга бўлган халқаро ҳамжамият вакиллари (бошқа мамлакат фукарolari), шу жумладан, потенциал ва реал туристлар, шунингдек, умуман хорижий давлатлар аҳолиси<sup>16</sup>.

Назаримизда Э.Галумовнинг ушбу рўйхати тўлиқ эмас. Чунончи унга мамлакатлар ва минтакаларга ихтисослашган журналистларни, хусусий медиа монополияларни, шунингдек, халқаро мақсага эга бўлган давлатга тегишли ОАВни киритиш мумкин.

Сўнги пайтларда имижнинг аҳамияти ошиб бораётган энг муҳим компонентларидан бири мамлакатнинг инвестицияларга очиклигидир (бу корпоратив имиж назариясида – бизнес-имиж деб юритилади – Б.А.). Сиёсий ва иқтисодий кўрсаткичлар инвесторлар эътиборига молик бўлиши учун жаҳон ҳамжамиятида бизнес-имижнинг таркибий қисмлари бўлган юқори маданиятлик, сиёсий шаффоқлик ва ижтимоий масъулияг маъжудлиги талаб этилади (таълим ва илмий дастурларни молиялаштириш, экологик ва технологик хавфсизликни таъминлаш, корхона ва ташкилотлар ходимлари учун ижтимоий пакетлар ишлаб чиқилиши ва х.к.).

<sup>16</sup> Галумов Э. "Имидж страны и власть". Психология и бизнес. 2005.02. – С. 23.

Кези келганда, шунинг афсус билан таъкидлаш ўринлики, бугунги кунда жахон медиа маконида Ўзбекистоннинг инвестицион салоҳияти билан боғлиқ ахборотлар ҳажми нисбатан оз. Фикримизча, бу борада алоҳида медиа-режа ўшлаб чиқилиб, тизимли ишлар амалга оширилиши лозим. Шу маънода назарий жиҳатдан сўз юритилганда, амалиётдаги айрим долзарб муаммолар ўз-ўзидан аён бўла бошлайди. Мисол учун, кузатишлар натижаси шунини кўрсатадики, сўнги йилларда (жумладан 1998-2015 й.й.), хорижий давлатларда Ўзбекистоннинг иқтисодий ҳамкорлик имкониятларига бағишланган давра суҳбатлари ва йирик анжуманлар қамрови тобора пасайиб борган. Уларни хорижий ва маҳаллий ОАВда ёритиш масалалари деярли назардан четда қолиб кетди. Бизнес каталоглар, инвестицион буклетлар, иқтисодий мазудаги бошқа босма ва электрон ахборотлар, фикримизча, жуда кам ҳажмда ишлаб чиқилмоқда. Буларда, хусусан “давлат жаҳон бозори шартларини қабул қилишга тайёрлигини кўрсатиши лозим: иқтисодий соҳанинг қонунадан мустаҳкамланган барқарор қондалари, табиий монополияларнинг, солиқ, суд, банк ва бошқа институтларнинг ислох қилиниши ва х.к.”<sup>17</sup>

Тадқиқотчи Э.Галумов мамлакат ичидаги барча ОАВ томонидан тарғиб этилиши лозим бўлган ягона имижни яратишни тавсия этади<sup>18</sup>. Бу фикрни албатта борича қабул қилишимиз керак. Чунки ишлаб чиқилаётган ҳар қандай имиж тўлақонли бўлиши лозим, аммо характеристикалар иерархияси жамиятнинг турли қатламлари учун бироз фарқланиши керак. Бу корпоратив имиж учун шубҳасиздир.

Инвесторларни олинаётган даромад, компанияга маблағ тикишининг натижалари, мавжуд хатарлар, таваккал иш тутишлар қизиқтирди, ишбилармон жамоатчиликни компания мавқеи, унинг бозорга таъсири ва ривожланиш суръатлари, инновацион технологиялар, бизнес юритиш стратегияси, ижтимоий позицияси қизиқтиради. Ҳамкорлар учун юқори

рақобатбардошлик, ишончлилики, барқарорлик муҳимдир. Зеро, замонавий минжозларнинг умидлари компаниянинг профессионаллик даражасига, кадриятларига, бозордаги ўрнига боғланган бўлади. Сармоядорлар компанияларнинг барқарорлиги ва ривожланиш истиқболлари, ички ва ташқи имижнинг мутаносиблигига, индивидуал кадриятларнинг жамоа кадриятларига мослигига таянадилар.

Бизнингча, халқаро имижни шакллантириш алгоритми ҳар қандай даражадаги имиж дастурлари учун универсал кўринишга эгадир. Шундай экан, коммуникацион дастурларни амалга оширишнинг қуйидаги асосий босқичларини қайд этиш зарур:

#### 1. Вазиятни баҳолаш (таҳлил ва тадқиқот).

Имиж дастурларини ўрганишдаги асосий эътибор биринчи навбатда аудитория талабларини аниқлаш, имиж кўрсаткичларини (субъектнинг шахсий нуктаи назаридан) ҳамда субъектнинг айна пайтдаги қиёфасини (турли аудиторияларда шаклланган тасавурлар асосида) ўрганиб чиқишга қаратилмоғи лозим.

Давлат қиёфаси, имижни бир томондан реалликни билиш инструменти ҳисобланади. Бошқа томондан эса давлат қиёфаси нафақат инструмент, балки билиш жараёни натижаси ҳамдир. Давлат қиёфасини шакллантиришнинг аҳамияти шундан иборатки, кейинчалик у давлатларнинг ўзаро муносабатларининг бутун тизимида ишлайди. Рус олими И.Кисилевга кўра, муносабатлар куришда давлатнинг шакллантирилган қиёфаси унинг реал хусусиятларидан кўра муҳимроқ бўлади<sup>19</sup>. Бунга мисол тариқасида Россиянинг халқаро имижини кўрсатиш мумкин. Европа мамлактларида узок вақтлар мобайнида Россия деганда агрессия, харбий-полиция режими, маданий қолоқлик тушунилган. Чор Россияси даврида у “халқлар қамоғи” ёки “Европа жаңдарми”, Совет Иттифоқи даврида “ёвузлик империяси”, Иттифок кулаганидан сўнг эса кашоқлик, коррупция ва жинойтчилик

<sup>17</sup> Шипова Е. PR-сообщество на службе России // www.ipra-consulting.ru  
<sup>18</sup> Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. – М.: 2005. – С. 45.

<sup>19</sup> Киселев И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях в рамках конструктивистской парадигмы // www.eitapium.ru. 2007. Апрель. – С. 8.

мамлакати сифатида таърифланди. Мустамлакачилик, руслаштириш сиёсати, каттагонлар ҳамда маданий геноцид сабабли ушбу давлат постсовет минтақасида ҳам кўпроқ салбий баҳоланиб келинган. Аммо шаклланиб қолган ушбу стереотиплар бугунги даврда секин-аста ўзгармоқда.

Шуниси кизиқки, турли давлатларнинг муайян бир мамлакат ҳақидаги тасавурларига мувофиқ ушбу давлатлар ОАВда бериладиган ахборот ҳам бир-биридан фарқ қилади.

Корпоратив брендингда мавжуд имижни баҳолашда бевосита номинал хусусиятлардан ташқари, қабул қилинадиган ва ўлчанадиган хусусиятлар ҳам кўриб чиқилади. Имижни баҳолаш тизимида, шунингдек, имижнинг мавжудлик муддати, имижнинг аниқлиги ва барқарорлиги, салбий ва ижобий баҳолар мутаносиблиги, мавжуд муаммоларни аниқлаштириш қиради. Буларнинг барчасини, фикримизча, давлат имижига таъбиқ этса бўлади.

Корпоратив стратегияларда имижни шакллантириш алгоритмига рақобатчилар имижини ўрганиш босқичи ҳам киритилади. Бу блок давлат имижини шакллантириш алгоритмига ҳам маълум даражада тўғри келиши мумкин, айниқса гап унинг халқаро мақоми ҳақида борганда. Қарама-қаршиликлар чоғида, мафхуралар қураши доирасида, қуролли тўқнашувларда рақиб имижини қасдан бузиш механизмлари ишга тушади, дўст қиёфасидан душман қиёфасига ўтиш амалга оширилади. Иқтисодий рақобат шароитларида ҳам дунё ҳамжамиятининг бошқа вакиллари имижини билиб қўйиш зиён қилмайди.

2. Вазият баҳолангандан сўнг, мавжуд имиж танланган аудиторияларнинг тасаввур ва эҳтиёжлари билан таққослаб кўрилади. “Тутатиш нуқталари” шакллантирилаётган имижнинг асосига айланади. Аммо имиж реалликка қисман, у ёки бу миқдордаги қўшимча ахборот нисбати билан бирга мос келгани боис, имиж шакллантиришга “сайқалловчи” хусусиятларни танлаш босқичи қўшилади.

3. Имиж шакллантиришнинг кейинги босқичи давлатнинг бошқа субъектлар ичидаги фарқли, индивидуал сифатларини кидириш ва уларни тикдим этишдир.

Сўзсиз, бу жараённинг хилма-хил кўринишлари мавжуд:

- субъектнинг максдалли аудитория манфаатларига мос ҳислатлари бўйича;
- алоҳида субъектлар гуруҳига қарама-қарши қўйиш бўйича;
- конкрет рақобатчиларга қаршилик бўйича;
- ассоциациялар бўйича;
- муаммолар бўйича.

Юқорида айтиб ўтганимиздек, имиж хусусиятлари мажмуасининг алоҳида компонентлари ҳар хил аудиториялар учун ҳар хил аҳамият касб этади. Бу ҳолат имиж шакллантиришнинг истиқболли кўрсаткичларини танилаб олишда ҳисобга олинмоғи лозим.

4. Кейинги босқич – имиж характеристикаларини тарғиб этишнинг коммуникатив стратегияларини танлаш/ишлаб чиқиш<sup>20</sup>.

Ахборот оқимини шакллантириш қоидалари кўпроқ ахборот тақдим этиш, тўхтовсиз янгиликлар етказилишини таъминлаш, меъёри-билиш, аниқ ахборот етказиш, тезкор ишлаш, ҳаққоний маълумотни рад этмаслик, ўз нарсиясини очиклаш ҳамда ўз позициясини билдириб боришни талаб этади. ОАВ ойнасида мамлакатнинг ижобий имижини шакллантиришда ҳулосаларнинг сунъийлиги, минг афсуски, хорижий журналистларни бошқа қиёфаларни кидиришга, “контрэпитетлар” қўллашга, параллель позицияларни шакллантиришга мажбур этади.

Хорижий ва маҳаллий ОАВ билан муносабатлар ўзаро ишончга асосланган тақдирдагина имижни, истиқболда эса барқарор мавқени шакллантиришда катта таъсир кучига айланиши мумкин. Хорижий журналистлар учун, айниқса, тезкор ахборот олиш жараёнида манбалар

<sup>20</sup> Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Право. Выпуск №2. 2008,12. – С.51.

(ньосмейкерлар, расмий доиралар) нинг очиклик даражаси муҳим аҳамият касб этади.

Шундай қилиб, мамлакатнинг мавжуд халқро имижини баҳолаш, маълум ахборот оқимини шакллантириш жараёни таҳлили, салбий, ноадекват, фрагментар (чала) ёритилишга олиб келаётган сабабларни бартараф этиш, халқро медиажамоатчилик билан медиабозор қоидаларига ҳамда ўзаро ишонч ва мустақкам ҳамкорлик принципларига бўйсунган ҳолда ишончли барқарор муносабатларнинг ўрнатилиши мамлакатнинг бутун тизимидаги имижини таъминлашнинг асосий йўналиши ҳисобланади.

ОАВ билан ишлашнинг мураккаб томони – бугунги глобаллашув замонида ахборот бозорида аниқ (ривожланган) давлатлар гуруҳининг монополияси ўрнатилгани, кичик давлатлар қўлида мавжуд ахборот технологияларининг рақобатбардош эмаслиги ҳамда шу туфайли улар ҳақидаги маълумотнинг манипуляцияга учраш хавфи кучли бўлиб қолмоқда. Бошқача қилиб айтганда, халқро ахборот алмашуви бугунги кунда бир томонлама характер ва йўналишга эгадир. Афсус билан қайд этиш керакки, бу борада ривожланган ва ривожланаётган давлатларнинг имкониятлари ўртасидаги фарқ кун сайин кучайиб бормоқда. Айниқса, мафкуравий, сиёсий, ҳарбий ёки ахборий қарама-қаршилиқ шароитида бу ҳолат янада яққол кўзга ташланади.

Тадқиқотчи Мухаммад ал-Бухорий ушбу муаммоларни қуйидагича тизимга солади:

- 1) Халқро ахборот асосан Ғарб манфаатларига таянади;
- 2) Ривожланаётган давлатлар ҳақидаги ахборот ғарбона кадриятлар призмаси орқали узатилади, бундан келиб чиққан номутоаносиблик салбий оқибатларга олиб келади;
- 3) Халқро ахборот оқими асосан Ғарб ҳақида ижобий фикр шакллантиришга хизмат қилади, бу ўз-ўзидан уларни ривожланаётган

мамлакатлар билан такқослашни ва, ўз-ўзидан, конфронтацияни келтириб чиқарилади<sup>21</sup>. Албатта, бундай фикрлар изоҳ талаб қилмайди.

Давлат имижига ҳақида сўз борар экан, яна бир муҳим масаладан кўз юмиб бўлмайди. Мамлакат имижига унинг алоҳида ҳудудлари имижига билан биввосита боғлиқ эканлигидир.

Исталган давлат имижини яратишда ўша давлатнинг тарқибий бўлимлари, яъни ички ҳудудлари, минтақалари, вилоятлари, туманларига тегишли бўлган алоҳида имижларини яратиш, яхшилаш масаласига ҳам жиддий эътибор қаратиш зарур. Шу маънода Ставрополь давлат университети олими И.В.Букреевнинг фикрини таъкидлаб ўтиш ўринлидир. Муаллиф Шимолий Кавказ федерал округи қиёфасининг Россия давлат телеканалларида ёритилиши масаласи ҳақида тўхталар экан, жумладан шундай дейди: “Биринчи канал”да минтақанинг ички факторлари тўғрисида, хусусан Шимолий Кавказ табиатининг бойлиги ва гўзаллиги билан боғлиқ ахборотлар жуда кам берилади. Ваҳоланки, ушбу субъектнинг ижобий образини тарғиб қилишда бу каби реал хусусиятлардан унумли фойдаланиш керак. Акс ҳолда, яъни ҳудудга доир медиа образни доимий равишда “салбийлаштириб бориш” - минтақага келадиган инвестициялар ва туристлар оқимига тўсқинлик қилади. Муҳими шундаки, мамлакатнинг умумий ижобий имижини яратиш кўп жиҳатдан унинг ички ҳудудлари имижига билан ҳамбарчас боғлиқдир<sup>22</sup>.

Маълумки, Россия телеканаллари Кавказ табиатининг гўзаллиги, ҳавосининг мусаффолиги, меҳнаткаш халқи ҳақида эмас, аксинча, худуд тўғрисида фақат салбий ахборотлар – у ердаги ногинчиликлар, қарама-қаршилиқлар, террористик ҳаракатлар ҳақида оғиз кўлпиртириб гапиришни хуш кўришади. Бундай ҳолатда Россиянинг маъмур ҳудудига нисбатан ишончсизлик ва ҳадиксираш орта боради. Натигада бу ерга ташки

<sup>21</sup> Мухаммад ал-Бухари. Рекламаведение и международные связи с общественностью. – Т.: Университет, 2009. – С. 16.

<sup>22</sup> И.В. Букреева (Ставропольский ГУ). Создание образа Северо-Кавказского Федерального округа на государственных российских телеканалах. Коммуникация в современном мире. Воронежский ГУ. Факультет журналистики. 2011. – С.11, 12.

инвестицияларнинг киритилиши ўз-ўзидан камаяди ва минтака иқтисодий-ижтимоий ривожланишда орқада қолиб кетади. Бу эса, ўз навбатида, хавфсизлик билан боғлиқ муаммоларни туғдиради, маҳаллий аҳоли кайфиятининг радикаллашувига сабаб бўлади.

Минтакавий имиж ҳақида сўз борар экан, бу тўғрида Омск давлат университетининг тадқиқотчиси И.А.Сушненко фикрлари ҳам эътиборга молиқдир. Россиядаги федерал ва минтакавий газеталарда чоп этилган Омск вилоятига оид мақолалар таҳлил қилинганда, ушбу худуднинг ташқи медиа-имижини яратишда ички имкониятлар тўлиқ ишга солинмаётганлиги аниқланган. Мисол учун вилоятнинг ўзига хос саноат, спорт ва маданият маркази эканлиги жуда кам эътироф этилган. Аксинча, марказий ОАВда Омскдаги криминал ҳолат ва турли мудхшш воқеалар ҳақидаги салбий ахборотлар кўпроқ тарқалган. Муаллифнинг фикрига кўра, худуд имижини яратишда журналистлар воқеликни объектив баҳолашлари лозим, шунингдек, тўғри сўз ва ибораларни қўллашлари керак<sup>23</sup>.

Турли аудиториялар ўзларининг (айни пайтда мавжуд бўлган конкрет) хоҳиш-истаклари ва эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда халқаро имижнинг турли компонентларига қизиқиш билдирадилар. Шу боис имиж структураси ҳаракатчан бўлиши, ҳар бир фуқаро ўзига керакли киёфа ва рамзлар маълумот-мажмуасини олишини таъминлаш мақсадга мувофиқдир.

Минтакавий имиж ҳақида гап кетганда, Ўзбекистон яхши мисол бўла олади. Масалан, Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарларига тегишли минтакавий имиж нисбатан юқори саналади. Сайёҳларнинг кўп келиши, нуфузли халқаро анжуманларнинг айнан шу шаҳарларда ташкил этилиши жамоатчилик эътиборида бўлади.

Мустақиллик йилларида ўзининг минтакавий имижини яратаётган шаҳар ва вилоятлар кўпаймоқда. Тошкент (ислом маданияти пойтахти), Сурхондарё (Термиз – цивилизация бешиги), Асака (саноат маркази), Навоий

(иirik халқаро хаво дарвозаси – “ҳаб”), Эллиққалъа (кўҳна маданият ўчоғи) ва ҳоказо. Хорижий ОАВ вакиллари ва сайёҳларнинг Европаникидан қолшмайдиган Паркент узумзорларига ташрифининг кўпаяётганлиги ҳолатини айнан минтака имижини мисоли сифатида алоҳида кайд этиш мумкин.

Булардан ташқари жаҳонга машҳур тарихий шахслар ва буюк ақлоқларнинг номлари ҳам минтакавий имижнинг ажралмас элементи ҳисобланади. Масалан, мусулмон давлатларида Бухорий номини эътиштишлари билан одамлар хушёр тортадилар. Бухорийни ва Бухорони улуглиги бошлайдилар.

Ушбу масаланинг яна бир аспекти борки, кези келганда унга ҳам эътибор қаратишни ўринли деб ҳисоблаймиз. Бу маънода Андижон ва Ўш ноқеалари “салбий имиж ясовчилар” учун дoston бўлаётганлиги характерли мисолдир.

Назарий жиҳатдан олиб қаралганда мамлакат имижини бевоСИта унинг вакиллари, юқорида санаб ўтилган ранг-баранг худудлари ўртасидаги алоқалар, мамлакатга ташқаридан амалга ошириладиган ташрифлар ҳамда у билан бевоСИта танишиш жараёнида, шунингдек, у ҳақидаги ахборотнинг қабул қилиниши (асосан хорижий ОАВ орқали) натижасида шаклланиб, умумий киёфани ташкил этади.

И. Сушненкованинг фикрига кўра, давлатга нисбатан имижнинг учта ўлчамини шакллантириш мумкин:

1. Фуқаролик имижини – сиёсий ва иқтисодий кадриятлар даражасида;
2. Иқтисослашган имиж – касбий/иқтисослашган қизиқиш ва манфаатлар даражасида;
3. Маиший имиж – билим, танишиш билан алоқадор қизиқишлар даражасида<sup>24</sup>.

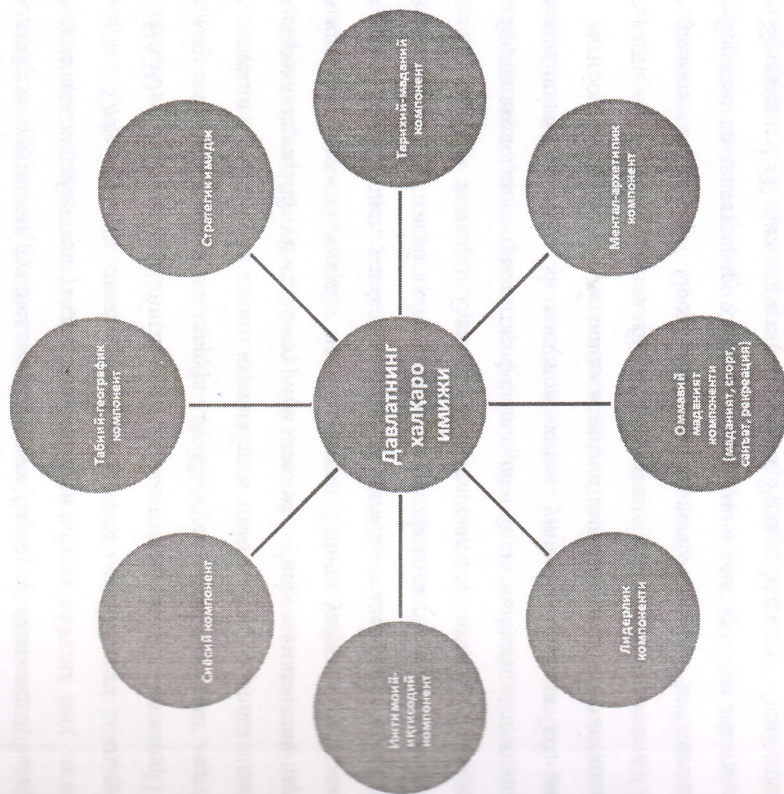
<sup>23</sup> И.А.Сушненко. Омский государственный университет. Моделирование фрейма как инструмент регионального имиджейкинга (на примере внешнего имиджа Омской области). Коммуникация в современном мире. Воронежский ГУ. Факультет журналистики. 2011 г. – С. 240, 241.

Бу фикрнинг давоми сифатида З. Данаева томонидан қайд этилган давлат халқаро имижини белгиловчи қуйидаги аниқ ахборот ва маълумотлар тартибини келтириб ўтишни ўринли деб ҳисоблаймиз:

- эълон қилиб бориладиган статистик кўрсаткичлар, халқаро рейтинглар;
- спортчиларнинг халқаро майдондаги чиқишлари ва мамлакатда ўтказиладиган халқаро спорт мусобақалари;
- чет элларда миллий кўргазмалар филиалларининг ўтказилиши, мамлакат вакилларининг халқаро кўргазма ва ярмаркалардаги, кинофестиваллардаги иштироки, мамлакатда доимий равишда халқаро кўргазмалар ва фестивалларнинг ташкил этилиши, санъат асарларининг ким ошди савдоси ўтказилиши;
- ижобий хиссийётлар келтириб чиқарувчи брендларнинг кенг қўлланиши;
- чет элда маориф, илм-фан ва маданият соҳаларида мамлакатлараро алоқаларни мустаҳкамлаш билан шуғулланувчи маърифатпарвар, зиёкор, носийёсий ташкилотларнинг яратилиши, уларни қўллаб-қувватлаш;
- абадий кадрят ва урф-одатлар – мамлакатнинг маданий идентификациясига хизмат қилувчи жиҳатларни тарғиб қилиш;
- халқларни жипслаштирувчи умумий тарихий-маданий воқеа, тadbир ва байрамларнинг нишонланиши;
- экспорт қилинаётган товар ва хизматлар, реклама компанияларининг ўтказилиши (мамлакат, корпорация, алоҳида лойиҳалар доирасида);
- фонд бозорларида тақдим этилган корхоналар ва уларнинг молиявий кўрсаткичлари;
- илмий ютуқлар, кашфийётларни қўллаб-қувватловчи мукофот ва жамғармаларнинг ташкил этилиши, халқаро илмий тadbирларнинг ўтказилиши;
- мамлакат ҳақида туристик қўлланма ва маълумотномаларнинг нашр этилиши;

- мамлакатда содир бўлаётган ижтимоий-сийсий воқеалар;
- сийсат, иқтисодиёт, маданият етакчилари, экспертлар, фуқаролик жамияти раҳбарлари ҳамда улар билан ўтказиладиган интервью ва суҳбатлар ташкил этиш<sup>25</sup>.

Юқоридаги фикрлардан келиб чиқиб қуйидаги диаграммани таклиф этиш мумкин:



1-Диаграмма. Давлат халқаро имижининг таркибий қисмлари.

Кези келганда Ўзбекистоннинг ички ва ташқи сийсати билан боғлиқ ифрм мисолларни келтириб ўтишимиз жоиз.

Ўрта Осиёда хавфсизлик, барқарорликни таъминлаш, хусусан Афғонистон ва Тожикистонга оид масалалар бўйича давлатимиз раҳбарлигари сурган ғояларни бутун жаҳон жамоатчилиги қўллаб-қувватлаганига бир неча бор гувоҳ бўлдик. Афғонистонга оид ташаббусларнинг мазмун-моҳияти шундан иборатки, бу ердаги маҳаллий аҳоли ўз мамлакатини муаммоларини ўз манфаатларидан келиб чиққан ҳолда, қарийб 40 йил давом этаётган урушнинг тугаши, минтақадаги барқарор келажакдан манфаатдор мамлакатлар кўмағида ўзлари хал этишлари лозим.

Улар сирасига, аввало, тинчлик ўрнатиш миссиясига дахлдор АҚШ, НАТО, Россия, шунингдек, Афғонистон билан бевосита кўшни мамлакатларни киритиш зарур. „6+3“ мулоқот гуруҳининг энг муҳим мақсади – бир-бирига қарши қурашаётган томонларга Афғонистонда ҳарбий ҳаракатларни тўхтатиш дастурини тақлиф этиш, мамлакатни пароканда қилаётган асосий муаммо ва зиддиятлар бўйича ўзаро мурося асосидаги ечимларни топиш, хавфсизликни таъминлаш ҳамда барча томонларнинг манфаатларини ҳисобга олган ҳолда зарур қафолатларни беришдан иборат<sup>26</sup>.

Бундан ташқари, Орол денгизи танглиги инсоният тарихидаги энг йирик экологик ва гуманитар фожиалардан бири эканлиги, денгиз ҳавзасида яшайдиган қарийб 35 миллион киши унинг таъсирида қолганлигини эътиборга олсак, бу йўналишда мамлакатимиз амалга оширган ишлар ҳам катта эътиборга сазавор бўлди. Мустақилликни қўлга киритиш билан, давлатимиз раҳбари Орол бўйидаги экологик ҳолатни соғломлаштириш борасидаги давлатлараро ҳамкорлик ишларини кенг қўламда амалга оширди. Жумладан 1993 йил март ойида Қизил Ўрдада Марказий Осиё давлатлари раҳбарларининг биргаликда ҳаракат қилиш тўғрисидаги Битими имзоланди, Орол денгизи муаммолари бўйича Давлатлараро Кенгаш, унинг Ижроия Кўмитаси, Оролни қўтқариш Халқаро фонди ташкил этилди.

Шунингдек, мамлакатимизда демократик жамият қуришининг ўзига хос хусусиятлари ҳам дунё ҳамжамиятининг диққат-эътиборида бўлди. Дарҳақиқат, Ўзбекистон Республикаси мустақиллик туфайли ҳуқуқий демократик давлат ва фуқаролик жамияти қуришни асосий мақсад қилиб белгилаб олди. Давлатимиз миллий-маънавий меросимизга, миллий давлатчилик соҳасидаги кадриятларимизга таянган ҳолда ўзига хос ва мос тараккиёт йўлини танлади. Зеро ўзининг маънавий кадриятларига, меросига таянмаган, уни ҳисобга олиб умумбашарий кадриятлар, тамойиллар билан уйғунлаштира олмаган жамиятни ҳақиқий демократик жамият деб бўлмади. Зеро Президент И.Каримов таъкидлаганидек, “Демократия жамиятнинг кадриятига, ҳар бир инсоннинг бойлигига айланмоғи керак. Бу эса бир зумда бўладиган иш эмас. Халқнинг маданиятидан жой ололмаган демократия турмуш тарзининг тарқибий қисми ҳам бўла олмайди. Бу тайёргарлик кўриш ва демократия тамойилларини ўзлаштиришдан иборат анча узок муддатли жараёндир”. Шундай экан, мамлакатимизда демократик жамият қуриш назарияси ва амалиёти масаласига алоҳида эътибор қаратилиши, бунга оид фикрларнинг жорий этилиши бир томондан мамлакатимизнинг мустақилликка эришишининг самараси билан боғлиқ бўлса, иккинчидан, мустақиллик туфайли Ўзбекистон танлаган тараккиёт йўлининг устивор йўналишини демократик жамият қуриш билан боғлиқ эканлигини кўрсатади.

Сир эмаски, илм-фан – ҳар қандай давлатнинг бугунги куни ва келажagini белгилайдиган муҳим соҳадир. Бугун Ўзбекистон олимлари мамлакат илм-фанини янада ривожлантириш учун мустаҳкам пойдевор яратмоқдалар. 1991 йилда республиканинг мустақилликни қўлга киритиши бутун халқ, жумладан, илмий ҳамда ижодий жамоатчилик учун улкан тарихий воқеа бўлди.

Мустақил давлатнинг иқтисодий салоҳиятини мустаҳкамлаш, табиийки, илгор илмий ишланмалар ва илмий-техникавий тараккиётнинг ютуқларини самарали жорий этиш билан бевосита боғлиқ. Ишлаб чиқаришга

<sup>26</sup> Каримов И.А. Демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини шакллантириш – мамлакатимиз тараккиётининг асосий мезонидир. Т. 1. „Ўзбекистон“, 2011 й. 19-ж. – Б. 10, 11.

инновацион технологияларни кенг жорий этиш Ўзбекистонни хар томонлама ривожланган давлатга айлангириш имконини берди. Бунга мисоллар жуда кўп. Ген технологиялари ёрдамида пахта, бугдой ва бошқа экинларнинг янги навларини яратишга хизмат қилаётган Ўзбекистон Фанлар академиясига қарашли Генетика институти, шунингдек, юқори хароратда соф ҳамда ўтти чидамли материаллар ишлаб чиқариш учун 1000 кВт қувватли катта куёш печига эга Материалшунослик институти, Халқаро куёш энергияси институти, Ион-плазма ва лазер технологиялари институти, Ўсимлик ва ҳайвонот олами генофонди институти, Хоразм Маъмун академияси ва бошқа илмий муассасалар шулар жумласидандир.

Бир сўз билан айтганда, юқорида қайд этилган ишлар ва эришилган ютуқларнинг барчаси, шубҳасиз, Мустақил Ўзбекистоннинг имижига бевосита хизмат қилади.

Қўлланманинг ушбу қисмида ёш мустақил давлатлар медиа-имижини шакллантиришнинг назарий асослари ва амалиётдаги баҳсли ҳолатлар муаммоси таҳлил этилар экан, қуйидаги хулосалар чиқарилди:

— илмий адабиётларда халқаро миқёсда муайян давлатнинг ижобий қиёфасини яратишдан кўзланадиган асосий мақсад ва вазифалар муайян тизимга солинмаган. Буннинг сабаби хар бир мамлакат ташқи сиёсат юритишда фақат ўз манфаатлари ва эҳтиёжларидан келиб чиқиши, жаҳон ҳамжамиятига ўзига хос муаммолари билан кириб келиши ва қўшилиши бўлса керак. Бу эса, табиийки, осон жараён эмас. Шу нуктаи назардан Ўзбекистон эришаётган оламшумул ютуқлар ҳақидаги ахборотлар оқимининг кенгайишига эришиш имкониятларини излаш масаласи долзарблигича қолмоқда;

— таҳлиллар натижаси шуни кўрсатадики, ёш мустақил давлатлар медиа-имижини шакллантиришнинг назарий асослари ва амалиётдаги ҳолатлар баъзан бир-бирини эътибордан четда қолдиради. Масалан, назарий жиҳатдан олиб қаралганда ахборот оқимини шакллантириш қоидалари кўпроқ ахборот тақдим этиш, тўхтовсиз янгиликлар етказилишини

таъминлаш, аниқ ахборот етказиш, тезкор ишлаш, меъёрни билиш, ҳаққоний маълумотни рад этмаслик, ўз нуқтаи назарини очиқлаш ҳамда ўз позициясини билдириб боришни талаб этади. Лекин амалиётда, айрим ҳабсбларга кўра бу борада тезкорлик етишмайди, аниқ позиция эълон қилинмайди, ОАВ вакилларининг саволларига жавоблар кечикади ва бундай ҳолатлар мунгазам такрорланади;

— имижнинг охириги пайтларда аҳамияти ошиб бораётган энг муҳим компонентларидан бири мамлакатнинг инвестицияларга очиклигидир. Бу корпоратив имиж назариясида — бизнес-имиж деб юритилади. Сиёсий ва иқтисодий кўрсаткичлар инвесторлар эътиборига молик бўлиши учун жаҳон ҳамжамиятида бизнес-имижнинг таркибий қисмлари бўлган юқори маданийлилик, сиёсий шаффоқлик ва ижтимоий масъулият мавжудлиги талаб этилади. Шуни афсус билан таъкидлаш ўринлики, бугунги кунда жаҳон медиа маконида Ўзбекистоннинг инвестицион салоҳияти билан боғлиқ ахборотлар ҳажми жуда кам. Фикримизча, бу борада алоҳида медиа-режа ишлаб чиқилиб, тизимли ишлар амалга оширилиши лозим;

— бундан ташқари хар қандай ёш давлат жаҳон бозори шартларини тўқулигича қабул қилишга тайёрлигини кўрсатиши лозим: иқтисодий соҳанинг қонуан мустаҳкамланган барқарор қоидалари, йирик монополияларнинг, солиқ, суд, банк ва бошқа институтиларнинг ислох қилиниши инкор этиб бўлмайдиган муҳим ислохотлар сирасига қиради;

— назарий жиҳатдан олиб қаралганда мамлакат имиж бевосита унинг вакиллари, юқорида санаб ўтилган ранг-баранг худудлари ўртасидаги алоқалар, мамлакатга ташқаридан амалга ошириладиган ташрифлар ҳамда у билан бевосита танишиш жараёнида, шунингдек, у ҳақидаги ахборотнинг қабул қилиниши (асосан хорижий ОАВ орқали) натижасида шаклланиб, умумий қиёфани ташкил этади;

— яна бир масала шундан иборатки, турли давлатларнинг (ёки ташқи алоқалар субъектининг) муайян бир давлат (ёки ташқи алоқалар субъекти) ҳақидаги тасавурларига мувофиқ ушбу давлатлар (ёки ташқи алоқалар

субъекти) ОАВда бериладиган ахборот ҳам бир-бирдан кескин фарқ қилади. Бошқача айтганда, қачонки ОАВ мақолалари, материалларида миллий мақтоб ва хорижий танқид ўртасидаги баланс ёки ўхшашлик таъминланар экан бўндай кўрсаткич энг юқори мақсадлардан бири ҳисобланади;

– тан олиб айтиш керакки, ҳозиргача Ўзбекистонда мамлакатнинг ташқи имижини яратиш бўйича ҳозиргача Ўзбекистонда мамлакатнинг стратегик мақсадга йўналтирилган, хорижий аудиторияга мўлжалланган ахборотни тарқатишнинг самарали механизми мавжуд эмас;

– Ўзбекистон имижини шакллантириш ва уни мустахкамлаш бўйича давлат идораларининг ўз йўналишларидан келиб чиқиб, тегишли ишларни йўлга қўйганликларини эътироф этиш баробарида, шунинг ҳам таъкидлаш ўринлики, республикамиз имижининг айнан қайси жиҳатини қандай ташкилот ўз зиммасига олиши кераклиги ҳақида аниқ тушунча ёки директив кўрсатма ва топшириқлар ишлаб чиқилмаган. Шу сабаб келажакда вазирликлар ўртасида мажбуриятлар, вазифаларни аниқ тақсимлаб олиш зарур. Мазкур йўналишда ҳукумат томонидан умумий назорат механизмининг ишлаб чиқиб, ҳаётга тадбиқ этиш керак.

Умуман олганда, юқорида қайд этилган барча назарий асосларни амалиётга кенгрок жорий этиш билан боғлиқ ишлар мамлакат имижининг янада ривожлантиришга хизмат қилиши шубҳасиз.

## Журналистика, PR ва рекламада имиж назарияси (Д.Оғилви, С.Анхольт ва бошқа назарий қарашларга муносабат)

Бугунги даврда Ўзбекистон ўзининг демократик принципларга асосланган эркин фуқаролик жамияти қуриш йўлини мустахкам белгилаб олди ва у шу йўлдан дадил қадамлар билан одимламоқда. Бунда жамоатчилик билан алоқалар феномени мамлакат аҳолисини ягона мақсад атрофида бириштирувчи аҳамиятга эга. Айнан ахборот воситалари орқали мамлакатимиздаги жараёнларга ҳар бир фуқарони, бугун халқни жалб этишимиз мумкин. Тўғри, нодавлат нотижорат ташкилотлари ҳозирча ушбу соҳага етарлича маблағ ажрата олмайдилар, шу боисдан соҳанинг асосий қисмининг давлат сектори ташкил этади. Давлатимизнинг ижтимоий, сиёсий, иқтисодий ва маданий ҳаётидаги муаммоларнинг бирин-кетин хал қилиниши бошқа соҳалар каторида халқро жамоатчилик билан алоқаларнинг ҳам ривожланишига ва жамият аъзоларининг фуқаролик позицияси яратилишини, ижтимоий фикр оқимининг йўналишини рағбатлантирувчи муҳим ижтимоий тарғибот қуролига айланишига умид туғдиради.

Россия давлат туризм ва сервис университетининг “Жамоатчилик билан алоқалар” кафедраси доценти М.Кошлякованинг таъкидлашича, оммавий коммуникация воситалари ва имиж бир-бири билан боғлиқликда филолит юритади<sup>28</sup>.

Бир томондан – оммавий коммуникация воситаларидан фойдаланиш имижни шакллантириш жараёнини оптималлаштиришда ёрдам беради, иккинчи томондан омманинг имиж турларига бўлган эҳтиёжини қондириб, виртуал коммуникатив маконни тўлдиришга кўмаклашади. Бошқача

<sup>28</sup> Кошлякова М. Имидж в системе массовой коммуникации // Знание, понимание, умение. 2011, №1. – С. 24.

айтганда, жамоатчилик ҳаёлидаги, онгидаги образни, яъни имижни яратишда журналистика бевосита иштирок этади (Б.А.).

Назаримизда айнан шу сабабдан ҳам имиж яратишда журналистика, PR ва реклама бир-бирига яқин туради.

Бугунги даврда OAV канчалик муσταқил бўлмасин, у ўзи фаолият кўрсатаётган мамлакатнинг йирик бизнесига, ҳукуматига, унинг сиёсатига бўйсунушига мажбурдир<sup>29</sup>. Шу сабабдан журналистика керак жойда давлат “PR”и ва керак жойда бизнес рекламаси билан шуғулланади.

Ўтган асрнинг 90-йиллари ўргаларидан бошлаб Ўзбекистонда жамоатчилик билан алоқаларни ривожлантириш бўйича дастлабки кадамлар ташланди. Давлат ва ҳўжалик бошқаруви тизимида матбуот хизматлари ташкил этила бошланди. Олий таълим тизимидаги журналистика мактабларида алоҳида кафедралар тузилди, ахборот хизматлари фаолиятининг мазмун-моҳиятини кенгрок очиб бериш максадда олимларимизнинг назарий қарашлари тизимлаштирилди, ўқув қўлланмалари яратилди, илмий-амалий семинарлар ўтказилди. Бугунги даврда мутахассисларимиз замон билан ҳамнафас бўлиш учун замонавий PR технологиялар билан профессионал даражада танишиб олмоқдалар. Аммо қайд этиб ўтиш жоизки, айна вақтда уларнинг халқро микёсдаги таърибага эга бўлишлари учун янада чуқуррок билим ва кўникмага эга бўлишларига тўғри келмоқда.

Назарий жиҳатдан олиб қаралганда, фикримизча, жамоатчилик билан алоқалар – тўлақонли ижтимоий институт бўлиб, моҳиятан у бошқа ижтимоий институтлар билан ўзаро муносиблиқда англашилади. Ушбу муносабатларда PRнинг тутган ўрнига икки хил баҳо бериш мумкин:

биринчидан, жамоатчилик билан алоқалар – бошқа ижтимоий институтларнинг мазмуни ва ҳаракат майдонини кенгайтиришга хизмат қилувчи воситадир;

иккинчидан, жамоатчилик билан алоқалар – бошқа ижтимоий институтларнинг омма фикрини ўрганиш ҳамда кенг жамоатчилик билан икки томонлама муносабатга киришиш функциясини бажаради.

Ушбу вазифаларни амалга ошириш учун муайян йўналишларда қўлланга мўлжалланган махсус PR технологиялар ишлаб чиқилган.

PR технологиялар қўлланадиган асосий йўналишлар:

- 1) ижтимоий-сиёсий ҳаёт;
- 2) иктисодиёт;
- 3) маданият.

Шунга мувофиқ PR фаолиятини учта қатга гуруҳга бўлиш мумкин:

- 1) сиёсий PR;
- 2) севдо (маркетинг-реклама) PR;
- 3) медиа PR.

АҚШ PR мактаби вакиллари жамоатчилик билан ишлашнинг қуйидаги босқичларини асос сифатида кўрсатадилар:

– мақсадли аудитория билан учрашувлар ишлаб чиқиш ва ташкил этиш;

– маъмурий ресурс билан иш олиб бориш;

– кучли ижтимоий масъулият имижини яратиш (алоҳида шахс, ташкилот, ҳудуд микёсида);

– ижтимоий-сиёсий вазият таҳлили;

– сайловли ва бошқа кампаниялар олиб бориш.

Синёат сатҳида жамоатчилик билан алоқалар фаолияти асосан қуйидаги йўналишларда олиб борилади:

- a) сиёсий раҳбарлар имижини яратиш;
- b) сиёсий ташкилотлар имижини яратиш;
- c) ҳудудлар – шахрлар, вилоятлар, давлатлар ва геосиёсий минтақалар имижини яратиш.

– давлат, яъни:

– умумлашган бошқарув функциясини амалга оширувчи ташкилот;

<sup>29</sup> Абагуиров В., Наумова Ю. Медиа-технологии в имидже государства. // Экономическое обозрение. 2003, №6. – С.35.

– фуқаролик жамиятининг бошқа институтлари фаолиятини назорат қилувчи, бошқарувчи, мувофиқлаштирувчи ва тартибга солувчи ижтимоий институт;

– жамият категориясини ҳуқуқий маъно билан тўлдирувчи мақом;

– геосийёсий бирлик;

– давлатнинг халқаро имиж – унинг халқаро майдонда ёки дунёнинг бошқа давлатлари жамоатчилиги тасавурида шаклланган қиёфаси.

– ташқи сиёсий PR – давлатнинг барқарор ижобий имижини шакллантириш ва хорижий аудитория/жаҳон ҳамжамиятида у ҳақда маълум муносабат яратишга йўналтирилган фаолият.

Юқорида таъкидланганидек, қиёфа ёки имиж деганда одатда ниманингдир субъектив қабул қилинган инъикоси, тасавури тушунилади. Аниқ қиёфани яратиш коммуникация мақсадига айланмағунига қадар ушбу инъикос стихияли ҳолатда бўлади. Шу сабабдан “қиёфа” ва “имиж” тушунчалари айнан коммуникация майдонида ўзининг тўлақонли маъноси, мавқеи ва мақомига эришилади.

Қиёфа ва имиж – адабиёт ва луғатларда маъно, моҳият нуқтаи назардан деярли бир хил турдош тушунча сифатида тилга олинади. Ўрнига қараб у ёки бу сўздан бири, ёхуд уларнинг ҳар иккиси қўлланишининг бойси ҳам шунда.

Бироқ, бизнинг назаримизда “имиж” “қиёфа”дан кўра бирмунча кенгрок маънога эга. Мантқан олиб қаралганда ҳам, қиёфа имижнинг бирор-бир хусусиятини конкретлаштиради, шу боисдан ҳам “қиёфа” деганимизда, имиж назарда тутилиши мумкин. Бу ҳақда тадқиқотчи Т.Гринберг фикрича, қиёфани имижнинг таркибий хусусиятларидан бири сифатида тилга олади, холос<sup>30</sup>.

Коммуникация майдонида қиёфа муомала, мулоқот иштирокчиларининг ўзаро муносабатларига қараб ўзгаради. Бу – субъект

тасавурига кўра (субъектив қиёфа); коммуникациянинг бошқа иштирокчилари тасавурида шаклланган қиёфа (объектив қиёфа); субъектнинг бошқа субъектлар тасавуридаги “идеал” қиёфаси ва мақсадли шакллантирилган қиёфадир.

Мисол учун исталган давлатнинг имиж, умумий объектв қиёфасининг бир қисми – “лакмус қоғози” унинг бошқа мамлакатлар ОАВдаги акси ҳисобланади.

Реклама ва PR амалиётида имиж айнан мақсадли равишда яратиладиган қиёфани аниқлади. Бундай қиёфа муайян аудиторияга қаратилган мақсадли эктёблар ва “идеал”ларни ўрганиш асосида шакллантирилади.

Имижнинг амалий характерини акс эттирувчи ўзига хос жиҳатлари:

– имиж объектнинг бетакрорлиги ва ноёблиги билан стереотиплардан фарқ қилади. Мавжуд стереотип ҳолатларни умумлаштиради, интеграциялайди;

– имижда аниқлик сакланади, шу билан бир вақтда у ҳаракатчан ва ўзгаришчандир. У дониймий равишда таҳрир қилинади, янгиланади, айна вазият шартларига ва аудитория эҳтиёжларига мослашади; ахборот рецепienti (қабул қилувчиси)нинг реакцияси бошқарилади (давлат қиёфаси характеристикалари эса анча турғунликка эга ҳисобланади)<sup>31</sup>;

– имиж – тесқари алоқали коммуникациядир. Тегишли ахборот ва маълумотлар адресли гуруҳларнинг қутилайётган реакциясига мувофиқ тарзда тузилади;

– имиж маълум даражада қиёфага мос келади ва, шу билан бирга, уни идеаллаштиради, ўзига фойдали жиҳатларини бўрттиради ёхуд ўзи муволажалланган аудиториянинг эҳтиёжларига мос кўшимча ғоявий, сиёсий ва психологик қадриятларни истеъмолга киритади. Қайд этиш жоизки, қиёфа муносиблари объектв реализминг асосий кўрсаткичларига мувофиқ бўлади. Улар доимо субъектга қиёслаб олинади (бизнинг ҳолатда – муайян

<sup>30</sup> Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели// Право. Выпуск №2. 2008,12. – С. 51.

<sup>31</sup> Эпманба: Киселев И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях в рамках конструктивистской парадигмы // www.elitatum.ru. 2007. Апрель. – С. 8.

географик жойлашув, сиёсий тузум, иқтисодий тизимнинг ўзига хос жиҳатлари, демографик кўрсаткичлар ва бошқа “объектив” параметрларга караб)<sup>32</sup>;

- имиж қиёфа билан боғлиқ, лекин, шунга қарамай, у оммавий онгнинг рухий ориентациясига мувофиқ бўлган қонунларга бўйсунди;
- имиж объектнинг асосий хусусиятлари ва аудитория тасавурларини бирлаштиради, фаоллаштиради.

Энди имижнинг таркибий бўлинишларини таҳлил этамиз.

Тадқиқотчилар томонидан имиж таркиби, унинг турли шакллари индивидуал, корпоратив, сиёсий – турлича кўрсатилади. Аммо коммуникация бирлиги сифатида ҳар қандай имиж – индивидуум, индивидуумлар гуруҳи ёки социумники – индивидуал (персонал-шахсий), ижтимоий ва рамзий блокларни ўз ичига олади<sup>33</sup>. Улар ўз навбатида хусусиятнинг объектив ёки субъективлигига кўра фарқланади. Россия мактабида кенг тарқалган тузилиш:

#### 1. Шартли-статик (объектив):

- табиий ресурслар салоҳияти;
- жамиятнинг миллий ёки маданий мероси;
- геосиёсий кўрсаткичлар (географик жойлашув, худуд, чегаралар узунлиги, денгизга чиқиш ва х.к.);
- давлатнинг тараққиётига таъсир ўтказган тарихий воқеалар;
- давлат тузумининг асосий шакли, бошқарув таркиби.

Ушбу объектив кўрсаткичларни назарий жиҳатдан “шахсий” хусусиятлар блокига киритиш мумкин. Қоидага кўра, имижни шакллантиришда шахсий блок деярли таҳрирга учрамайди, аммо ракурс ва ёндашувни ўзгартириш, умумий маънода тўлдириш мумкин<sup>34</sup>.

#### 2. Шартли-динамик (субъектив):

- жамиятдаги ижтимоий-психологик кайфиятлар;

<sup>32</sup> Ўша манба.

<sup>33</sup> Каранг. Политическое консультирование. М., 1999.

<sup>34</sup> Ўша манба.

мамлакатдаги ижтимоий-сиёсий бирлашмаларнинг фаолияти тарқатари ва принциплари;

жамият тараққиётининг ахлоқий жиҳатлари;

иқтисодиётнинг барқарорлиги (ЯММ – яппи миллий махсулот иннамкаси, киши бошига даромад даражаси, инвестициялар ҳажми, бюджетларнинг молиявий таъминланганлиги, бозорда хўжалик юритаётган иқтисодиётнинг реал сектори субъектлари, уларнинг ҳуқуқ ва эркинликлари вафолатлари кўрсаткичлари билан баҳоланади);

мамлакатнинг ҳуқуқий майдони ва қонунчилик меъёрларининг қалқаро талабларга жавоб бериши;

мамлакатдаги фаолият турлари, тармок ва соҳалардаги давлат бошқаруви механизмлари, ваколатлари, функциялари (хокимият конструкциясининг самардорлиги).

Бу кўрсаткичларни ижтимоий блокка киритиш мумкин. Улар мамлакатнинг ўзгариши, ривожланиши жараёнида муттасил равишда ўзгариб боради ҳамда имижни шакллантириш асносида таҳрир қилиниши мумкин.

Шахсий (персонал) ва ижтимоий кўрсаткичлар рамзий блокка бирлаштирилиши мумкин. Уларга констант, яъни ўзгармайдиган хусусиятларни, тарихан шаклланган ёки имижга киритилган, географик, маданий, тарихий, этник ва диний хусусиятларга боғлиқ миллий рамзларни киритиш мумкин.

Бугунги кунда ижтимоий блок мамлакатлар орасидаги муносабатлар раёбига энг катта таъсир ўтказувчи омил ҳисобланади.

Ақсарият тадқиқотчилар давлатнинг ўзлиги масаласига катта эътибор қаратишдаи (ташқилий даражада – стратегик корпоратив ўзлик)<sup>35</sup>. Уларнинг фикрига кўра, “мамлакат ўзлитининг йўқотилиши давлатнинг халқаро майдондаги позицияларининг заифлашувига ва хаттоки унинг парчаланиб кетшига олиб келади”<sup>36</sup>.

<sup>35</sup> Алешин И.В. Корпоративный имидж: стратегический аспект // Маркетинг. 2003.

<sup>36</sup> Жукова П. Имидж России и её безопасность: диалектика взаимосвязи // Власть. 2010.02. – С. 55.

Ўзлик моҳиятан – мамлакатнинг ўзи ҳақидаги тасавури ва бошқа давлатлар орасидаги ўрни (унинг эгоимижии) – кўп босқичли конструкция яъни таркибий қурилма бўлиб, уни имижнинг таҳрир қилинувчи таркибий қисми сифатида кўриб чиқиш мумкин. Ўзлик шахсий характерга эга, шунинг қарамасдан, қисман халқаро алоқаларнинг бошқа иштирокчилари билан муносабатларга киришгани учун уни умумий характеристикаларнинг ижтимоий блокига киритиш мумкин.

Тарихдан маълумки, журналистикада илк бор имиж назарияси америкалик машҳур реклама мутахассиси Дэвид Огилви томонидан илгар сурилган. У йиллик товарайрибошлаш ҳажми 10 млрд. АКШ долларидан ошган машҳур “Ogilvy & Mather” компаниясига асос солган.

Москва Давлат университети журналистика факультетининг тадқиқотчиси Д.А.Клименко таъкидлаганидек, XX асрнинг 50-йиллари ўрталарида (аниқроғи 1954 йилда) Д.Огилви Лотин Америкасида жойлашган Пуэрто-Рикода мўъжаз бир давлатнинг ташқи нуфузи масаласини тарихий биринчи марта бренд сифатида кўтариб чиққан. Мутахассиснинг бундан кўзлаган асосий мақсади америкаликларнинг ушбу мамлакатга бўлган салбий муносабатини ўзгартириш ва мамлакатга сайёҳларни кўпроқ жалб этиши эди<sup>37</sup>. Натияжада Пуэрто-Рико нотинч бир давлатдан, тарихан бой ва маданияти ўзига хос Ренессанс даврини бошдан кечираётган давлатга айланган. Шундан сўнг бу кичик, кўзга кўринмас диёрга ривожланган Ғарб мамлакатларидан ташриф буюрувчи сайёҳларнинг сони кескин кўлайишига эришилган<sup>38</sup>.

Реклама назарияси ҳақида фикр билдирар экан, Д.Огилви, реклама матнида иккинчи даражали сўзлар йўқ, унда ҳар хил баландпарвоз гаплардан кўра, аниқ далил ва фактлардан фойдаланиш кераклигига эътибор қарагади.

<sup>37</sup> Клименко Д.А. Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России. Журнал “Вестник Московского университета”. (Сер. 10: Журналистика. № 1, 2010).

<sup>38</sup> Куртшвили Ш. Рекламный тур (08.03.1999). Дэвид Огилви коренным образом изменил представления о рекламном бизнесе. // “Компания”, деловой еженедельник. Выпуск №8 (56). М.: – С. 3.

Д.Огилви юкоридаги ўзи ишлаб чиққан реклама кампаниясининг муваффақиятини учта йўналиш билан изоҳлайди.

Биринчиси, рекламанинг самарали натижа бериши учун олдиндан танланган тадқиқотлардан ижодий ва мақсадли фойдаланиш керак.

Иккинчиси, афни маънода куйидаги шотланд халқ мақолига эътибор қаратиш лозим: “огир мехнат хали ҳеч кимни ўлдирмаган”.

Учинчиси, реклама кампаниясида иштирок этувчи жамоани танлашда танловчи керак.

Ушбудан маълумки, Дэвид Огилви мамлакат брендингидан ташқари афбир мақсулотни омма орасида тарғиб қилиш, унинг рекламаси масаласи билан ҳам шуғулланган. У илгари сурган назарияга кўра, ҳар қандай мақсулотни сотишда харидорларга у ҳақдаги курук маълумотларни танловдан кўра, товарнинг ижобий имижини яратиш муҳимроқдир<sup>39</sup>. Яъни, мақсулотнинг харидоргир бўлишини таъминлашда унинг имижини ўйлаб танов, яратиш хал қилувчи аҳамиятта эга ҳисобланишини таъкидлаган.

Демак, бугунги кунда ҳам қайси соҳа бўлмасин (туризм, инвестициялар, енгил саноат ва бошқалар) унга хорижликлар эътиборини қаратиш, инсонтириш учун алоҳида, тизимли иш олиб бориш мақсадга мувофиқдир.

Ҳозирги даврда дунё мамлакатларининг жаҳон майдонидаги обуру-эътибори, имижни даражасини белгилаш, бу йўналишда турли тадқиқотлар олиб бориш ва ҳисоботлар тайёрлаш билан шуғулланувчи нуфузли халқаро марказлар мавжуд. Хусусан, 2012 йилда британиялик Саймон Анхольт томонидан АКШнинг “Global Market Insight” компанияси билан ҳамкорликда турганан тадқиқотида 25 мамлакат бренди рейтинглари эълон қилинди.

Тадқиқотчи бир неча мезонлар бўйича ўнга давлат фуқаролари орасида сурувнома ўтказиб, бошқа давлатларнинг брендига баҳо беришни таклиф қилган. Тадқиқот натижалари илм-фан ахлини бироз хайратга солди. Чунки мушундай респондентларнинг фикрига кўра, Жанубий Африка Республикаси,





Жамоатчилик билан алоқаларнинг назарий асослари ва тартибларини ўргатиш;  
Ўзбекистонда ҳам мутахассислар томонидан тадқиқ этилган бўлиб, улар муайян таълимга солинган. Унга кўра, сиёсатда PR технологияларини қўлдан келтириш;  
7 босқичга ажратилади:

I босқич. Ўзаро ишончга асосланган фаолиятни шакллантириш.  
– фаолиятни ташкил этиш учун қулай муҳит, томонларга бир-бирини билиш, ҳабардор бўлиш учун имконият яратиш;  
– томонларни уч муҳим аспектга қаратиш: қулайлик, коммуникация назорат.

II босқич. Фактлар таҳлили ва муаммоларни аниқлаш.

III босқич. Муқобилларни аниқлаш.

IV босқич. Ўзаро ҳамкорликда қарор қабул қилиш.

– мақсадли фаолиятга йўналтириш;

– имконият доирасида муҳокама этиладиган масалаларни кискарттириш;  
– ўзаро ҳамкорлик “Сен – менга, мен – сенга” тамойилига асосланади.

V босқич. Хулосавий ҳужжатларни тузиш.

– томонларнинг келажакда ўзаро ҳаракати, режалаштирилган ишлар баён этилади.

– ўзаро қабул қилинган хулоса тенглик, умумий қизиқишларни қондиришга қаратилади.

VI босқич. Ўзаро келишув тасдиғи, унинг ҳуқуқий асослари.

VII босқич. Келишувнинг бажарилиши ва уни кўриб чиқиш.<sup>46</sup>

Ушбу босқичларни амалиётга татбиқ этиш, хусусан партиявий кураш мақсадларида қўллаш учун тавсия этилган. Шундай бўлса-да, фикримизча ушбу тизимни муайян тузатишлар билан сиёсий PRнинг барча соҳаларини ҳам қўллаш мумкин.

Сиёсат соҳасида жамоатчилик билан алоқалар фаолияти асосан қуйидаги ўналишларда олиб борилади:

<sup>46</sup> Гаффаров Н.Н. Партиявий курашда PR ва сиёсий технологиялар қўллашнинг асосий усуллари // Актуальные вопросы развития партийной прессы Узбекистана. – Т.: ИИГО, 2010. – Б. 77.

а) сиёсий раҳбарлар имижини яратиш;

б) сиёсий ташкилотлар имижини яратиш;

в) худудлар – шаҳарлар, вилоятлар, давлатлар ва геосиёсий минтақалар имижини яратиш.

Бир гуруҳ ташкилотчиларнинг фикрларига кўра, мазкур бандлар қисқадати чегаралар ношиқ. Шунинг учун улар битта ёбъектгни тўлақонли таърифлаш олинган ёки айни пайтда бир-бирининг таркибига кириб кетиши мумкин. Бундай ҳолат айниқса алоҳида давлат имижига ҳақида сўз кетганда алоқаларга таълиқланади. Масалан, Президент имижига бу давлат имижидир ва алоқалар, давлат имижига бу ўша мамлакат раҳбарининг имижига билан алоқалар босқич бўлган умумий кийфа хисобланади. Фикримизча, гап давлат институтига қандай ракурсда ёндашишга ёбглик. Умумқабул қилинган таърифга кўра, “давлат – жамият қуришнинг алоҳида шакли бўлиб, у ҳисобланган бир худудда жойлашган мамлакат ўзига хос, бетақрор (яхши ёки ёмон география худудда жойлашган мамлакат ўзига хос, бетақрор (яхши ёки ёмон Б.А.) имиж эгасига айланади.

Аммо, ушбу таъриф бир қадар мавҳум бўлиб, у илмий адабиётларда деярли учрамайди. Шу билан бирга, на академик фанда, на халқаро ҳуқуқда шу пайтгача давлат тушунчасига аниқ таъриф берилган. Айнан шу сабабдан, давлат категориясига таъриф берганда, ҳар сафар контекстдан келиб чиққан ҳолда унинг у ёки бу хусусиятларини биринчи даражага олиб чиқишга тўғри келади. Шунга кўра, давлат

– умумлашган бошқарув функциясини амалга оширувчи ташкилот;

– фуқаролик жамиятининг бошқа институтлари фаолиятини назорат қилувчи, бошқарувчи, мувофиқлаштирувчи ва тартибга солувчи ижтимоий институт;

– жамият категориясини ҳуқуқий маъно билан тўлдирувчи маком;

– геосиёсий бирлик.<sup>48</sup>

<sup>48</sup> <http://www.ru.wikipedia.org/государство.htm>  
– Ўша маъно.

Демак, контекстан келиб чиққан ҳолда айрим ўринларда давлат ташкилот – корпорациянинг кенгайтирилган кўриниши деб ҳисоблаш ҳам мумкин. Бу ҳолда давлат имиж корпоратив имижнинг алоҳида кўриниш деган ҳулоса келиб чиқади. Корпоратив имиж эса “ташкилот маҳсулоти ёки хизматлари эмас, унинг ўз хусусий имижидир”<sup>49</sup>.

Лекин масаланинг бошқа бир томони бор. У ҳам бўлса одагга ОАВда шундай ҳаттоки илм-фаннинг айрим соҳаларида давлат ва мамлакат категорияларининг дифференциацияси амалга оширилмаслигидир. Давлат геосиёсий бирлик бўлса, мамлакат кўпроқ тарихий-маданий контекстга эга тушунчадир. Масалан, Шинжон уйғур мухтор вилояти сингари яриш мустақил давлатчилик субъектлари том маънода давлат ҳам (сиёсий мустақиллик йўқ), мамлакат ҳам (бошқа мамлакатнинг таркибий қисми ҳисобланмайди). Шу нуқтаи назардан мамлакат имиж ҳақида гап кетганда ушбу тушунчани корпоратив имиж таркибига киритиб бўлмайди. Наздимизда, бу янада кенгрок тушунчадир.

Қўлланманинг ушбу қисмида таҳлилга тортилган масалани кенгрок аниқлаш учун журналистиканинг тугган ўрнига ҳам алоҳида эътибор қаратишимиз зарур. Табиийки, бу маънода медиатехнологиялар биринчи ўринга чиқади. Чунки улар мақсадга эришнининг журналистик йўлини белгилайди.

Медиатехнологиялар ёрдамида турли миллат ва мамлакатлар вакилларининг ахборотни қабул қилиш психологиясига алоҳида аҳамият берилади. Натигада ОАВ каналларида узатиладиган журналистик материаллар орқали кишилар онгига бевосита кириб борилади. Албатта бу ўз-ўзидан амалга ошадиган жараён эмас. Унда қарама-қаршиликлар ва курашлар содир бўлади. Лекин мутахассислар ибораси билан айтганда “жанг

абдиониди қўлда автомат билан тургандан кўра, эфирда микрофон билан ўрини афзалдир”<sup>50</sup>.  
Юқоридаги мулоҳазаларга таянган ҳолда давлат имижининг айрим аспектига тўхталиб, унга доир таъриф ва назарий тушунчаларни келтириб ўтиш мумкин. Афсуски, жамоатчилик билан алоқалар билан боғлиқ миллий имижнинг асосида бу масала тўлалигича ёритилмаган. Аммо рус мактабида давлатнинг халқро имиж билан боғлиқ бўлган асосий тушунчалар алоҳида кўриштирилиб, улар учун махсус таърифлар ишлаб чиқилган. Мисол учун Даниеванинг “Имидж страны. Страновой брендинг” мақоласида мазкур тушунчаларга қуйидагича таъриф берилади:

Давлатнинг халқро имиж – унинг халқро майдонда ёки дунёнинг бошқа давлатлари жамоатчилиги тасавурида шаклланган қиёфаси.

Таъки сиёсий PR – давлатнинг барқарор ижобий имижини шакллантириш ва хорижий аудитория/жаҳон ҳамжамиятида у ҳақда маълум муносабат яратишга йўналтирилган фаолият<sup>51</sup>.

Юқорида кайд этиб ўтилган имиж назариялари таҳлили ва бу борада кайда этилган фикр-мулоҳазалар асосида қуйидаги хулосаларга келиш мумкин:

- журналистика, PR ва рекламада мавжуд имиж назариялари бир-бирига ўзарамас-да, улар умумий мавзу, худуд ёки товар қиёфаси, имиж билан боғлиқдир;

- кайд этиб ўтилган назарий қарашларнинг хилма-хиллигини эътиборга олган ҳолда уларнинг маълум бир кўринишини тўғридан-тўғри қабул қилиш ёки истилган шароитга тадбиқ этиш мумкин, деган фикрдан йироқмиз. Негани, ҳар қандай мамлакат, айниқса, Ўзбекистон каби эндигина ривожланиётган ёш мустақил давлатлар имижини шакллантириш ҳақида сўз кетар экан, назарий ва амалий масалаларни қиёслаш, уларнинг ўзаро мослигини биринчи ўринга қўйиш мақсадга мувофиқдир;

<sup>49</sup> Джефлинс Ф., Ядн Д. Паблик рилейшнз. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – С. 25.  
<sup>50</sup> Абдурауф В., Наумова Ю. Медиатехнологии в имидже государства. // Экономическое обозрение. 2003, №6. – С. 17.  
<sup>51</sup> Даниев Даниел. Даниев 3. Имидж страны. Страновой брендинг. www.zakon.kz

– реклама ишида имижга мурожаат қилиш 1963 йилга бориб тақалади у Пуэрто Рикодек колок, кичик бир давлатни реклама қила олган Дэв Огилви номи билан боғлиқдир. Ушбу назариянинг ўзига хос жиҳат шундаки, бозорда конкрет маҳсулотни сотиш учун нафақат у ҳақда маълумотларни тарқатиш, балки унинг мавқеини, имижини яратиб муҳимроқдир. Товар тўғрисида ишлаб чиқилган имиж унинг тезроқ сотилишига хизмат қилади. Бирок Д.Огилви ана шу маҳсулотнинг ўзи хослиги, бетақорлигини эътироф этиш ёки яширин жиҳатларини қайд этиш ҳам яхши самара бериши мумкинлигини эътибордан четдан қолдирган. Шунингдек, товар имижининг классификациясини аниқ келтирмаган;

– Саймон Анхольт 1996 йилда миллий бренд концепциясини ишлаб чиққан ва у бугунги кунга қадар 50дан зиёд давлат, ҳукумат ва шахар раҳбарлари билан бевосита ҳамкорлик қилган. У шунингдек, 2002 йилда илбор “жой (худуд) брендинги” терминини ишлатган. С.Анхольт миллий брендни ташкил этишнинг 80 фоизи ҳукумат томонидан бажариладиган ишлар билан боғлиқ дейди. Лекин бизнинг фикримизча, оммавий коммуникация воситалари, хусусан миллий ва хорижий ОАВ имкониятларидан бевосита фойдаланиш ҳам жуда самаралидир;

– ҳозирги даврда дунё мамлакатларининг жаҳон maidонидаги обуру эътибори, имижни даражасини белгилаш, бу йўналишда турли тадқиқотлар олиб бориш ва ҳисоботлар тайёрлаш билан шуғулланувчи алоҳида нуфузли халқаро марказлар мавжуд. Улар билан ҳамкорлик алоқаларини ўрнатиш яхши натижа бериши мумкин;

– бугунги дунёда ахборот муҳим аҳамиятга эга бўлган сиёсий омил ҳисобланади. Дунё бўйича хабар тарқатувчи оммавий ахборот воситаларига эга бўлган давлатлар ер юзида кечаётган сиёсий воқеаларни ўз манфаатларидан келиб чиққан ҳолда талқин қиладилар ва бошқаларга етказадилар. Тарқатилаётган хабарлар асл ҳақиқатдан йироқ бўлганлиги туфайли кўпгина мамлакатлар ва халқлар тажовузкор давлатларнинг

– реклама тушиб қолмоқдалар. Бу эса адолагизсиз урушларнинг давом этишига олиб келмоқда;

– жамоатчилик билан алоқаларнинг назарий жиҳатлари ва ҳозирги шароитлари Ўзбекистон шароитида ҳам мутахассислар томонидан тадқиқ қилинган бўлиб, улар муайян тизимга солинган. Аммо, жамоатчилик билан алоқалар билан боғлиқ миллий мактабимизда назарий масалалар тўлалигича қўрилмаган.



чикариши мумкин. Шу боис ҳам давлатнинг ижобий имижини яратиб муайян конструкт, қонун-қондалар бўлиши лозим.

Тўғри, мамлакатнинг ижобий имижини фуқароларда ватанпарварлик туйғусини тарбиялаб боради. Шунингдек, аҳолининг турли муҳим, долзарм муаммоларни биргалликда ечишда фаол иштирок этишга, хусусан модернизация масалаларини ҳал этишга сафарбарликка қорлайди. Лекин билан бирга халқ ўз ўтмишини билиши, бугунги кунини эътироф этиши, англаши, келажакни эса аниқ тасаввур эта олиш имкониятига эга бўлиши керак.

Хорижий оммавий ахборот воситаларида жамиятимизда кечаётган ислохотларга муносабатларнинг хилма-хиллиги муаммоси ҳам ана шундан.

Ушбу тадқиқот муаллифи меҳнат фаолиятининг қарийб 25 йил хорижда – дунёнинг 20дан зиёд давлатларида қисқа ва узок муддатли хизмат сафарларида ўтди. Шу фурсат давомида Мустақил Ўзбекистон мавзусининг мазкур мамлакатлар оммавий ахборот воситаларида ёритилишини бевосита кузатиш, ўрганиш ва таҳлил қилиш имкони туғилди. Гугохи бўлганимизда Фарб мамлакатлари (Буюк Британия, Германия ва АКШ) оммавий ахборот воситаларида аксарият ҳолларда бир томонлама, танқидий материаллар беришга мойиллик сезилса, МДХ (Россия, Козоғистон, Тожикистон, Қирғизистон ва Озарбайжон) мухбирларида “об-хаво”га қараб ўзгариб туриш кузатилади, Осиё давлатлари (Япония, Хитой, Жанубий Корея, Ҳиндистон Туркия, Бирлашган Араб Амирликлари, Миср) газеталарида эса асосан ижобий мақолалар бериб борилади. Шу ўринда Москвада нашр қилинадиган “Независимая газета”, “Комсомольская Правда” газеталари ҳамда “НТВ”, “ТВ-Ц” телеканаллари мухбирлари ва мутасаддилари билан ўтказилган тўра доирадаги учрашувларда улар “юқори”дан олинган топширик асосида иш қўришларини бир неча бор очик-ойдин тан олишганлигини айтиб ўтиш керак.

Умуман олганда, МДХ ва Шарқ мамлакатлари, хусусан Россия, Козоғистон, Хитой, Япония, Жанубий Корея, Сингапур, Малайзия,

Индонезия, Туркия, Миср, БАА каби давлатларнинг даврий матбуотида Ўзбекистонга доир хабарлар ва мақолалар тез-тез эълон қилиб борилади. Ҳам Фарб давлатлари, чунончи, АКШ, Германия, Буюк Британия, Руминия ва Канада кўлида бундай чиқишлар айтарлик кўп эмас. Биргина мисол. АКШ Девартаментининг ташаббуси билан 2000 йилнинг апрель-май ойларида мамлакатнинг 10 га яқин штатида фаолият олиб бораётган етакчи омма ва журналлар таҳририятлари ҳамда телестудияларида хизмат қиладиган маҳаллий журналистлар билан бевосита учрашувлар ташкил қилинган. Ўтказилган ўзаро ижодий суҳбатлар чоғида америкалик журналистларнинг аксарияти Ўзбекистон ҳақида етарлича маълумотга эга эканлигини тан олишди.<sup>53</sup>

Хуш, бундай ҳолатнинг сабаби нимада эди? Чунки, ўша пайтда Ўзбекистон Мустақиллигининг қарийб 10 йиллини босиб ўтган бўлса-да, дунёдаги мамлакатимиз ҳаёти ҳақидаги маълумотлар, хабарлар жуда кам тарқатилар эди. Айрим вазирилик ва ташкилотларда, давлат ва хўжалик соҳаларида ўз фаолиятини бошлаган, хориждаги элчихоналаримиз қаровида ташкил этилган Ахборот хизматлари жаҳон стандартларига мос қилинган, тўлиқ фаолият олиб бормасди. Афуски, бу каби вазият хозирги кунга келиб (орадан 10-15 йил вақт ўтди – Б.А.) ҳам айтарлик ижобий ўзгаришга учирамади.

Шунинг алоҳида таъкидлаш жоизки, Ўзбекистоннинг ижтимоий-сиёсий ҳаёти, хусусан сайловлар ва улар билан боғлиқ жараёнлар хорижий ОАВ оммасидан кенг ёритиб келинади. Жумладан 2015 йилнинг 29 март кунини эътиборга оlingan Президент сайловларига жаҳон медиа маконида қатта эътибор қаратилди. Бу тўғрида Ўзбекистон Республикаси ташқи ишлар вазирлиги ахборот агентлиги “Жаҳон” ахборот агентлиги қатор хабар ва шарҳларни эълон қилди.

Ишонинда ҳоп этиладиган “Nippon-Eurasia” gazetасида “Ўзбекистон – демократик ривожланиш йўлида” сарлавхали мақолада



Ўзбекистонда доимий аккредитациядан ўтмаган бўлсалар-да, Москва шаҳридаги ўз тахририятларидан туриб мамлакатимиз ҳақида мунтазам равишда мақолалар ҳамда шарҳлар эълон қилиб борадилар. Шулардан “Независимая газета” шарҳловчиси Виктория Панфилова, “Московский новости” газетасининг махус мухбири Аркадий Дубнов, “РИА Новости” агентлиги шарҳловчиси Дмитрий Косирев, “ИнфоШОС” веб-портали бош муҳаррири Татьяна Синицина, Ўрта Осиё ва Кавказ бўйича эксперт Зуритодуа ва бошқа катор мутахассислар Ўзбекистоннинг сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий ҳаётига доир ўз материаллари билан вақтли мағбуотда фойдаланишмоқдалар.

Масалан, 2009 йил 27 декабрь куни Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатасига бўлиб ўтган сайловлар дунё оммавий ахборот воситалари, шу жумладан Россия мағбуотида кенг ёритилганлигини алоҳида қайд этиб ўтиш керак.<sup>54</sup>

ИнфоШОС ахборот-таҳлилий порталнинг бош муҳаррири Т.Синицина “Сайлов ҳуқуқи – Ўзбекистон демократия самарасини кўрмоқда” сарлавҳали мақоласида “мамлакат бу йилги сайлов жараёнларига гоёг пухта масъулият билан, сайлов процедурасининг бор ҳажмини бутунлигини такомиллаштирган ва жараёнларни либерализация қилган ҳолда тайёргарлик кўрди. 2008 йилда қабул қилинган “Сайлов тўғрисидаги қонун ҳужжатлари такомиллаштирилиши муносабати билан Ўзбекистон Республикасининг айрим қонунларига ўзгартиш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида”ги Қонун асосан, 2009 йил декабр ойида бўлиб ўтган сайловлар мамлакатнинг демократик янгилаш ва модернизация қилиш борасидаги ислохотларни чуқурлаштиришда муҳим босқич вазифасини ўтайди”, дея қайд этади Муаллифнинг фикрига кўра, бу Ўзбекистон Республикаси Президентини И.Каримовнинг “Дунёнинг кўпгина давлатлари эркин фуқаролик жамиятини асрлар давомида тўпланган тажриба ва демократик анъаналарини

<sup>54</sup> Дунё мағбуоти Ўзбекистонда бўлиб ўтган сайловлар ҳақида. // jahonnews.uz 05.01.2010. 11:57.  
<sup>55</sup> www.jahonnews.uz

қонунини асосида келишган. Биз ҳам ана шундай жамият барпо этишни шу кўламини ва шунга интиламиз” деган сўзларини тасдиқлайди.

Ушбу муаллифнинг Ўзбекистон билан боғлиқ мағбуотлардаги бошқа асар мақолаларини ҳам санаб ўтиш мумкин.<sup>56</sup>

Умуман олганда, қарийб 30 йил давомида РИА Новости ахборот агентлиги шарҳловчиси Дмитрий Косирев, “ИнфоШОС” янгликлар порталини бош муҳаррири Татьяна Синицина, Ўрта Осиё ва Кавказ бўйича эксперт Зуритодуа ва бошқа катор мутахассислар Ўзбекистоннинг сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий ҳаётига доир ўз материаллари билан вақтли мағбуотда фойдаланишмоқдалар.

Татьяна Синицина томонидан тайёрланган яна бир таҳлилий мақола 2009 йил 29 декабрь куни “ИнфоШОС” ахборот порталда эълон қилинган бўлиб, у “Сайловлар ОБСЕ га ёқиб учун ўтказилмайди”, деб номланади. Бу мақолада бўлиб ўтган сайловларда мамлакат фуқаролари жуда фаол қатнашганлиги, Россиялик мухбир сайловларда хорижий кузатувчи сифатида қатнашганлиги ҳамда сайлов жараёнининг ўзига хослиги, шу билан бирга сайлов қарорлар ҳақида ўз ижобий таасуротларини батафсил ифода қилган.

Сайлов жараёнларида жами 5 та халқаро ташкилот, шунингдек, Россиянинг 30 та мамлакатидан 300 дан зиёд кузатувчилар иштирок этганини алоҳида эътибор билан, Т.Синицина бир фактга алоҳида эътибор қаратади ва ўз фикрини шундай баён этади. Халқаро ташкилотлардан бири – ОБСЕ, Россиянинг махус мухбири Т.Синицинанинг муносабати билан, Ўзбекистоннинг демократик янгилаш ва модернизация қилиш борасидаги ислохотларни чуқурлаштиришда муҳим босқич вазифасини ўтайди”, дея қайд этади Муаллифнинг фикрига кўра, бу Ўзбекистон Республикаси Президентини И.Каримовнинг “Дунёнинг кўпгина давлатлари эркин фуқаролик жамиятини асрлар давомида тўпланган тажриба ва демократик анъаналарини

<sup>56</sup> Татьяна Синицина парламент мағбуотлари ҳақида. // www.jahonnews.uz 19.08.2009 17:10; Ташкент мағбуоти. // www.jahonnews.uz 13.08.2011 11:48.  
<sup>57</sup> Россиянинг муносабати билан демократия - право выбора. // http://www.infoshos.ru/ru/?id=5289  
<sup>58</sup> Татьяна Синицина, главний редактор «ИнфоШОС», Выборы проводятся не для того, чтобы поправиться. // 19.12.2014 14:19. http://www.infoshos.ru/ru/?id=13605



киладилар. Мисол учун "The Guardian" газетасининг 2015 йил 31 март кунинда "Темурнинг Регистони: дунёдаги энг мухташам жамоатчи майдони" сарлавхали мақола чоп этилди<sup>61</sup>.

Журналист Шринах Перур Ўзбекистонга ташриф буюриб, дунё махур шаҳарларимиздан хайратланганини ёзди: "Мен Регистонга келиш учбу эртақона манзилнинг марказини сайр қилган куним ҳаво очик э Мен хашаматли, нақшинкор миноралар ва бинолар қуршовида қолдим".

Мақолада ушбу бинолардан ташкил толган Регистон мажмуаси Самарқанднинг бошқа мўъжизалари XIV аср охириларида Темурий хукмронлиги даврида империянинг турли бурчакларидан келган урмемморлар томонидан бунёд этилганлиги қайд этилади. Мазкур биноларни ўзига хос архитектураси Самарқанддан олиса жойлашган Эр Хиндистондаги қўллаб шаҳарлар мезморчилигига, айниқса XX бошларида Санкт-Петербургда қурилган масжид мезморчилигига таъсирини ўтказган, дейди муаллиф.

Шунингдек, Буток Британиянинг "Earth Times" онлайн-журнали "Орол қуришининг салбий оқибатлари ечимларини излаш" сарлавхали мақола эълон қилинди<sup>62</sup>. Унда денгизнинг хозирги танг ҳолати, унинг минтақа атроф-мухити ва аҳоли саломатлигига қўрсатаётган салбий таъсир шунингдек, Ўзбекистон ва жаҳон ҳамжамияти томонидан Орол инқироби оқибатларини баргараф этиш юзасидан амалга оширилган чора-тадбир ҳақида хикоя қилинади.

Мақолада таъкидланишича, 1960 йилларга қадар Орол Каспий денгизи Виктория ва Юкори кўл қаторида дунёнинг тўртта энг йирик ички ҳавзаларидан бири бўлган. Дунё океанига чиқиш йўли мавжуд бўлмаган

биноларнинг ноёб турлари яшаган ва улар дунё илмий ҳаётинида қатъи қизиқиш уйғотган.

Бугун Ўзбекистон ва Марказий Осиёнинг бошқа мамлакатлари қаторидаги Миллатлар Ташкилотини мазкур фожиянинг иқтисодий, экологик ва экологик оқибатларидан воқиф этишгани ҳолда бонг қилинган. Хозирги вақтда Амударё ва Сирдарёдан Орол хавзасига қўйилган сув оқими 12.7 км<sup>3</sup> га тенг бўлиб, бу ўтган асрнинг 60-йилларига нисбатан 4,5 баробарга камдир.

Ушбу мақола якунида 2014 йилнинг 28-29-октябрь кунлари Урганч шаҳрида бўлиб ўтган "Орол денгизи минтақасидаги экологик оқибатларини юмшатиш бўйича ҳамкорликни ривожлантириш" мавзусидаги халқаро конференция ҳақида ҳам маълумотлар келтирилган. Британ шаҳрининг тельоқлашича, бу тадбирнинг ўтказилиши Марказий Осиё мамлакатларига, жумладан, Ўзбекистонга қўрсатилаётган халқаро ёрдам қилинини орттишга хизмат қилади.

Англия матбуотида республикаимиз ҳаётига доир бошқа ижобий хабарлар ҳам мавжудлигини қайд этиш керак албатта. Лондон шаҳрида қуришни жойлашган рус тилидаги "Profile Russia" ахборот портали мавзусидаги ҳақида ҳолис, объектив материаллар эълон қилувчи ОАВ шартинда яқин маълум. Порталнинг 2015 йил 27 февраль кунги саҳифасида Буюк Британия вакиллари Ўзбекистоннинг замонавий таракқиёти ҳақида<sup>63</sup> қароққони мақола берилди. Унда 29 март кунги Президент сайловлари нусуабати билан англиялик таниқли ижтимоий-сиёсий ва ишбилармон инсонларнинг фикрлари келтирилади: – "Ўзбекистон ҳақиқатан ҳам демократик мамлакат ҳисобланади. Мен ўтган йил парламент сайловларида халқаро кузатувчи сифатида қатнашиб, ушбу сайловларнинг демократик принципларга тўла мос тарзда ўтказилганлигига гувоҳ бўлдим.

Мен ишбилармон сифатида икки томонлама ҳамкорликни ривожлантириш

<sup>61</sup> Timur's Registan: noblest public square in the world? – a history of cities in 50 buildings, day 7.

<sup>62</sup> <http://www.theguardian.com/cities/2015/mar/31/registan-samarkand-square-history-cities-buildings>  
"Earth Times"  
[http://www.jahonnews.uz/uzb/news/dunyo\\_nigohi/earth\\_oro\\_muammosi\\_haqida-6646464-mgr](http://www.jahonnews.uz/uzb/news/dunyo_nigohi/earth_oro_muammosi_haqida-6646464-mgr). 07.11.11:30



“Анадолу” ахборот агентлигининг маъсуус мухбири Бахтиёр Абдукаримов мунтазам фаолият юритган сермахул хорижий ижодкорлар каторида туради. У бир йилда 1000 га яқин хабар эълон қилган. Б.Абдукаримов “Хорижий ОАВда чоп этилган Ўзбекистон тўғрисидаги энг яхши мақодалари учун” деб номланган йўналишда 12 йилда “Олтин қалам” Миллий мукофотини қўлга киритган<sup>65</sup>.

2015 йил 29 март куни ўтказилган Ўзбекистон Республикаси Президенти сайлови арафасида “Туркия овози” (“bkiyein sesi”) халқаро радиоси мамлакатимизда олиб борилаётган ижтимоий-сиёсий, ижтимоий-иқтисодий ислохотлар ва улар бераётган самаралар аъзусларига бағтишланган эшиттиришни ўз тинловчиларининг эътиборига асос қилди<sup>66</sup>. Унда Туркиянинг халқаро стратегия ва хавфсизлик ақиқотлари маркази экспертлари иштирок этдилар.

Шуни кайд этиш ўринлики, ТРТ давлат телерадиокомпанияси тизимида фаолият олиб борадиган “Туркия овози” халқаро радиосининг эшиттиришлари Туркиядан ташқари қатор хорижий мамлакатларга ҳам узатилади.

Эшиттириш давомида 2014 йилнинг декабрь охирида мамлакатимизда бўлиб ўтган парламент сайловлари якунларига алоҳид эътибор қаратилар экан, улар демократия, шаффофлик ва адолатли муносабатлар асосида ўтказилгани эътироф этилди. Шунингдек, туркиялик мухбирлар томонидан Ўзбекистон Республикаси Президенти сайлови ҳам шундай тамойиллар асосида ўтажуга ишонч билдирилганлиги шохиди таъкидлаб ўтиш жоиз.

#### – Қозғоғистон ОАВ вакиллари:

<sup>65</sup> AA muhabirine "Altın Kalem" uđbđy http://www.aa.com.tr/tr/s/49008--aa-muhabir-quot-altin-kalem-quot----dulu  
Dunyada Nevruz kutlamalari http://www.haber3.com/dunyada-nevruz-kutlamalari-sonuyet-doneminde-yasaklanm-nevruz-bagim-haberi-1853051h.htm  
<sup>66</sup> “Туркия овози” Ўзбекистон тўғрисидаги энг яхши мақодалари учун” деб номланган йўналишда 12 йилда “Олтин қалам” Миллий мукофотини қўлга киритган http://www.jahomnews.uz/uzb/news/dunyo\_nigoni/trkiyenin\_sesi\_ozbekiston\_tanlagi\_1000iyot\_yolining\_sam\_araatorfigi\_haqida-464446.ngr/. 23.02.2015 18:00

“Казинформ” ахборот агентлиги мухбири бошқа МДХ вакилларига нисбатан Ўзбекистондан кўлаб мақола ва хабарлар узатади. У Ўзбекистоннинг айрим халқаро масалалар билан боғлиқ сиёсий позициясини аниқ ва равшан ёритишга ҳаракат қилади. Хабарларни асосан аниқ фактларга таянган ҳолда тайёрлайди. Ўзбекистон ҳаётига оид салбий йўналишга эга маълумотлар учрамайди. Бир йил давомида ўртача ҳисобда республикага тегишли 200дан зиёд материал берилади.

#### – Қирғизистон ОАВ вакиллари:

“Кабар” ахборот агентлигининг мухбири Ўзбекистонда содир бўлаётган барча соҳалардаги воқеа ва ҳодисаларни тезкорлик билан ёритиб боради. Унинг материаллари, умуман олганда, объективлиги билан ажралиб туради. Расмий маълумотлар асосида тайёрланадиган хабарлар Қирғизистонда мамлакатимизнинг ижобий имижини мустаҳкамлашга ўз хиссасини қўшиб келмоқда. Агентлик сайтида республикамизга оид кунига 2-3та, бир йилда эса ўрта ҳисобда 600-700 хабар ва мақола эълон қилинмоқда.

#### – Озарбайжон ОАВ вакиллари:

Кайд этиш ўринлики, “АзерТадж” давлат телеграф агентлигининг сайтыда Ўзбекистондаги мухбир томонидан тайёрланган материаллар унчалик кўп учрамайди. Бир йил давомида республикамиз ҳаётига доир ахборотлар сони жами 40-50 тадан ошмайди. Улар асосан Ўзбекистон ва Озарбайжон ўртасидаги муносабатлар, хусусан, сиёсий ва маданий соҳалардаги икки томонлама ҳамкорлик алоқаларига оиддир. Боқулик мухбир томонидан узатиладиган материаллар оддий ахборот жанрида бўлиб, матнлар эҳтирос ва бўёқларсиз чоп этилади. Асосий жиҳати шундаки, уларда республикамиз имижига салбий таъсир этиши мумкин бўлган унсурлар учрашмайди.

#### – Эрон ОАВ вакиллари:

Араб тилида сунъий йўлдош орқали эфирга чикувчи Эроннинг “Ал-Алам” телеканали асосан Форс кўрфазини, Яқин ва Ўрта Шарқ мамлакатлари,

шунингдек, Африка қитъасидаги аудитория учун мўлжалланган. Кўп йиллар давомида Ўзбекистонда фаолият олиб борган ушбу оммавий ахборот воситасининг вакили Аҳмад Ал Зубайди республикадаги воқеаларни объектив ёритиши билан ажралиб туради. Хорижлик мухбир, айниқса, Ўзбекистон Республикаси Президентини сайловларининг ўтказилиши, Тошкентнинг ислом маданияти пойтахти деб эълон қилиниши, шунингдек, мамлакатда миллий ва диний қадриятларнинг тикланиши ва уларни сақлаш бўйича амалга оширилаётган ишлар ва бошқа шу қатор муҳим тadbирларни кенг ва холис ёритишда ўзига хос фаоллик кўрсатди.

“Ал-Алам” телеканали фаолиятига, хусусан, Эрон, Миср ва Саудия Арабистондаги доимий томошабинлар томонидан юқори баҳо берилган. Мухбир Ўзбекистонда содир бўлаётган воқеа ва ҳодисаларни ёритишда ҳаққоний ахборотларга таянган. Бу билан у араб тилидаги медиа майдонда мамлакатимизнинг объектив имижини шакллантиришга ўз хиссасини қўшган.

Юқорида тахлил қилинган журналистик журналистик материаллардан ташқари айрим хорижий экспертлар яратган асарларни ҳам эътибордан четдан қолдириб бўлмайди (Ўзбекистон мавзусида ижод қилувчи хорижлик муаллифлар, шарҳловчилар ва экспертлар рўйхати иловада келтирилади – Б.А.).

Халқаро шарҳловчи, таниқли журналист Олег Якубов Ўзбекистон ҳақида мустақиллик йилларида ёзилган энг машҳур китоблардан бирининг муаллифи ҳисобланади. У 1999 йил февраль ойда Тошкентда содир этилган террорчилик ҳаракатини беvosита ўрганади, у билан боғлиқ ҳодисаларни атрофича тахлил қилади ҳамда журналист суриштирувини олиб боради. Натижада террорчиларнинг қора ниятини фoш қилувчи “Қaшқирлар тўдаси” номли китобини ёзади<sup>67</sup>.

Ўрта Осиё ва Кавказ бўйича россиялик эксперт, тарихшунос олим Зураб Тодуа (журналистик тахаллуси – Вахтанг Шелия) томонидан ёзилган

<sup>67</sup> Волчья стая. Кровавый след террора. Полит. детектив / Олег Якубов. - М.: Вече, 1999. - 319 с. 70

“Ўзбекистон ўтмиш ва келажак ўртасида” номли китоб ҳам ўзига хос аҳамиятга эгадир<sup>68</sup>. Унда Ўзбекистоннинг тарихи, географик жойлашуви ҳамда мамлакатнинг хавфсизлиги масалалари ҳақида тахлилий фикрлар берилади. Хусусан диний экстремизм ва терроризмнинг нақадар жиддий хавф эканлиги, унинг чегара билмас қалтис муаммо эканлигига эътибор қаратилади.

Муаллиф фаолиятига доир кўшимча маълумот сифатида қайд этиш мумкинки, у кўп йиллар давомида Москвадаги Дин ва сиёсат институтида илмий ходим вазифасида ишлаган. Шунингдек, 2010–2014 йилларда Молдова парламенти депутати бўлган. МДХ худудидаги турли низолар, сиёсий ва ҳорбий тўқнашувлар тўғрисида ўндан зиёд асарлар ёзган.

Лондон университетининг профессори Ширин Акинер 1990 йиллардан бошлаб бугунги кунга қадар Марказий Осиё ҳаётига оид илмий изланишлар олиб бораётган, энг кўзга кўринган экспертлар сирасига киради. У Ўзбекистон, Қозоғистон ва Тожикистон ҳақидаги қатор илмий асарлар ҳамда мақолаларга муаллифлик қилган. Уларда минтақадаги сиёсий ва ижтимоий назият, хусусан дин билан боғлиқ масалаларга эътибор қаратилади<sup>69</sup>.

Ш.Акинер 2005 йилда содир бўлган Андижон воқеалари тўғрисида Жонс Хопкинс ва Уппсала университетларида ўзининг мустақил тадқиқоти натижаларини нашр қилдирган<sup>70</sup>. Лондонлик олима Андижонга шахсан ташриф бунориб, маҳаллий аҳолининг турли қатламлари вакиллари билан бевосита суҳбат ўтказган. Унинг фикрига кўра, баъзи бир қучлар ушбу тартибсизликлар орқали сиёсий гўнтариш ҳосил қилиб, ҳокимиятни қўлга олишга ҳаракат қилишган. Эътиборли жиҳати шундаки, эксперт Ғарба,

<sup>68</sup> Тодуа З. Ўзбекистон между прошлым и будущим. М.: 2000. – С. 76.

<sup>69</sup> Akiner, Shirin (2001) 'Modernisation, Politics and Islam in the Post-Soviet Central Asian States.' Religion and Politik (Sozialwissenschaftliche Studien des Schweizerischen Instituts für Auslandsforschung), vol. B. pp. 105-18.

<sup>70</sup> Akiner, Shirin (2003) 'The Politicisation of Islam in Post-Soviet Central Asia.' Religion, State and Society: the Keston Journal, vol. 3. pp. 97-122.

<sup>70</sup> Violence in Andijan, 13 May 2005: An Independent Assessment, 51pp. Johns Hopkins University, Uppsala University (Sweden), 2005.

жумладан Лондонда ҳам мазкур ходисани олдиндан билганлар бўлганлигига ишора қилади. Муаллифнинг бу борадаги мақоласи ва фикрлари 2005 йилнинг 19 июль куни “Правда Востока”, 20 июль куни “Халқ сўзи” ва “Ипсонч” газеталарида чоп этилган.

Айни пайтда Ш.Акинер минтақага ихтисослашган “Journal of Central Asian and Caucasian Studies” журнаlining тахрир ҳамда маслаҳатчилар кенгаши аъзоси ҳисобланади.

Марказий Осиё масалалари бўйича Буюк Британияда кўп йиллардан буён илмий тадқиқот олиб бораётган мустақил тадқиқотчи Расул Ялчин<sup>71</sup> ижодига ҳам алоҳида тўхталиб ўтиш лозим.

Муаллиф 2002 йилда “Ўзбекистоннинг тикланиши” номли китобини эълони қилди<sup>72</sup>. Ундан мамлакатимиз тарихи, унинг истиклол йилларидаги тикланиши ва тараққиёти билан боғлиқ фикр-мулоҳазалар ўрин олган. Р.Ялчиннинг қайд этишича, замонавий Ўзбекистон қадимий цивилизациянинг давомчиси ва меросхўридир. Ушбу мамлакат минтақадаги бугунги геосиёсий ўрни билан Ўрта Осиё мамлакатлари орасида асосий ўрин тутиб қолмасдан, балки Европа ва Осиё, Россия ва Яқин Шарқ давлатлари орасида “асосий кўприк” вазифасини ўташи мумкин. Ўзбекистон Марказий Осиёнинг юрагидир. Аҳолиси жиҳатидан ҳам бошқаларга нисбатан энг катта давлат, табиий ресурслар олиб қаралганда мамлакат келажакда катта иқтисодий юқсалиш потенциалига эгаллиги маълум бўлади, дейди британиялик олим.

Р.Ялчин ушбу мавзуда сиёсатшунослик фанлари бўйича номзодлик диссертациясини ёзган, мамлакатимизда бир неча бор сафарда бўлган, юқоридаги китоб устида тўрт йил давомида ишлаган. У Англиядаги Эксетер Университетида тақсил олган, Швециядаги Гётеборг ва Германиядаги Бонн университетларида илмий тадқиқотлар олиб борган.

<sup>71</sup> “Жаҳонда Ўзбекистон нуфузи ортиб боришига шубҳа йўқ”. // Хуррият газетаси. 2002 йил 14 август.  
<sup>72</sup> The Rebirth of Uzbekistan: politics, economy and society in the post-Soviet era./ foreword by Bogdan Sjazkowski, Reading: Ithaca, 2002.

Салбий руҳдаги мақолалар. Айрим Ғарб мамлакатларида чоп этиладиган, хусусан, АҚШнинг “The New York Times” газетаси ва Германиянинг “Der Spiegel” наشري бир ёқлама, ноҳолис, уюштирилган мақолалар эълон қилиш билан характерланади. Мисол учун, 2013 йил декабрь ойида “The New York Times” саҳифасида гўёки Ўзбекистонда болалар мажбурий меҳнат қилаётганлиги танқид остига олинади. “Der Spiegel”да эса Украинада содир бўлаётган воқеалар Ўзбекистонда ҳам содир бўлиши мумкинлигига шама қилинади. Булардан ташқари, АҚШнинг “Америка овози”, “Озодлик”, ва шунингдек, catholicculture.org, Буюк Британиянинг “Би-Би-Си”, Россиянинг “РИА Новости”, “Голос России” каби ахборот манбаларида ҳам Ўзбекистонга доир турли бўхтонлар ва салбий материалларни кузатиш мумкин<sup>73</sup>.

Дарҳақиқат, Россия Президенти В.Путин давлатга қарашли “РИА Новости” агентлигини ёпишни бунорди. 2013 йил 9 декабрь куни имзоланган фармонга кўра, агентлик ўрнига “Russia today” номли халқаро хабар агентлигини ташкил қилиш кўзда тутилган.

Хулоса ўрнида шунини қайд этиш ўринлики, жаҳон журналистикасида ёш мустақил давлатлар имижини шакллантиришнинг янги услуб ва қонуниятларини ишлаб чиқиш ҳамда уларни хозирги ахборот глобаллашуви даврига мослаб ҳаётга тадбиқ этиш кераклиги масаласи кун тартибига чиқмоқда. Булардан ташқари жаҳон медиа маконида ва миллий ОАВда берилаётган материаллар ўртасидаги тафовут катталигича қолиб кетмоқда.

Ёш мустақил субъектлар имижини яратишда адолатлилик талаблари ва меъёрларига ҳар доим ҳам етарлича эътибор қаратилмаяпти. Бунга юқорида қатор мисоллар келтириб ўтилди.

<sup>73</sup> Қараг: Мирвалев М., Крамер Э. Ўзбекистан: принудительный труд на хлопковых плантациях продолжается // 18 декабря 2013 г. | 17:08 | The New York Times  
Диктаторы боятся повторения киевских событий. //Der Spiegel  
<http://inopressa.ru/article/05Feb2014/spiegel/dictator.html>  
Sweeping new religious censorship in Uzbekistan February // 19, 2014  
<http://www.catholicculture.org/news/headlines/index.cfm?storyid=20538>  
Граждане Узбекистана чаще всех нарушают миграционные законы в Приморье. // РИА Новости 25.11.2013  
<http://ria.ru/vi/20131125/979390280.html>

Мухими, хорижий ОАВда Ўзбекистонда кечаётган ислохотларга муносабатларнинг хилма-хиллиги муаммосини ўз вақтида самарали ҳал этиш лозим. Бунинг учун чет эллик мухбирлар билан олиб борилаётган ишлар кўламини кенгайтириш, замонавий PR технологиялардан унумли фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

— кўриниб турибдики, hozirги даврда жахон медиа маконини йирик ахборот маркаслари бошқармоқда. Бундай оғир шароитда ахборот таъминоти маълум мақсадларга йўналтирилган ҳамда биртомонламалги эҳтимоли юқори бўлишдан ташқари, ахборот дунё жамоатчилигига айнан ана шу ОАВ эгалари хоҳлаган кўриниш ва талқинда етказилади;

— мавжуд ҳолат мамлакатнинг нафақат ташқи имижини, балки унинг ички имижига ҳам путур етказиши мумкин. Чунки турли уйдурма ахборот оқимлари фуқаролар орасида келажакка ишончсизлик ва ижтимоий норозилик кайфиятини уйғотади. Ёшларнинг онгига салбий таъсир ўтказиши, маънавий оламни издан чиқаради;

— қудратли ахборот технологияларига эга ташқи кучлар томонидан ташкил этиладиган ахборий хуружлар жиддий хавф туғдиришда давом этади. Зеро, у нафақат жаҳон ҳамжамиятига, балки ахборот билан таъминланиши заиф йўлга кўйилган (мисол учун техника ва технологияларнинг ривожланмаганлиги; ахборотнинг ёпиқлиги; цензуранинг мавжудлиги туфайли) мамлакат жамоатчилиги ичида ҳам психологик бўҳрон келтириб чиқариши эҳтимолдан ҳоли эмас.

Шу бос давлатнинг ижобий имижини яратишда муайян конструкт, қонун-қоидалар бўлиши лозим.

## Оммавий коммуникация жараёнларида ижтимоий тармоқлар ва уларнинг мамлакат имижини шакллантиришдаги ўрни

Эътироф этиш керак, мустақиллик туфайли мамлакатимизда ижтимоий ҳаётнинг бошқа соҳалари қатори оммавий ахборот воситаларига ҳам янгича муносабат юзага келди, матбуот ва сўз эркинлиги бебаҳо неъматга айланди. Эндиликда ижтимоий-сиёсий, иқтисодий, маънавий ва маданий тараққиёт — жамиятдаги яратувчанлик ҳолати, демократия, сўз эркинлиги, фикрлар ранг-баранглигининг ҳосиласи сифатида буй кўрсатмоқда.

Айниқса, оммавий ахборот воситалари мустақиллик ғоясини юртдошларимиз калби ва онгига сингдиришда бекиёс хизмат қилмоқда, улмас маданий меросимиз, миллий истиклол мафқураси, бунёдкор ҳалқимизнинг бой маънавий қадриятларини тарғиб қилмоқда, тарих сабоқлари ва бугунги долғали замон ҳодисаларини чуқур таҳлил этмоқда. Шу тариқа оммавий ахборот воситалари ҳалқимизни ўз-ўзини идрок этишига, ўзлигини англашига, ҳаётнинг маъно ва моҳияти нималардан иборат эканлигини теран тушунишига хизмат қилмоқда, билиш ва юксалишнинг бетақдор, бекиёс қуроли сифатида намоён бўлмоқда.

Аслида ҳам “Ижтимоий ҳаётга таъсири ҳақида гап кетганда, оммавий ахборот воситалари кучи жамият ҳаётидаги долзарб масалаларни кўтариб чиқишида, унинг самарали ечимларини топишга уринишида, мавжуд муаммоларга жамият аъзолари диққатини жалб қилишида, давлат органлари фаолиятини назорат қилиб боришида кўринади. Шу маънода, у ҳалқни ҳокимият билан боғловчи восита, механизм сифатида майдонга чиқади”<sup>74</sup>.

Бугунги шидаткор замон ОАВ ҳодимлари зиммасига қатта масъулиятлар юкламоқда. Юртбошимиз таъкидлаб ўтганларидек, “Эркин ва

мустақил оммавий ахборот воситалари ҳар томонлама ривож топиши лозим. Улар ҳақли равишда ҳокимиятнинг тўртинчи тармоғи бўлиши даркор<sup>75</sup>.

Дарҳақиқат, демократик андозаларга мос ҳолда фаолият юритиши талаб этилаётган бугунги миллий ОАВ халқаро майдонда содир бўлаётган ахборий бўҳронларга қарши ҳар томонлама кураша олмоғи керак. Бунда эркинлик, ҳолислик, тезкорлик, ошқоралик ва бошқа тамойиллар етакчи ўринни эгаллаши лозим.

Президентимиз “Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари” номли асарига ОАВ олдидаги долзраб вазифалар, улар курашмоғи лозим бўлган ахборий таҳдидларнинг моҳияти замирида қуйидаги мақсадлар борлигини алоҳида таъкидлаб ўтади:

**Биринчидан** – халқаро, давлатлараро ва элатлараро қарама-қаршилиқни келтириб чиқариш;

**Иккинчидан** – халқаро-ҳуқуқий ва ички давлат суверенитетимизни рўёбга чиқаришга қаршилиқ кўрсатиш;

**Учинчидан** – Ўзбекистон ташқи иқтисодий алоқаларини чегаралашга, уларни тенг ҳуқуқли бўлмаган шароитта солиб қўйишга уриниш;

**Тўртинчидан** – мамлакатимиз аҳолисига ахборот орқали мафкуравий йўл билан тазйик ўтказиш, жаҳон афкор оммасига Ўзбекистон ҳақида ногўғри тасаввур туғдиришга интилиш;

**Бешинчидан** – миллатлар ўртасида ўзаро ишончсизликни келтириб чиқариш, миллатлараро муносабатларни кескинлаштириш;

**Олтинчидан** – янги мустамаккачилик ва янги империячилик ёндашувларини зўрлаб қабул қилдириш, ҳамма соҳалардаги ўзаро манфаатли ва тенг ҳуқуқли ҳамкорликни секинлаштириш хавфи ва ҳоказолардан иборат.

Албатта, бундай ғоявий курашларда иштирок этиши ва курашиши учун ОАВ қўллаб вазифаларни адо этмоғи керак.

Даставвал, матбуот миллий макондаги ўзининг мустақкам ўрни ва мавқеини тиклаб олиши лозим. Юртбошимиз “Энг асосий мезон – ҳаёт ҳақиқатини ақс эттириш” номли асарида бугунги кунда журналистларимиз олдида қўйилаётган қасбий талаблар хусусида фикр юритар экан, шундай дейди: “Ҳаммамиз яхши тушунамизки, ҳозирги вақтда оммавий ахборот воситаларининг вазифалари ҳам, улар олдида қўйиладиган талаблар ҳам кўл. Лекин энг муҳими – ҳаёт ҳақиқатини тўлақонли ақс эттиришдан иборат. Чунки ҳақиқат журналистиканинг ўзгармас ва доимий шарти бўлиб келган ва шундай бўлиб қолиши зарур. Айни вақтда матбуот ва эфир орқали ҳақиқатни ёритиш, одамларга етказиш ҳар қайси журналистнинг билим ва тажрибаси, унинг профессионал маҳоратига, гражданлик позициясига боғлиқ эканини ҳам унутмаслигимиз лозим<sup>76</sup>.”

Ушбу асарда таъкидланишича, миллий журналистиканинг раванқ топиши, муҳбирларнинг профессионал даражада юқсалиши учун ихтисослашув муҳим роль ўйнайди: “Табийки, бундай босқичларга етиш учун, бундай муҳит ҳаётий кўникмага, тафаккуримизнинг узвий бир қисмига айланиши учун оммавий ахборот воситалари ходимларининг ўз билим ва малақасини муттасил ошириб бориши, муайян соҳага ихтисослашиши ҳам қатта аҳамиятга эга.

Бугунги кунда сиёсат ҳақида гапирганда – сиёсатчи, иқтисодиёт ҳақида – иқтисодчи бўлиб фикр юритишни, маънавият ва маърифат ҳақида маърифатчи, ҳаётий-фалсафий муаммолар хусусида файласуф бўлиб баҳага киришишни – мана шундай юқсак қобилият ва маҳоратга эга бўлишни ҳаётнинг ўзи журналистларимиз олдида энг муҳим вазифа қилиб қўймоқда<sup>77</sup>.

Ўйлаймизки, юртбошимиз таъкидлаб ўтган мазкур тамойил ва вазифалар журналистларимизнинг профессионал маҳоратини оширишида ҳамда глобал ахборий тўқнашувларда муносиб жасорат кўрсатишларида муҳим роль ўйнайди.

<sup>76</sup> Қаримов И. Энг асосий мезон – ҳаёт ҳақиқатини ақс эттириш. Т.: Ўзбекистон, 2009. – Б. 10.  
<sup>77</sup> Ушла асар. – Б. 23.

Яна бир муҳим масала шундан иборатки, ҳозирги даврга келиб замонавий оммавий коммуникация воситаларининг хилма-хил турлари вужудга келмоқдаки, улар жаҳон медиа майдонида тобора фаоллашиб бормоқда. Айни маънода ижтимоий тармоқларнинг пайдо бўлиши ва уларнинг мамлакат имижини шакллантиришдаги ўрнига алоҳида эътибор қаратиш лозим (Зеро, айни даврга қадар ушбу сегмент алоҳида таҳлилга тортилмаган – Б.А.).

Анъанавий ОАВнинг янги турларидан бири сифатида майдонга чиқиб келаётган ижтимоий тармоқлар билан боғлиқ масалалар ҳар қачонгидан ҳам долзарб аҳамият касб этмоқда. Чунки ижтимоий тармоқларнинг мамлакат имижини шакллантиришда, Ўзбекистоннинг турли соҳаларда қўлга киритаётган оламшумул ютуқларини жаҳон медиа маконига кенг тарғиб қилишдаги роли тобора ортиб бормоқда. Шу сабабдан миллий ОАВ учун ижтимоий тармоқлар имкониятларидан оқилона ва самарали фойдаланишнинг шакллари ҳамда усулларини чуқурроқ ўрганиш, тадқиқ этиш фан олдидаги кечиктириб бўлмайдиган масалалардан ҳисобланади.

Дарҳақиқат, суҳбатлашиш, мулоқот у қайси кўринишда бўлмасин, цивилизациянинг барча босқичларида мавжуд бўлган одамларнинг табиий эҳтиёжидир.

Интернет пайдо бўлишидан олдин кишиларнинг ўзаро мулоқоти қандай амалга оширилар эди? Одамлар асосан кўча-кўйда, бозорда, иш жойларида танишар эдилар. Бир-бирлариникига тез-тез меҳмонга боришар, театр, кино ва концертларни биргаликда томоша қилардилар. Бошқача айтганда, суҳбатлашиш жараёни юзма-юз, бевосита амалга оширилар эди. Интернетнинг пайдо бўлиши билан ҳаётнинг жуда кўп аспектлари, жумладан, қундалик маиший хизматлардан тортиб, бизнес ва менежмент, юридик ва консуллик хизматларигача бирин-кетин виртуал дунёга кўча бошлади.

Асосий масала шундаки, “ўргимчак тўри” фуқароларнинг анъанавий суҳбатлашув шаклини тубдан ўзгартириб юборди. Олис масофадан туриб

нафақат эшитиш, балки кўриш имкониятининг юзага келиши виртуал суҳбатларни кескин оммалаштирди. Шундай ҳолатлар ҳам кузатилмоқдаки, бугунга келиб нафақат “бир девор кўшни”лар, ҳатто бир оиланинг аъзолари ҳам интернет воситасида “гурунлашмоқ”далар.

Тахлиллар шуни кўрсатадики, кейинги 15-20 йил давомида дунё мамлакатлари аҳолиси, шу жумладан Ўзбекистонликлар ўртасида мобил телефонларда суҳбатлашиш урф бўлган бўлса, ҳозирги даврга келиб мобил ускуналардаги “Skype”, “WhatsApp”, “iCQ”, “MSN Messenger”, “Telegram” орқали матнли мулоқот (инг. text messaging) оммавийлик касб этмоқда (Б.А.).

Аслини олиб қараганда, ўзаро мулоқотга, тезкор ахборот алмашишга бўлган эҳтиёжнинг ўзи интернетнинг пайдо бўлишига тўртки бўлган эди. Ҳозирги ўрта ёшлар бундан 10-15 йил олдин бир-бирларига офф-лайн шаклида, яъни электрон почта орқали ҳаг ёзишган бўлса, бугунги ёшлар кўпроқ он-лайн мулоқотни афзал биладилар. Хуллас, интернетнинг ривожланиши баробарида унинг техник-технологик имкониятлари ва аудитория камрови шиддатли равишда ошиб бормоқда.

Ушбу фаслда асосий эътибор айнан ижтимоий тармоқларнинг ОАВ билан бирлашишига, яъни конвергенция жараёнига қаратилади. Бу орқали янги авлод оммавий ахборот воситаларининг тарғибот-ташвиқот масалаларидаги ўрнига назарий жиҳатдан баҳо берилади.

Афсуски, республикамызда фаолият олиб бораётган етакчи оммавий ахборот воситалари ижтимоий тармоқлар имкониятларидан етарли даражада фойдаланмаяптилар. Ваҳоланки, улар жаҳон медиа маконига бу орқали тўғридан-тўғри чиқиб олишлари мумкин. Бундан ташқари ўқувчилар сони ва географияси ҳам бир неча бор кенгайди.

Тўғри, айрим газеталар ва ахборот агентликлари мазкур йўналишда дастлабки қадамларни ташладилар. Лекин бу маънода радио ва телеканалларимиз бироз орқада қолиб кетишмоқда.

Шунингдек, оммабоп ижтимоий тармоқларда юзага келаётган ватанпарвар ёшлар гуруҳларини ҳам ахборот маконидаги ўзига хос

тарғиботчи сифатида эътироф этиш мумкин. Мухими улар ҳам ўз навбатида миллий ОАВ каби мамлакатимиз медиа имижини мустахкамлашга хизмат қилмоқдалар.

Тан олиш керак, XXI асрнинг иккинчи ўн йиллигида ижтимоий тармоқлар (инг. social media) жаҳон медиа маконида фаолият юритиб келаётган анъанавий ОАВ билан шу қадар аралашиб, баъзи ҳолатларда эса умуман қўшилиб кетмоқдаки, бунинг натижасида уларни бир-биридан ажратиш кўрсатиш ёки уларни бир-бирларига қарши қўйиш гўёки мантисизликдек туюлади.

Шу ўринда интернетнинг одамлар турмуш тарзининг бир қиммига айланиб қолиши билан боғлиқ қуйидаги саволлар пайдо бўлади. Хусусан, дастлабки ижтимоий тармоқлар қачон, қайси мақсадда ва қаерда пайдо бўлди? Бугунги кунда энг оммабоп тармоқлар қаторига қайси сайтларни киритиш мумкин? Уларни ўзига хос жиҳатлари, турларига қараб қандай гуруҳлаштириш мумкин? Дунёдаги қайси мамлакатларнинг аҳолиси ушбу тармоқлардан кўпроқ фойдаланмоқда?

Бугунги даврда ижтимоий тармоқлар анъанавий ОАВ билан ҳамбарчас боғланиб, биргаликда ривожланиб борар экан, республикамызда мавжуд ички имкониятларни мувофиқлаштирган ҳолда улардан кенгрок ва самаралироқ фойдаланиш мумкинми? Масаланинг энг муҳим жиҳати шундаки, мамлакат имижига ва обрўсини оқиритишда, хусусан, унинг маданияти, тарихи ва ҳозирги ютуқларини бутун дунёга тарғиб қилишда ижтимоий тармоқлар имкониятларидан тўғри ва мақсадли фойдаланиш учун нималарга эътибор қаратиш керак? Ана шу тармоқлардаги ахборот оқимларини тўғри йўлга солиш, жаҳон таърибаси асосида хабарлар ва янгиликларни кузатиб бориш ва уларни тартибга келтириш, зарур ҳолатларда бошқариб боришни йўлга қўйиш, юзага келаётган янги тенденцияларни тадқиқ этиш, бу борадаги қонунчилик базасини мустахкамлаш орқали самарадорликни ошириш мумкинми?

Мазкур саволларга жавоб топиш орқали мавжуд вазиятга ойдинлик киритиш муҳим ва ичимизга бевосита алоқадордир.

Айнан юқорида санаб ўтилган ва бошқа қатор муҳим масалалар борки, уларни назарий жиҳатдан чуқур ўрганиш, таҳлил этиш ҳамда бу борада зарур тавсиялар ишлаб чиқиш давр талабидир.

Умуман олганда, ижтимоий тармоқларнинг пайдо бўлиши интернетнинг тараққий этиши ва унинг оммалашини билан боғлиқ табиий-технологик ходиса ҳисобланади.

Дарҳақиқат, бугун кўпчиликнинг қуни нафақат бир пиёла чой устидаги нонушта билан, балки у ёки бу ижтимоий тармоқдаги шахсий саҳифани кўздан кечириш, яъни “сетъ” (рус. тармоқ) даги янгиликлар билан танишишдан бошланади.

Ҳозирги пайтда ер қуррасининг қарийб 50 фоиз аҳолиси бирон-бир ижтимоий сайтда фаолдир. Уларнинг айримлари эса бир вақтнинг ўзида бир нечта тармоқларда рўйхатдан ўтган. Статистик маълумотларга қўра, дунё ёшларининг 96 фоизи ижтимоий тармоқлар воситасида ўзаро мулоқотга киришмоқдалар.

Айрим ҳолатларда баъзи ёшларнинг оммавий тармоқларга муқкасидан кетиб, ўз вақтларини беҳудага сарфлаши яхши оқибатларга олиб келмаяпти. Бу ҳақда ҳиндистонлик олим К.Шривастава алоҳида фикр билдириб, ижтимоий тармоқлардан аниқ мақсадда фойдаланиш жоизлиги, акс ҳолда у вақтнинг бесамар кетишига олиб қилишни таъкидлаган эди.

Афсуски, “ўргимчак тўрига илинган” айрим ёшларнинг ўқиш ва ишга муносабати ўзгариб, ҳаётга бефарқлиги кучайиб бормоқда. Дарвоқе, пойтахтлик ёш бир такси ҳайдовчиси (шахсий суҳбатдан – Б.А.) “бундан атиги икки-уч кун олдин тўйи бўлган синфдошини маҳалладаги интернет кафеसига шошиб кетаётганини кўриб, хайрон қолганини” ўзаро суҳбат чоғида афсус ва киноя билан хикоя қилиб берган эди.

Ҳақиқатан ҳам интернетни беҳизга ўргимчак тўрига ўхшатишмаган. Чунки унинг домига бир марта тушган одамни, агар у ақлини ишлатмаса, ўз

гирдобига буткул тортиб олиши турган гап. Муаммонинг ижтимоийлиги ҳам ана шунда.

Энди интернетнинг энг машхур қисми ҳисобланган оммабоп “ижтимоий тармоқлар” ҳақида айрим тарихий фактларга эътибор берайлик.

Дастлаб улар қачон, қандай максатда ва қаерда пайдо бўлган, деган саволларга жавоб беришга тўғри келади.

Биринчи ижтимоий тармоқларнинг пайдо бўлишининг ўзи айнан интернет ихтиро қилинган олис 1969 йилга бориб тақалади<sup>78</sup>. Ҳозирги давргача бўлган барча эволюцион босқичлардан келиб чиққан ҳолда ижтимоий тармоқларни асосан иккита йўналишга ажратиш мумкин:

- аник бир касб эгаларини бирлаштирувчи профессионал ҳамжамиятлар;
- ихтисослашмаган умумий тармоқлар.

Соҳа олимларининг қайд этишларича, биринчи тўлақонли ижтимоий тармоқ 1995 йилда Америкалик Рэнди Конрадс томонидан ишлаб чиқилган “Classmates.com” сайтидир. Инглиз тилидан “classmates” сўзи синфдошлар (“одноклассники”) деб таржима қилинади.

Мазкур тармоқ собик синфдошлар, курсдошлар, харбий хизматдошлар ва умуман дўстлар ўртасидаги алоқаларни қайта тиклашга қаратилди. Мазкур сайт ҳозирги кунгача фаолият юритмоқда. Бу ерда асосан АҚШ ва Канада фуқароларидан иборат 50 млн.дан зиёд фойдаланувчилар рўйхатдан ўтган. Эътироф этиш жоиз, сайт бугунга келиб Швеция, Германия, Австрия ҳамда Франция аҳолисига ҳам хизмат қилмоқда.

Мазкур тармоқ дастлабки фаолияти даврида алоҳида шахсий саҳифалар очилш ёки дўстларни тўллаш имкониятини бера олмаган. Бу жойда фақат таомлаган ўқув маскани билан бевосита боғланиш, у ерда таҳсил олганлар рўйхати билан танишиш мумкин бўлган, холос.

2004 йилда АҚШдаги Гарвард университетининг талабаси бўлган Марк Цукерберг “Facebook” порталини яратди. Ўша пайтда мазкур сайтдан фақат

мазкур олий ўқув юрти талабаларигина фойдалана олишарди. Кейинчалик бошқа университетлар, коллежлар талабалари ва оддий мактаб ўқувчилари ҳам “Facebook” имкониятларидан баҳраманд бўла бошладилар.

2008 йилда Цукерберг лойиҳаси дунёда мавжуд ижтимоий тармоқлар орасида биринчи ўринга чиқиб, ушбу йўналишдаги “MySpace”ни ортда қолдирди ва муаллиф дунёдаги энг ёш миллиардер макомини олди. Бугунги даврда 40 та тилда ўз хизматларини таклиф қилаётган “Facebook” кескин оммалашиб бормоқда.

2006 йилда америкалик дастурчи Джек Дорси “Twitter” лойиҳасини амалга оширди. Мазкур сайт янги авлод ижтимоий тармоқлари орасида юқори баҳоланади. Соҳа мутахассислари мазкур хизматни оддий блогхостинг сифатида таърифлашади. Аммо тармоқ билан ишлаш, мавжуд сервис шакли, хабарлар ёзиб қолдириш услуги одатдаги блоглардан фарқ қилади.

2008 йилда Мумбайда содир этилган теракт пайтида фуқароларга тезкор ахборот етказиш масаласида “Twitter” тарихда биринчи марта ижтимоий тармоқнинг OAVta яқинлигини исботлаб берди.

Россиядаги ижтимоий тармоқлар нисбатан кеч ривожланди. Лекин уларнинг тез орада оммалашиб кетганлигини кузатиш мумкин.

“В контакте” лойиҳасини петербурглик дастурчи Павел Дуров (хаммуаллиф – унинг акаси Николай) 2006 йилда ишлаб чиқди. Мазкур сайт кўп жиҳатдан жаҳонга машхур Facebook тармоғига ўхшайди. Аммо одатда бу фактни лойиҳа муаллифлари инкор этишади.

Бугунги кунда “В контакте” МДХ ҳудудидаги энг оммавий ижтимоий тармоқ даражасига кўтарилди. У фойдаланувчилар сонининг кўпчилиги бўйича дунёдаги 30 таликка қиради. Бундан ташқари “рунет” (Россия домени)даги энг йирик видео- ва аудиохостинг имкониятига эга бўлган порталдир.

“Classmates.com” сайтининг Россиядаги эгизаги сифатида 2006 йилда Альберт Попков муаллифлигидаги “Одноклассники” лойиҳаси пайдо бўлди.

<sup>78</sup> История возникновения социальных сетей. Кто был первым? // <http://vseke.ru/post/20447276>

Ушбу ижтимоий тармоқ фойдаланувчиларга асосан hozirги ва sobик синфдошлар билан aloqa ўрнатиш имкониятини берди.

Шулар каторида Хитойдаги “Weibo” микроблоглар хизмати ҳам кайд этиб ўтиш lozim. 2009 йилнинг 14 август куни “Sina Corp” компанияси томонидан ташкил этилган мазкур сервис тури Twitter ва Facebook нинг ўзига хос гибриди бўлиб, у мамлакатдаги энг оммабоп сайтлардан бири ҳисобланади. 2013 йилга бориб “Weibo” дан фойдаланувчилар сони 500 млн. га етган.<sup>79</sup>

Ўзбекистонда ҳам бир катор миллий ижтимоий тармоқлар шаклланмоқда. Улар каторига “sinfdosh.uz” ва “mulqot.uz” порталларини киритиш мумкин. Аммо олиб борилган кузатишлар шуни кўрсатадики, уларнинг фаолияти сустигича қолиб кетмоқда.

Умуман юқорида санаб ўтилган турли оммабоп ижтимоий тармоқларга хос умумий характер шундан иборатки, улардан биронтаси бундан ярим йил ўтгандан кейин ҳам бугунгидек машхур бўлиб қолаверадилар, деб айтиш мушкул. Асосий сабаб – бу каби сайтларни кўллаб-қувағловчи технологиялар кун сайин ўзгариб, янгиланиб бораётганилигидир.

Шу маънода “якин орада муваффақиятли янги лойиҳалар юзага келиб”, олдинги лидерларни бозордан сиқиб чиқариши эҳтимоли жуда катта.

Мажуд ижтимоий тармоқларни уларнинг турларига қараб қуйидагича гуруҳлаштириш мумкин:

- энг оммабоп ижтимоий тармоқлар (“Facebook”, “MySpace”, “Vkontakte” ва б.к.);
- реал вақт режимида интернет фойдаланувчилари ўртасида хабар алмашиш тармоқлари (“Skype”, “ICQ”, “MSN Messenger”, “Whats-App” ва б.к.);

- бир нечта фойдаланувчиларнинг ўзаро боғланиб, реал вақт режимида мулоқотга киришишларига хизмат қилувчи интернет-чатлар (сухбат майдончалари);

- қизиқарли ва долзарб мавзуларни олиб чиқиб, уларни шарҳлаш ва муҳоқима қилиш имкониятини берувчи интернет-форумлар;
- айрим фойдаланувчиларнинг (блоггерларнинг) шахсий онлайн-журналларини ташкил этувчи Веб-блоглар;

- ташриф буюрувчилар томонидан тўлдириб борилиши ва таҳрир қилиниши мумкин бўлган порталлар, яъни Вики-справочниклар (“Wikipedia”);

- шахсий видео материалларни бепул асосда жойлаштириб бориш имкониятини берувчи интернет-хостлар (“YouTube”).<sup>80</sup>

2014 йилнинг январь ойида олинган статистик маълумотларга кўра, ташкил этилганига 10 йил бўлган “Facebook” дунёда энг машхур ижтимоий тармоқ даражасига кўтарилган. Бу ерда рўйхатдан ўтганлар сони қарийб 1.5 млрд. кишига етган.

Ундан кейинги ўринларни эса “YouTube”, “Qzone”, “Weibo”, “Twitter”, “Google+”, “LinkedIn”, “В контакте” эгаллаган.

Эътиборли жиҳати шундаки, hozirги даврда Ўзбекистонда фаолият олиб бораётган катор OAV томонидан ана шу машхур ижтимоий тармоқлар имкониятларидан кенг фойдаланиш ишлари йўлга қўйилмоқда. Қайд этиш керак, мазкур йўналишдаги саъй-ҳаракатлар соҳадаги энг янги ва энг муҳим тенденциялардан ҳисобланади.

Мисол учун, Ўзбекистон Миллий ахборот агентлигида (uz.uz) “Facebook”, “Twitter”, “RSS” аудиториялари учун ҳам хабарлар бериб бормоқда. У шунингдек, уяли телефонлар учун мўлжалланган “мобил версия” дан унумли фойдаланмоқда. Яна бир муҳим жиҳати шундаки, айни пайтда ЎЗА томонидан дунё мамлакатларига Биришган Миллатлар Ташкилотининг расмий 7 та тилида (рус, инглиз, француз, немис, испан, араб, хитой) янгилликлар узатилмоқда.

<sup>80</sup> “Мнение специалистов о PR в социальных сетях” (2010) // www.pr-club.com/2010\_04/prlib/kaliniin\_pr\_ss.doc  
<sup>81</sup> Intl. Social Networking Statistics Source: Browser Media, Socialnomics, MacWorld. Research Date: July 9th. 2014 // http://www.statisticbrain.com/social-networking-statistics/

Айнан юкорида кайд этилган ижтимоий тармоқларда Ўзбекистон Республикаси ташки ишлар вазирлиги хузуридаги “Жаҳон” ахборот агентлиги (jahnnews.uz - рус, англиз, араб тиллари) ҳам фаолият олиб бормокда.

“UzReport” ахборот агентлиги таркагаётган хабарлар билан (uzreport.com - рус, англиз тиллари) “Facebook”, “Twitter”, “RSS” орқали бемалол танишиб бориш мумкин.

Ўзбек, англиз ва рус тилларида фаолият юритувчи “Uzbekistan today” газетасининг “Facebook”, “Twitter”, “Google plus”, “В контакте” каби катор оммабол тармоқларга уланганлиги алоҳида эътиборга молиқдир.

Айни маънода республикамиздаги даврий мағбуот нашрларидан бири “Даракчи” газетасининг “Facebook” ижтимоий плагинига эга эканлигини кайд этиб ўтиш зарур.

№	ОАВ	Веб-манзил	Уланган тармоқлар	Ижтимоий тармоқлар
1.	Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги - ЎЗА	uza.uz	facebook, twitter	
2.	“Жаҳон” ахборот агентлиги	jahnnews.uz	facebook, twitter, google plus	
3.	“UzReport” ахборот агентлиги	uzreport.uz	facebook, twitter	
4.	“Uzbekistan today” газетаси	ut.uz	facebook, twitter, google plus, в контакте	
5.	“Даракчи” газетаси	darakchi.uz	facebook	

2-жадвал. ОАВнинг ижтимоий тармоқлардан фойдаланиши.

Шу ўринда эътироф этиш жоизки, миллий ОАВ республикамизнинг ижобий имижини ижтимоий тармоқлар воситасида янада мустахкамлаш ишига салмоқли улуш қўшмоқдалар.

Таъкидлаш керак, Ўзбекистондаги даврий нашрлар ва умуман анъанавий ОАВдан ташқари ижтимоий тармоқларнинг бевосита ўзида ҳам жонажон Ватанимизни улуғловчи, унинг тарихи ва маданиятини севадига қишилари жамлаган ижтимоий гуруҳлар мавжудки, уларнинг ҳам жаҳон медиа маконида диёримиз обрўсини оширишга хизмат қилишлари шубҳасиз.

Бунга мисоллар талайгина. “Facebook” тармоғидаги 18561 кишини жамлаган “I love Uzbekistan” – “Мен Ўзбекистонни севаман”, 9494 нафар фойдаланувчига эга “I like Uzbekistan” – “Менга Ўзбекистон ёқади” ва 36 462 минг фойдаланувчини бирлаштирган “I love Tashkent” – “Мен Тошкентни севаман” ҳамда бошқа катор гуруҳларни санаб ўтиш мумкин<sup>82</sup>. Эътиборли жиҳати шундаки, мазкур гуруҳларга аъзо бўлганлар орасида хорижий мамлакатлар фуқаролари ҳам бор.

“I love Tashkent” гуруҳида эълон қилинган материаллар ва фото лавҳаларга эътибор қарагандан бўлсак, уларда асосан мамлакатимиз пойтахти имижини мустахкамловчи, уни улуғловчи мавзулар кўтарилганлигига гувоҳ буламиз. Мисол учун, 2014 йил 14 сентябрь кунги “Турфа кўринишдаги дўстона Тошкент” сарлавҳаси остида пойтахтдаги қайтадан реконструкция қилинган йирик тарихий масжидлар, черковлар сураглари келтирилган. Ушбу расмларда турли диний конфессияларнинг марказлари чиройли ракурда ифодаланган. Бу албатта ўз ўрнида мамлакатимизда виждон эркинлиги принципига “тўлиқ амал қилинаётганлигининг белгисидир.

Шунингдек, мазкур гуруҳ саҳифасида пойтахт аэропорти Марказий Осиёдаги энг йирик аэропорт эканлиги билан боғлиқ маълумот, Тошкентда ишланган машҳур кинофильмлар тўғрисида мақола, шахар тарихига оид

<sup>82</sup> Изох: ушбу статистик маълумотлар 2015 йил 10 март куни олинган.

расмлар, айна пайтда бу ерда ташкил этилаётган турли халқаро кўргазмалар ва шунга ўхшаш жуда кўп кизикарли материаллар ўрин олган.

“I love Uzbekistan” гуруҳи саҳифасида эса ватанимизнинг кўҳна ва замонавий шаҳарларини кўз-кўз қилувчи, халқимизнинг бетакрор маданияти, тўзал табиатимиз ҳақида маълумот берувчи фото лавҳалар ва мақолалар берилиб борилади. Мисол учун 2014 йил 26 декабрь куни ўзбек дўпписининг замонавий кўринишдаги янги дизайни намойиш қилинган. Бундай усул албатта ёшларимизни янада ватанпарвар бўлишга, ўз юртини севишга ва миллий анъаналарга хурмаг билан қарашга чорлайди. 2015 йилнинг 24 январь куни Термиз шаҳри, 17 февраль куни Бухородаги машҳур зиёратгоҳ жойлар ҳақида материаллар ва расмлар жойлаштирилган.

Демак, юқоридаги мисоллардан кўриниб турибдики, ижтимоий тармоқлардаги ушбу гуруҳлар мамлакатимиз обрўсини, унинг имижини оширишга бевосита хизмат қилмоқда.

Дарҳақиқат, дунёда ижтимоий тармоқларнинг салмоғи ортиб, фойдаланувчилар сони кун эмас, соат сайин ошиб бораётганлиги ҳеч кимга сир эмас. Айрим давлатларда улар таъқиқлаб қўйилган бўлса-да, айнан ушбу тармоқларга дунёнинг кўпчилиқ мамлакатларида асосий ахборот манбаи сифатида қараладиган бўлди. Бу инкор этиб бўлмайдиган факт.

Табиийки, юқорида санаб ўтилган жаҳонга машҳур ижтимоий тармоқларнинг имкониятларидан фойдаланиш мамлакат имижини ривожлантиришда яхши натижаларни бериши мумкин. Лекин, фикримизча, Ўзбекистондаги даврий босма нашрларнинг, тахририятлар раҳбарлари, олдий журналистларнинг ана шу тармоқларга шунчаки, ихтиёрий ёки янги “урф-одатга кўра” уланишини биров тартибга солиш вақти келди. Чунки улар айрим ҳолатларда текширилмаган хабарлар, янгиликларга муносабат билдириб, ўзлари ишлаб келаётган ОАВ нуфузига салбий таъсир кўрсатмоқдалар.

Хорижий экспертларнинг қайд этишларича, эндиликда анънавий ОАВ ҳамда умуман медиа компаниялар ижтимоий тармоқлардан самарали фойдаланишлари мумкин.

Айрим ахборот ташкилотлари ижтимоий тармоқларда иш олиб бориш учун махсус мухбир ёки муҳаррирларни ишга жалб қилишади. Аммо бу борада ўйланмай қилинган ишлар ёки шошқалоқлик оқибатда ОАВнинг обрўсига путур етмаслиги керак.

Жумладан, бу ҳақда Ҳиндистон Оммавий коммуникациялар институтининг (ИМС – Indian Institute of Mass Communications) профессори К.Шривастава ўзининг “Ижтимоий тармоқларни бизнес ва давлат бошқарувидаги ўрни” китобида алоҳида тўхтаган<sup>83</sup>.

Унга кўра муаллиф ушбу йўналишдаги ҳаракатларнинг барчаси тахририят томонидан ички қоидалар, кодекслар ёки тавсиялар билан қатъий белгилаб қўйилиши зарурлигини таъкидлаган. Чунки газета ва журналлар, ахборот агентликлари, телевидение ва радио муҳбирларининг ижтимоий тармоқлардаги фаолияти маълум бир тартиб доирасида бўлгани маъқул. Уларнинг ижтимоий тармоқда қолдирган “пост”, “коммент” (муносабат, шарҳ) лари ҳар доим ҳам тахририят сиёсати, унинг мақсад ва вазифаларига тўғри келавермайди. Бу эса яхши натижаларни олиб келмайди.

Ҳиндистонлик олимнинг фикрини инкор этмаган ҳолда, мазкур йўналишда Ғарбдаги етакчи ОАВ томонидан қўлга киритилган айрим тажрибаларни республикамиз шароитида ҳам жорий қилиш фойдадан холи бўлмасди.

Мисол учун, Ассошиэйтед Пресс (AP), Франс пресс (FP), Би-Би-Си (BBC) тахририятлари ўз ходимларининг ижтимоий тармоқлардаги фаолиятини аниқ қоидалар, кодекслар билан тартибга солиб қўйган.

2012 йилнинг июль ойда Ассошиэйтед Пресс ахборот агентлиги томонидан қабул қилинган “AP ходимлари учун ижтимоий тармоқлардан фойдаланиш қоидалари”да белгиланганидек, ушбу агентликда меҳнат

<sup>83</sup> Shrivastava K.M. Social media in business and governance. Sterling, New Delhi, India, 2013. – P. 153.

қилаётган ҳар қандай муҳбир ижтимоий тармоқларда фаол бўлиши мумкин. Лекин “у фундаментал кадриятларни хурмаг қилиши зарур. Айни пайда, айтайлик, хали охиригача аниқланмаган бирон-бир чигал хабарга доир шахсий муносабатини ёки фикрини тармоқ орқали билдира олмайди”<sup>84</sup>.

Қўлланманинг ушбу қисмида кўриб чиқилган оммавий коммуникация жараёнларида ижтимоий тармоқлар ва уларнинг мамлакат имижини шакллантиришдаги ўрни масаласи билан боғлиқ янги тенденциялар таҳлилидан қуйидаги хулосалар чиқарилди:

— ижтимоий тармоқларнинг мамлакат имижини шакллантиришдаги, яъни мустақил давлатимиз қўлга киритаётган ўрни тобора ортиб бормоқда;

— миллий ОАВ учун халқаро медиамаконга чиқиш бўйича энг самарали йўللардан бири ҳисобланган ижтимоий тармоқлар имкониятларидан фойдаланиш камровини янада ошириш керак;

— оммабоп ижтимоий тармоқларда жипслашаётган ватанпарварлик йўналишидиган гуруҳлар (“I love Uzbekistan”, “I love Tashkent” каби саҳифалар)ни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш, зарур ҳолатларда иқтисодий преференциялар бериш, уларни мамлакатимиздаги ёшлар, шунингдек, чет эл жамоатчилиги орасида кенг тарғиб қилиш лозим;

— ОАВ ходимларининг ижтимоий тармоқлардан фойдаланишлари учун муайян меъёрлар, тавсиялар ишлаб чиқишда хорижий ОАВ тажрибаларидан фойдаланиш ва уларнинг илғор жиҳатларини амалиётга тадбиқ этиш мақсадга мувофиқдир;

— галдаги вазифа — оммавий ахборот воситалари томонидан ижтимоий тармоқлар имкониятларидан оқилона ва самарали фойдаланишдан иборатдир.

<sup>84</sup> Шу манба.

Мамлакатнинг халқаро имижини яратишда журналистика: жанр, тил ва тасвир имкониятлари

Янги асрда глобал ахборот маконига интеграциялашув жараёнларида замонавий ахборот технологияларини янада кенгрок жорий этиш Ўзбекистоннинг асосий мақсадларидан бирига айланди. Шу боис республикада кабул қилинаётган қатор қонуний ҳужжатлар айнан ахборот муҳитини ривожлантиришга, мамлакатнинг халқаро ахборот ҳамжамиятига жадал қилиб боришига йўналтирилган.

Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2002 йил 30 май кунги эълон қилинган “Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш тўғрисида”ги Фармонидан келиб чиққан ҳолда ахборот ресурслари бозорини ривожлантириш, давлат бошқаруви, бизнес, соғлиқни сақлаш, фан ва таълим соҳаларида, шунингдек жамият ҳаётининг бошқа тармоқларида ахборот алмашувининг электрон шаклига ўтиш дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга оширишни ташкил қилиш каби масалаларга алоҳида эътибор қаратиладиган бўлди<sup>85</sup>.

Ушбу меъёрий ҳужжатни қабул қилишдан кўзланган асосий мақсад ахборотлаштиришнинг миллий тизимини шакллантириш, иқтисодий ва жамият ҳаётининг барча соҳаларида замонавий ахборот технологияларини, компьютер техникаси ва телекоммуникация воситаларини оммавий равишда жорий этиш ҳамда улардан фойдаланиш, фуқароларнинг ахборотга орғиб бораётган талаб-эҳтиёжларини янада тўлиқрок қондириш, жаҳон ахборот ҳамжамиятига кириш ҳамда жаҳон ахборот ресурсларидан баҳраманд бўлишни кенгайтириш учун қулай шарт-шароитларни яратишдан иборатдир.

<sup>85</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш тўғрисида”ги фармони 30.05.2002. // Халқ сўзи, 1 июнь 2002 й.

Масала шундаки, “янги ахборот мухити” да фаолият олиб бораётган оммавий ахборот воситалари услубий жиҳатдан қай даражада ўзгармоқда? Аниқроғи, улар томонидан мамлакат имижини яратишда жанр, тил ва тасвир имкониятларидан қандай фойдаланилмоқда?

Президент И.Каримов “Юксак маънавият – енгилмас куч” асарида бугунги кунда тилининг аҳамияти нақадар муҳимлиги ҳақида алоҳида фикр билдирган: “Истиклол йилларида ўзбек тилининг қўлланиш доираси амалда ниҳоятда кенгайганлиги, уни илмий асосда ривожлантиришга қаратилган тадқиқотлар, тилимизнинг ўзига хос хусусиятларига бағишланган илмий ва оммабоп китоблар, ўқув қўлланмалари, янги-янги луғатлар қўллаб чоп этилаётгани жамият тафаккурини юксалтиришга ўз хиссасини қўшмоқда.

Айниқса, давлат тилининг халқаро микёсда ҳам фаол мулоқот воситасига айланиб бораётгани эътиборлидир<sup>86</sup>, дея таъкидлайди давлатимиз раҳбари. Айни пайтда оммавий ахборот воситаларининг технологик жиҳатдан шиддат билан ўзгариши соҳага янгича услуб ва шаклларнинг кириб келишига асосий сабаб ва туртки бўлмоқда.

Таъкидлаш жоизки, ОАВ тили ва услубига оид муаммолар дунё тилшунослигида алоҳида ўрганилган бўлиб, бу борада олиб борилган илмий тадқиқотлар натижалари В.Г.Костомаров, Е.С.Кара-Мурза, С.А.Шульскис, Н.Ю.Ломикина, Ю.С.Степанов, В.З.Демьянков, И.М.Кобозева, Ю.Д.Артоманова, Е.С.Кубрякова ва бошқа тадқиқотчиларнинг ишлари атрофлича ёритилган. Ўтказилган тадқиқотларда замонавий оммавий ахборот воситаларида ижод қилаётган муҳбирлар каламининг услубий ўзига хослиги, жанр танлаш имкониятлари ва тасвир маҳораги масалалари таҳлил қилинган.

Айниқса сўнги пайтларда жаҳондаги етакчи тилшунос олимлар томонидан замонавий ОАВ табиатини чуқурроқ ўрганишда комплекс ёндашув – медиалингвистикага алоҳида эътибор қаратилмоқда, ушбу тармок фундаментал тарзда ривожлантирилмоқда. Россиялик тадқиқотчи Т.Г.

<sup>86</sup> Каримов И.А., Юксак маънавият – енгилмас куч. – Т.: “Маънавият”, 2008. – Б. 86.

Добросклонскаянинг фикрига кўра, “Медиамагнатларни яратиш ва тарқатиш усуллари уларнинг лисоний хусусиятлари, шунингдек, функционал-жанрли таснифлаш, фонологик, синтагматик ва стилистик хусусиятлар, талқин этиш хоссалари, маданий-хусусий белгилар, идеологик моделлилик, прагматик қимматига боғлиқ бўлмоқда”<sup>87</sup>.

Қайд этиш керак, ОАВ тили масаласи журналист ижоди соҳаси сифатида ҳам алоҳида ўрганилади. ОАВ матнлари, яъни медиамагнатларга аввало, жанр хусусиятлари нуктаи назаридан қаралади. Чунки жанр бирор ижодий масалани ечишда муайян материалнинг тузилиш шаклидир<sup>88</sup>.

ОАВ турининг жанр хусусиятларини ўрганиш ҳар қандай тарихий даврда ҳам долзарб ҳисобланган. Муайян жанрга бўлган эҳтиёж давр талаблари туфайли юзага келган. Маълумки, бугунги кунда медиа материаллар орасида, газета-журнал, радио-телевидение ёки интернетдаги ахборот портали бўладими, кичик хабарлар, янгиликларга жуда катта ўрин ажратилмоқда.

Ўзбекистонда тилшуносларимиз А.Бобоєва, П.Рустамов, А.Абдураимов, И.Тошалиев, Д.Сағдуллаев, Д.Тешабоева, И.Азимова, Ш.Абдураимова, Н.Қодиров ва бошқа катор тадқиқотчиларнинг<sup>89</sup> ишлари диққатга сазовордир. Ўзига хос жиҳати шундаки, олимларимиз ўз тадқиқотларида асосан газета (матбуот) тилига эътибор қаратишган.

Тадқиқотчи П.Қодировнинг таъкидлашича, ОАВ тилида “жонли сўзлашув тили билан мумтоз адабий тилимизнинг бадий нафис сўз

<sup>87</sup> Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиа текстов: Опыт исследования современной английской медиа речи. – М.: МАКС Пресс, 2000. – С. 32.

<sup>88</sup> Радиожурналистика: Учебник / Под ред. А.А. Шерей. – М.: Издательство Московского университета, 2000. – С.30.

<sup>89</sup> Қаранг: Абдураимов А. Газета жанрларининг тил хусусиятлари. Филол. фан. д-ри. дис. автореф. – Тошкент, 2005; Азимова И. Ўзбек тилидаги газета матнлари мазмуний перипетиясининг психоллингвистик таҳлили. Филол. фан. номз. дис. автореф. – Тошкент, 2008; Қодиров Н. Семантико-стилистический анализ в узбекском и русском языках в новейший период 1991-2001гг. (на материале газет и устной речи). Автор. дисс. кан. фил. наук. – Тошкент, 2001; Абдураимова Ш.К. Сўз ўзлаштириш назарияси ва ўзлаштирилмаларнинг вақтли матбуот тилида ўзгара бориши. Филол. фан. номз. дис. автореф. – Тошкент, 1995.

санъатини уйғунлаштириб, халқ оmmasи учун тушунарли умуммиллий адабий тил” пайдо бўлади, шаклланади ва ривожланади<sup>90</sup>.

Қўлланманинг ушбу қисмида олдимиизга қўйилган масалани ҳар томонлама, ҷурроқ ўрганиш мақсадида мамлакатимизда фаолият олиб бораётган иккита йirik OAVнинг расмий сайтларида (ut.uz, uza.uz) инглиз тилида тарақатилаётган баъзи мақолаларни филологик, ижодий нуқтаи назардан тахлил қилишга ҳаракат қилдик. Мухими, уларнинг ҳар иккаласи ҳам жаҳон аҳборот маконида Ўзбекистоннинг обрўсини, имижини кўтариш иши билан бевосита шуғулланиб келишмоқда. Шу сабабдан мазкур бўлимни ёзиш мобайнида танлаб олинган материаллар жанр, услуб, тил, тасвир ва ифода аспектида атрофлича тахлилга тортилди.

Жумладан “Uzbekistan today” газетасининг 2014 йил 25 ноябрь кунги саҳифасида “348га сайёҳлик агентлиги ва туристик компаниялари ташкил этилди” сарлавҳали хабар эълон қилинган<sup>91</sup>.

Унда Ўзбекистон тарихий жойлар сони бўйича дунёда етакчилардан бири ҳисобланиши ҳамда мамлакатимиздаги 140 та объект ЮНЕСКО рўйхатига киритилганлиги қайд этилади. Республикада 470 мотел, меҳмонхона ва дам олиш масканлари мавжудлиги, аynи пайтда 348га сайёҳлик агентлиги ва туристик компаниялари фаолият олиб бораётганлиги ҳақида маълумот берилади.

Агар ушбу материални хабар ёки янгилик жанрига киритадиган бўлсак, магнда ёрқин кўзга ташланадиган, айнан бугунги кунда содир бўлган воқеани топиш қийин. Шундай экан, фикримизча, бу “янгилик”ни 3 ой ёки 5 ойдан кейин ҳам бемалол берса бўлаверади. Энг ачинарлиси, шу сингари “ўлмайдиган”, “резинка янгиликлар” чет эллик ўқувчи эътиборини умуман торта олмаслиги аниқ.

Магнда ижодий ёндашув умуман кўринмайди, жанр аниқ эмас, тили ниҳоятда саёз. Услубий жиҳатдан замонавий газетхон учун зерикарли.

<sup>90</sup> Қодиров П. Тил ва эл. Шарқ юлдузи. – Тошкент, 2003. № 32.

<sup>91</sup> “348 Travel Agencies and Tourist Companies Get Created”. <http://ut.uz/en/tourism/348-travel-agencies-and-tourist-companies-get-created>

Асосан куруқ фактлардан иборат. Ваҳоланки, статистик маълумотларнинг керагидан ортиқча берилиши ҳам ғализликка киради.

Сайтнинг ўзбек тилидаги версиясида ушбу материалнинг сарлавҳаси “Мамлакатимизда 348 га сайёҳлик фирма ва компаниялари фаолият кўрсатмоқда” шаклида янада нўноқроқ таржима қилинган.

Ушбу газетанинг 6 март кунги саҳифасида “Бизнинг аёллар...” мақоласи берилган<sup>92</sup>. Биринчи навбатда материалнинг сарлавҳаси нафақат ўзбек ёки рус тилларида, балки инглиз тилида ҳам эскича ва сийқаси чиққан услубда эканлигини таъкидлаш керак.

“8 март – Халқаро хотин-қизлар кунини”га бағишланган ушбу мақолада баландпарвоз гаплар жуда кўп. Жумладан Мустақилликнинг илк йиллариданок Ўзбекистонда аёлларнинг ҳаётнинг турли жабҳаларида, хусусан, уларнинг сиёсий ва ижтимоий соҳалардаги фаоллиги оширилганлиги, хотин-қизларнинг таълим олиши, соғлигини мустаҳкамлаш, уларнинг руҳий ва интеллектуал салоҳиятини ошириш борасида талайгина ишлар амалга оширилганлиги айтилади. Буларнинг ҳаммаси тўғри ва мактанса арзийдиган ютуқларимиз эканлигига шубҳа йўқ. Лекин хорижий аудитория учун тайёрланадиган ахборотлар уларнинг диди ва талабига мос, бошқача айтганда, жаҳон стандартларига асосланган шаклда берилиши керак.

Ушбу материал жанр жиҳатидан тахлилий мақолага яқинроқ. Унда аёлларимизнинг “соғлом”, “таълим-тарбия олган”, “ўз мақсадига интилувчан”, “ишбилармон” ва “оқила” эканликлари таг сарлавҳалар билан алоҳида бўлиб-бўлиб берилган. Яъни уларнинг ушбу фазилаатлари керагидан ортиқча бўрттирилган.

“Uzbekistan today”нинг 2015 йил 10 март сониде “Хукумат Гулистон шаҳрининг Ривожлантириш Дастурини ривожлантирмоқчи” материали чоп

<sup>92</sup> “Our Women...”. <http://ut.uz/en/analysis/our-women...>

этилли<sup>93</sup>. Аввало, сарлавҳанинг ўзидаги ғализлик, яъни “ривожлантириш” сўзининг такрорланганлиги кўзга яққол ташланади. Демак, бу ерда услубий хатоликка йўл қўйилган.

Ушбу материалда Ўзбекистон Президентини И.Каримов томонидан 2015-2019 йилларда Гулистон шаҳрининг қурилиши, коммуникация ва ижтимоий инфраструктурасини ривожлантириш дастурини ишлаб чиқиш бўйича топшириқ берилганлиги баён қилинади. Бу йўналишда махсус ташкил қилинган комиссия уч ойлик муддат ичида ушбу дастур лойиҳасини тайёрлаб, тақдим этиши кераклиги қайд этилади. Булардан ташқари, Сирдарё вилоятидаги суғориш тизимига ҳам алоҳида эътибор қаратилиши лозимлиги айтилади.

Маъжур материал, мазмун жиҳатидан кўпроқ ички аудиторияга мўлжалланган бўлиши мумкин. Хорижлик ўқувчида минтакага тегишли бўлган, бу каби режадаги лойиҳавий ишлар қизиқиш уйғотмайди.

Яна бир муаммоли жиҳати шундаки, ушбу газета материаллари, хусусан хабарларнинг аксариятида муаллифлар номи келтирилмайди. Улар бошқа жойдан олинган бўлса манба кўрсатилмайди. Бу эса ўқувчида маълум маънода ишончсизлик уйғотиши табиий. Иккинчи томондан манба кўрсатилмаслиги муаллифлик тўғрисида қонун ва оддий журналистик этика қоидаларига ҳам зиддир.

Олиб борилган кузатишлар шунини кўрсатадики, Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги – ЎЗА саҳифасида инглиз тилида берилган материалларда ҳам айрим стилистик камчиликлар мавжуд. Уларда, афсуски, XX асрнинг 70-80-йилларидаги услуб сакланиб қолганлигига гувоҳ бўлиш мумкин.

Инглиз тилининг грамматик хусусиятлари деярли бузилмаган бўлса ҳам, мақолалар хозирги замон журналистикасининг ифодалаш, тасвирлаш техникаси талабларига тўғри келмайди. Замонавий инглиз тилининг “камрок

сўз ишлатиб, кўпроқ маъно бериш” каби янги тенденциялари эътибордан четда қолмоқда. Умуман олганда, фикримизча, хорижга ахборот узатувчи миллий ОАВда дунё ахборот маконида қабул қилинган янги стилистик қоидаларга деярли риоя қилинмапти.

Яна мисолларга мурожаат этадиган бўлсак, 2015 йил 25 февраль кунини эълон қилинган мақола “Яна бир муҳим поғона” деб номланган<sup>94</sup>. Кўрнниб турибдики, бу каби маъхум сарлавҳа бутунги кун ўқувчисини умуман қизиқтира олмайди.

Ҳасанов муаллифлигида тайёрланган ушбу мақолада Самарқанд автомобил заводидида йигирма мингинчи ISUZU NPR82 русумли автоулов ишлаб чиқарилганлиги хақида хабар берилади. Тўғри, бу янгилик оламшумул аҳамиятга эга бўлиши, хорижий ўқувчи эътиборини бевоқифа жалб этиши мумкин. Лекин бу ерда, фикримизча, журналист маҳорати етишмаган. Олиб чиқилаётган мавзу саъз ёритилган, жумлалар ғализ, фактлар эскича услубда келтирилган.

ЎзАнинг яна бир материалига эътибор қаратамиз. 2015 йил 25 февралда “Иқтисодиёт” рунки остида эълон қилинган хабарга “Халқаро кўрғазма очилди” деб сарлавҳа қўйилган<sup>95</sup>.

Ушбу агентлик муҳбири Б.Абидов ёзган хабарда таъкидланишича, Тошкентдаги “Ўзэкспомарказ” павильонида “UzBuild-2015”, “Мебе|Ехро Uzbekistan-2015”, “Aqua-Therm Tashkent-2015” номли қатор халқаро кўрғазмалар иш бошлаган.

Муаллиф одатдаги мақола қолипидан чиқа олмаган, яъни ташкилотчилар, тегишли вазирликлар номини санаб ўтиш, тадбир иштирокчилари, меҳмонлар ва қутилаётган натижалар тўғрисида маълумот бериш билан чегараланган, услубий камчиликлар талайгина. Бундай мақоланинг нафақат хорижлик ўқувчи, балки Ўзбекистондаги муштарий учун ҳам аҳамиятли бўлиши қийин.

<sup>94</sup> “Another Important Milestone”. <https://globe.com/uz/milestone>

<sup>95</sup> “International Exhibitions Open”. <http://a.uz/en/business/international-exhibitions-open-25-02-2015>

Унинг давомидан яна шу рунда “Байрамолди кўрғазмалари очилди” деб номланган хабар берилган<sup>96</sup>. Қизиғи шундаки, бирин-кетин эълон қилинган материаллар деярли бир хил номланган. Ҳар иккаласида ҳам “кўрғазма” ва “очилди” сўзлари такрорланади. Журналист С.Шоева Наврўз байрами олдидан пойтахт бозорларида деҳқончилик маҳсулотлари кўрғазмалари ташкил этилганлиги ҳақида хабар беради.

Мақоланинг бошланишиданок ҳатоликка йўл қўйилган. Ўзбек тилидаги “халқимиз барчанинг севимли байрами – Наврўзни кутиб олишга тайёргарлик кўрмоқда” жумласи инглиз тилига борича, тўғридан-тўғри таржима қилинган – “Our nation prepares to meet everyone's favourite holiday – Navruz”. Ваҳоланки, чет эллик ўқувчига бизнинг халқимиз, бизнинг диёримиз, кенг далаларимиз, серкўёш Ваганимиз каби муқаддас ибораларни тушунтириш мушкул. Шу сабабдан, бундай ҳолатларда воқеалар учинчи шахс номидан талқин қилингани маъқул. Шу ўринда “халқимиз” ўрнига “Ўзбек халқи” деб ишлатилса мақсадга мувофиқ бўлар эди. Демак, тил нуқтаи назардан бу ерда нафақат муҳбир, балки таржимон маҳорати талаб этилади.

Юқоридаги мисоллардан кўриниб турибдики, замонавий медиа матнларнинг тили ва услуги масаласини жиддий кўриб чиқиш, уларни ҳар томонлама ўрганиш давр талабига айланмоқда. Чунки улар анъанавий филологик қондалардан ташқари бугунги медиа муҳитда айрим янги технологик тенденцияларни, хусусан визуал унсурларни ҳам ўзига жалб этмоқда.

Украиналик тадқиқотчи А.Саенконинг кайд этишича, босма матн ёки жамоатчилик билан алоқаларга доир жанрлар интернет тизимига келиб тушганда конвергенция жараёнига учраши эндиликда табиий ҳолатга айланди. Бошқача айтганда, улар рақамли шаклга айланиб, анъанавий характери тубдан ўзгарди.

Одатдаги босма матн гипермедиа муҳитида қуйидаги хусусиятларни ўзига қўшиб олади:

1. PR матнлар гипер матн шаклига ўтади;
  2. Электрон PR матнларнинг паралингвистик хусусиятлари юзга чиқади;
  3. Электрон PR матнлар мультимедиа характерини орттириб олади<sup>97</sup>.
- Шу ўринда таъкидлаш жоизки, паралингвистика – тилшуносликда лисоний ахборот тарқибидидаги новербал, яъни нолисоний воситаларни ўрганувчи алоҳида бир бўлим ҳисобланади. Фанда унинг уч хили мавжуд бўлиб, булар: фонцион, кинетик ва график турлардан иборатдир.

Олдинги даврларда ёзма матнлардаги нолисоний компонентларга асосан график воситалар киритилган бўлса, бугунги кунга келиб электрон матнлар вужудга келиши натижасида паралингвистик унсурлардан самарали фойдаланила бошланди. Булар энди фақат графика билан чегараланмасдан, аудио ҳамда видео материалларни ҳам ўзида мужассамлаштирмоқда. Шунингдек, уларнинг тарқибига:

1. Иконик (яъни график) воситалар: расмлар, фотосуратлар, жадвал, формула, белгилар;
2. Аудио воситалар (кўшик, аудионутк);
3. Графика, овоз ва динамика интеграциясида вуждга келган замонавий мультимедиа воситаларини ҳам бемалол киритиш мумкин<sup>98</sup>.

Шу ўринда кайд этиб ўтиш ўринлики, мамлакат ташқи имижини ОАВ орқали шакллантиришда, хусусан, ахборий матнлар ва аудиовизуал материалларни моҳирона тақдим этиш жараёнида паралингвистика ўта муҳим аҳамият касб этади. Чунки электрон ахборотлар замонавий ўқувчилар онига тезроқ таъсир ўтказиш кучига эгадир.

Россиялик олима А.Гусякова ахборот узатишда босма ва электрон ОАВ ўртасидаги тафовутларни 3 хил кўринишга бўлади. Булар:

<sup>97</sup> Саенко А.Н. Электронная конвергенция электронных PR-текстов. Вісник ХНУ. 2009. № 848.  
<sup>98</sup> Компанцева Л.Ф. Специфика норм и языка в Интернет-дискурсе. // эл.ресурс: [technology.ru/public/uzus/html/](http://technology.ru/public/uzus/html/)

1. Ахборот узатишнинг экстралингвистик параметрлари орасидаги фарқ;

2. Босма ҳамда электрон медиаматнлар ўртасидаги фарқ;

3. Медиаматнларнинг умумий мавзуларидаги фарқ.<sup>99</sup>

Булардан ташқари медиатузилманинг фаол иштирокчиси бўлган телевиденига ҳам алоҳида эътибор қаратилмоқда. Россиялик машҳур телебошловчи В.Познер оммавий ахборот воситалари орасида телеканалларнинг аҳамиятини юқори баҳолайди. Унинг фикрига кўра, бугунги жамятда телевидение ва кино жамоатчилиқнинг борлиқ ҳақидаги тасавурига жуда катта таъсир кўрсатади.<sup>100</sup>

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон телерадиокомпаниясининг рақамли телеканаллари сонини ошириш, улардан тўлиқ форматда фойдаланиш тўғрисида”ги қарорига мувофиқ юртимизнинг бой тарихий ва маънавий меъросини асраб-авайлаш ва мустаҳкамлаш, уни дунё мамлакатларига тарғиб қилиш мақсадида 2012 йил 31 декабрдан янги “Madaniyat va ta’rifat” ҳамда “Dunyo bo’ylab” телеканаллари эфирга узатила бошланди.

Қарорга кўра, “Madaniyat va ta’rifat” канали трансляциянинг турли замонавий интерфаол шакллари ва усуллари, рақамли ва мультимедияли технологиялар имкониятларидан фойдаланган ҳолда мамлакат аҳолиси ҳамда хорижий ҳамжамятга Ўзбекистон Республикасининг маданий ва илмий ҳаётида бўлаётган муҳим воқеалар тўғрисида хар томонлама хабардор қилади. Шунингдек, юртимиз мусика, театр ва тасвирий санъатининг бетақрор намуналарини намойиш этиб, миллий адабиёт ва санъатимизнинг машҳур ароблари ҳаёти ва ижоди тўғрисида телекўрсатувлар тайёрлайди.

“Dunyo bo’ylab” телеканали эса, бутун жаҳон жамоатчилиги ва мамлакат аҳолисини Ўзбекистоннинг ўзига хос сайёҳлик имкониятлари, юртимизда маърифий ва экологик туризмнинг ривожланганлик даражаси

билан атрафлича таништиради. Ўзбекистон ҳақида юқсак баддий ва илмий-оммабоп ҳамда маърифий кўрсатувлар тайёрлаб, уларни ўз эфиридан ташқари бевосита хорижий телеканалларга ҳам тарқатади.

Кўлланманинг ушбу фаслида таҳлил этилаётган масала мавзусидан келиб чиқиб, телеканалларимиздаги техник имкониятлар ва ижодий жараён билан боғлиқ айрим жиҳатларга эътибор қаратамиз.

“Тележурналистга тавсиялар”<sup>101</sup> номли рисолада қайд этилишича, давлат тадбирлари, миллий байрамлар, тантаналар, халқаро спорт мусобақаларини тавсирга олишни ташкиллаштириш, уларни эфирга узатиш ўта масъулиятли вазифадир. Бу каби тадбирларни эфирга узатиш жараёнида, аксарият ҳолатларда, юздан ортик ижодий жамоа меҳнат қилади. Булар репортёрлар, малакали муҳаррирлар, режиссёрлар, телеоператорлар, муҳандис-техник ходимлар, пардозчилар, овоз ёзувчилар, чирок усталаридан иборат бўлади.

Ҳозирги даврда Наврўз, Мустақиллик куни каби муҳим байрам тантаналари сунғий йўлдош ва интернет каналлари орқали бутун дунё мамлакатларига кенг намойиш этилади. Муҳими, Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси мазкур лойиҳалар орқали халқимиз маданияти ва санъати билан дунё жамоатчилигини яқиндан таништирмоқда.

Умуман мамлакат ташқи имижини шакллантириш ёки анъанавий PR, яъни оммавий алоқалар тўғрисида сўз юритилганда, назарий жиҳатдан, унинг кўпқирралиги ҳақида ҳам тўхталиб ўтиш керак. Бу маънода телевидение ижодкорларининг тасвир маҳорати масаласи алоҳида ўрин эгаллайди. Масалан, Америка тарихида бўлиб ўтган президентлиқка сайлов жараёнида Ж.Кеннеди ва Р.Никсон ўртасидаги дебат мутахассисларнинг алоҳида кизиқишларига сабаб бўлганлиги маълум. Бу дебатни телевидение орқали кўрган томошабинлар кўпроқ Кеннедига хайрихоҳлик билдирганлар. Чунки ёши каттароқ ва биров хаяжондан пешонасини тер босган Никсон қаршида унинг рақибни анча навқирон ва дадил кўринган. Бироқ, бу дебатни радио

<sup>99</sup> Гусликова А.В. Типологические характеристики способов передачи Информации в печатных и электронных СМИ XXI века // Вестник ЧГПУ. 2011. №8.

<sup>100</sup> Познер В. Прошание с иллюзиями. – М.: Астрель, 2012. – 480. – С. 229.

оркали эшитганлар аксинча, Никсоннинг далилли, манткий сўзлари, аклига тан бериб, уни Кеннедидан устун билганлар. Натижа эса телевидение ва радио аудиториясининг микдори билан белгиланган. Табиийки, телевидениени кўпрок киши кўргани боис ҳам Кеннеди тарафдорлари салмоқли қисмини ташкил этиб, унинг сайовда қўли балинд келган.

Мазкур мисолни далил қилган ҳолда, бугун сиёсатда қўлланиладиган бир қатор PR технологиялар ичида имиж яратиш технологиялари, айниқса сезиларли аҳамият касб этаётганини таъкидлаш ўринлидир. Негаки, улар ёрдамида жамоатчилик фикрига таъсир этиш, самарали бошқариш ва сиёсий рақобатда муваффақият қозониш имкониятлари мавжуд.

Айни даврда дунё сиёсий, иқтисодий, ижтимоий, маданий кадриятлар соҳасида глобаллашув томон юз бураётган бир пайтда ҳар бир давлат ўзининг миллий манфаатларини таъминлашга, ўз негизларидан узоклашиб кетмаслик, жаҳон саҳнасидаги бошқа қудратли объектлар таъсирига тушиб қолмасликка интилмоқда. Чунки глобаллашувнинг илмий-техник тараққиёт билан бирга кечаётгани, ҳам давлат даражасида, ҳам шахс даражасида ташқи дунё билан алоқаларнинг кенгайиб бориши мамлакатнинг ахборот инфратузилмасига нисбатан регионал ва глобал таҳдидларнинг орғиб боришига сабаб бўлмоқда<sup>102</sup>.

Глобаллашган ахборот майдонида рухий-информацион таъсир воситаларини тўлиқ чеклаш ёки назорат қилиш имконсиздир. Демократик бошқарув, фикрлар хилма-хиллиги бунга йўл қўймайди. Шу сабаб тарқатилаётган ҳар бир ахборот қайта-қайта текширилган бўлиши керак. Афсуски, мавжуд реаллик бу саробни амалга оширишга йўл қўймайди.

Шундай экан, фикрмиғизча, муаммонинг бошқа ечимларини излаган маъқул. Яъни:

**Биринчидан**, ташқи таҳдид кучларига нисбатан муносабатни шакллантириш.

**Иккинчидан**, фуқароларнинг ахборотни қабул қилиш бўйича билими ва таҳлил қилиш маҳоратини ошириб бориш лозим. Токи уларнинг ўзи оқни қорадан ажратиб олиш имкониятига эга бўлсин. Бунда, сўзсиз, медиатаълимга жиддий эътибор қаратиш керак бўлади (Б.А).

**Учинчидан**, ахборот оқимида жамият ва давлат манфаатларига мос бўлган ахборотни одамлар тезроқ қабул қиладиган ва ишонадиган даражага олиб чиқиш. Агар бу вазифа етарли даражада амалга оширилса, салбий ахборотнинг ижтимоий онгга таъсири кескин пасаяди.

**Тўртинчидан**, мамлакат фуқароларининг миллий ОАВга ишончини ошириш. Чунки, ахборот хавфсизлигини таъминлашнинг энг муҳим шартлари жамиятда ахборот тақчиллигини бартараф этиш масаласи билан боғлиқ. Агар аҳоли маҳаллий ОАВга ишонмаса, уларни асосий ахборот манбаи сифатида қабул қилмаса, бошқа манбаларни излаши табиий.

**Бешинчидан**, ахборот бошқаруви ва технологиялари соҳасини малакали, айниқса ихтисослашган кадрлар билан таъминлаш.

Шундай қилиб оммавий алоқалар ва имижнинг тарқибий хусусиятлари ҳақиқатан ҳам турлича кўринишда намоён бўлади.

Назарий жиҳатдан олиб қаралганда имиж, аввало коммуникация маҳсулидир. Демак, мамлакатнинг ташқи имижини шакллантиришда оммавий ахборот воситаларининг жуда катта ўрни бор. Чунки, газета ва журналлар, радио ва телеканаллар, шунингдек, ОАВ сифатида фаолият юригаётган веб-сайтлар ахборот маконининг энг фаол иштирокчилари ҳисобланади.

Хўш, бугунги ахборотлашган даврда улар мавжуд услубий ва методологик имкониятлардан қай даражада фойдаланадилар? Бу жараёнда тил, жанр ва таъсирнинг қандай аҳамияти бор? Шу маънода ҳозирги ўзбек миллий журналистикаси амалиётида “электрон ва босма оммавий ахборот воситалари” ифодаси кенг қўлланилмоқда. Аммо шу ўринда “оммавий мулоқот” (mass communication) ёки “оммавий медиа” (mass media) атамасидан ҳам унумли фойдаланиш мумкин. Муҳими, уларнинг барчаси

<sup>102</sup> Қосимова Н. на бошқалар. Босма оммавий ахборот воситалари таҳририятлари учун қўлланма. Т.: 2008. 102

мамлакат медиа-имижини яратишда янада фаолроқ иштирок этишлари лозим.

“Оммавий мулоқот тили” ифодаси адабий тилнинг қўлланишидаги ўзига хосликни, аъъанавий истилоҳ билан айтганда публицистик услубнинг тавсифий сифатларини назарда тутати<sup>103</sup>. Оммавий мулоқотни амалга ошириш, у орқали мамлакат имижини яратиш жараёни журналистдан юқори савия ва профессионал маҳоратни талаб этади. Мухбир электрон ёки босма ОАВда меҳнат қилишидан қатъий назар, у аввало ижодий фаолият субъекти ҳисобланади. Хусусан матбуотда матн билан ишлаш, аудиовизуал соҳада эса нутқ маҳорати муҳим ўрин тутати. Экспертлар таъкидлаганидек, журналистикада адабий тил нормаларидан аниқ мақсадда фойдаланилади. Чунки ҳар қандай ахборотдан қўзланган мақсад, ижтимоий онгни шакллантириш, жамият фикрини ўзгартириш ва йўналтириш, қолаверса, мамлакат ёки маълум бир ҳудуд имижини яхшилаш, обрўсини кўтаришдан иборатдир. Унинг гоъвий ва мафкуравий қудрати ҳам ана шунда.

Айни пайтда тилнинг функционал услублари ҳақида сўз кетар экан тил воситасини ижтимоий фаолият соҳасида маълум аъъаналар ва қоидалар асосида ишлатиш жоиз.

Оммавий мулоқот услуби бетақрор илдишларга эгадир. Ахборий матнни тайёрлашнинг ўзига хос услублари мавжудки, улар ўз навбатида турли шакл ва жанрларга бўйсунди. Мухбир маълум бир мавзуга доир фактларни ўзига маъқул услубда ифода этиш жараёнида жанрларнинг техник ва технологик унсурларини ишга солади.

Шуни алоҳида қайд этиб керакки, бугунги ўзбек журналистикаси жаҳон ахборот макони архитектоникасига таркибий бўлим сифатида кириб борар экан, ахборотнинг замонавий жанрлари ва шаклларидан фойдаланишни жорий этиш масаласи давр талабидир (Б.А). Яъни бунда ахборот матнига ортиқча безак бериш, сўзларни керагидан ортиқча ишлатиш

тавсия этилмайди. Чунончи дунё ахборот майдонида пайдо бўлаётган замонавий жанрларнинг барчаси қисқаликка ва тезқорликка йўналтирилмокда.

Ҳар бир жанрнинг вазифаси ва имкониятларини англаш ҳамда уларга ижодий ёндашиш оммавий мулоқот самарадорлигини таъминлашга, мулоқот усулларини такомиллаштириб боришга хизмат қилади<sup>104</sup>. Жанрдан ўз ўрнида фойдалана билиш маҳорати тарқатилаётган ахборотнинг муваффақиятини белгилайди. Шу мавнода мамлакат имижига тааллуқли ахборотлар жанрини танлашда эҳтиёткор бўлиш жоиз. Эскича ёки аморф (ўлик) усулларни бир чеккага суриб қўйиш керак. Бу замонавий журналист маҳоратига қўйиладиган талабнинг асосини ташкил қилади.

Яна бир муҳим масала. Аъъанавий жанрларга менсимай қараш, бир матннинг ўзида турлича усулларни аралаштириб ишлатиш ҳам яхши натижа бермайди. Шунингдек, тил қонунларини бузиш ёки уларни инкор этиш ҳам ўқувчини бездириб қўйиши мумкин.

Ўзбекистон миллий телерадиокомпаниясининг сунъий йўлдош ва интернет орқали узатилаётган дастурлари, шунингдек, “ЎЗА”, “Жаҳон” ва “Туркистон-пресс” ахборот агентликлари расмий саҳифалари орқали тарқатилаётган сисёий, иқтисодий, ижтимоий ва маданий мавзуларга оид ахборотлар ўзининг бетақрор жанрий хусусиятларига эгадир. Уларда аъъанавий услублар билан бирга бугунги ахборот асрига мос шакллардан ҳам самарали фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Мамлакатнинг халқаро имижини яратишда журналистиканинг жанр, тил ва тасвир имкониятлари масаласи тахлили қуйидаги хулоса ҳамда тақлифларни илгари суриш имкониятини беради:

– Муस्ताқиллик даврида Ўзбекистоннинг халқаро муносабатлари шаклланди, у тенг ҳуқуқли суверен давлат сифатида жаҳон майдонида дадил кириб келди;

<sup>103</sup> Тошпаев И., Абдулсатторов Р. Оммавий ахборотнинг тили ва услуби. Ўқув қўлланма. – Тошкент: Zar qalam, 2006. – Б. 64.

— айти даврда мамлакатда сўз эркинлигининг қарор топиши, интернетнинг кишилар ҳаётидан кўпроқ жой эгаллаши, турли ахборот манбаларининг кўлайиши баробарида ахборотлашган жамият пайдо бўлди. Шундай экан, хабарларни ҳар томонлама сифатли тайёрлаш, узатиш, жаҳон медиа маконида Ўзбекистон билан боғлиқ ахборот оқимини бошқариш, уларни максалли йўналтириб бориш, сўзсиз, жанр, тил ҳамда тасвирдан қандай устамонлик билан фойдаланишимизга беvosита боғлиқ ходисадир;

— бу эса ўз навбатида мамлакат обрўсининг янада ошишига хизмат қилади. Натигада республиканинг иқтисодий юксалиши учун янги имкониятлар эшиги очилади, қолаверса, кенг қўламли хорижий инвестициялар билан боғлиқ қўшимча лойиҳалар пайдо бўлади;

— хорижий тилларда ахборот узагаётган ҳар бир миллий ОАВ материалларини тил, жанр ва услуб жиҳатидан қайтадан кўриб чиқиш, таҳлил қилиш лозим. Шу тилларда сўзлашувчи муҳаррирлар хизматидан мунтазам равишда (уларни шартнома асосидан ишга олиш) фойдаланиш яхши самара беради;

— телевидение ва радио дастурларда ҳам хорижий тилларда берилётган ахборот дастурларини тубдан янгилаш, уларни жаҳон стандартлари даражасига олиб чиқиш лозим;

— мухбирлар, бошловчилар орасида хорижий мутахассисларнинг бўлиши, нафақат тил ва услуб жиҳатдан ҳағоларнинг олдини олади, балки ана шу узатилаётган хабарларнинг ишончлилигини бир неча бор оширади.

Ёш мустақил субъектлар медиа-имижини яратишда холислик талаблари ва мезёрлари. Давлатнинг халқаро имижини ривожлантиришда журналистнинг профессионал этикаси нормалари

Жаҳон геосиёсий харитасида пайдо бўлган янги мустақил давлатлар, хусусан Ўзбекистон медиа-имижининг яратилиши ва шаклланиши ҳақида сўз борар экан, холислик мезонлари жиддий муаммолардан эканлиги кўзга ташланади. Бу бежиз эмас. Зеро, ҳар қандай давлатга, хусусан, ҳали жаҳон ҳамжамиятига тўла-тўқис кўшилиб улгурмаган, ўзининг ички ва ташқи сиёсатида барқарорликка тўлиқ эришмаган ёш мустақил давлатга муносабатлар турлича бўлиши табиий ҳол. Бунинг сабаби кўп албатта. Аслида эса ҳар қандай муносабат манфаатдан бошланади, муносабтнинг нечоғли холислиги, биринчи навбатда, мағбуотда яққол намоён бўлади.

Айниқса, Ғарб давлатлари томонидан тарқатилаётган айрим ахборотлар оқимида холислик принциплариға риоя қилинмаётганлиғига гувоҳ бўлмоқдамиз. Вазият шундай экан, айти даврда жавобини кутаётган баъзи бир муҳим ва долзарб саволларға ушбу фаслда агрофличча жавоб излашға ҳаракат қиламиз.

Табиий савол туғилади: назарий жиҳатдан ОАВда холислик тушунчаси нималардан иборат? Ахборот глобаллашуви жараёнида миллий, геосиёсий манфаатлардан келиб чиққан ҳолда ахборот холислигини қандай талқин қилмоқ керак? Хусусан, давлат имижини яратиш, сақлаш ва шакллантириш билан холислик мувозанати, уйғунлиғига эришиш учун нималарға эътибор қаратиш лозим? Бунда ОАВ қандай роль ўйнайди?

Объективлик (ингл. - objectivity), яъни холислик — умуман журналистиканинг, қолаверса, ҳар қандай ОАВ вакили фаолиятининг асосий тамойилларидан ҳисобланади. Бунда нафақат илмий холислик, балки

(жами 10та): “Вокаларни объектив (яъни холисона – Б.А.) ёритиш – журналистнинг бурчидир” деб кўрсатилган. Ушбу тамойил, ўйлаймизки, жаҳон медиа маконида фаолият юритувчи ва мустақил субъектлар медиа-имижини яратишга қаратилган мақолалар эълон қилувчи ҳар қандай ОАВга ҳам бевосита тааллуқлидир.

Халқаро журналистикада геосийёсий масалалар бўйича эксперт Д.Муитов қайд этганидек, “ҳар қандай мустақил давлат ташки сўёсаг юргизар экан, албатта, у ўз миллий манфаатларини кўзлайди”<sup>108</sup> ва бунга шак-шубҳа йўқ. Ҳақиқатан ҳам ҳозирги даврда “геосийёсий жараёнларнинг глобаллашувида ахборот омили муҳимдир. Бунда минтакаларда геосийёсий рақобатнинг кучайиши ҳамда ахборот таҳдидларининг ўзига хослиги, ташки сийёсатнинг ахборот таъминоти – давлатнинг стратегик мақсади ҳисоблаңиши керак”, дейди Д.Муитов.

Аммо, гувоҳи бўлаётганимиздек, “бугунги ташки сийёсий тарғиботнинг умумий тамойилларидан фойдаланишнинг самараси паст”<sup>109</sup> лирича қолмоқда.

Д.Муитовнинг фикрига кўра, ҳозирги “ахборот хуружлари даврида манбаларнинг ҳаққонийлиги масаласи жиддийлашади”.

Ўйлаймизки, нафақат манбаларни танлашда, балки ҳар қандай қатта-кичик маълумот, факт ва рақамлардан фойдаланишда журналист ҳаққонийлик принциpidан чекинишга ҳаққи йўқ. Зеро, ҳаққонийлик ҳолистикнинг илдизи, ўзақ томири ҳисобланади. Бирок жиддий ва ўта нузик муаммо худди шу ўринда журналист олдида, оммавий ахборот воситаси олдида кўндаланг бўлади: ахборот холислиги тамойилига риоя қилиш билан миллий манфаатлар ўртасида уйғунлик ва мувозанатни сақлаш осон кечмайди.

Қасбга фидойилик, тўғрилиқ, тенглик, бурч каби тушунчаларга асосланган касбий этика бугунги кунда қатта ва кенг камровли йўналишга

“фактларнинг ҳис-ҳаяжонларсиз ва фикрлардан холи ёритилиши”<sup>105</sup> эътиборга олинади.

Россиялик колумнист А.Архангельскийнинг фикрига кўра, “матбуот объективлиги” бир-биридан принципиал тарзда фарқ қилувчи субъектив фикрлар мажмуи; турли хил журналлар, газеталар ва телеканалларнинг мавжудлиги<sup>106</sup> билан изоҳланади. Баҳсли мавзунинг биртомонлама ёритилиши демократик эмас, балки тоталитар журналистиканинг белгиси ҳисобланади<sup>107</sup>.

Ҳолислиқ ҳақидаги ушбу ва бошқа назарий тамойилларга таянган ҳолда, мамлақат имижининг ОАВда шаклланиши жараёнида холислиқ талаблари масаласини ўрганиш мақсадида тегишли манбаларга мурожаат қилинди. Жумладан, хорижий газета ва журналлар, телевидение ва радио каналларда мустақил Ўзбекистонга оид берилган қатор материаллар бевосита таҳлил этилди (бу борада мазкур фасл давомида аниқ мисоллар келтирилади - Б.А.).

Маълумки, ҳар қандай журналист ахборотнинг тўғрилиги, холислиги, ҳаққонийлиги учун белгиланган тартибда жавобгар ҳисобланади. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 15-боби оммавий ахборот воситаларига бағишланган. Мазкур бобдаги 67-моддада “ОАВ эркиндир ва қонунга мувофиқ ишлайди. Улар ахборотнинг тўғрилиги учун белгиланган тартибда жавобгардирлар. Цензурага йўл қўйилмайди”, дейилган.

Журналистик фаолиятни дунё миқёсида тартибга солувчи асосий меъёрий ҳужжат бу – 1980 йилда қабул қилинган “Оммавий ахборот воситаларининг тинчлик, халқлар ўртасида ўзаро (англашув) тушиниш, инсон ҳуқуқлари ривожланиши ва апартеидга, расизимга, урушга қарши курашни мустаҳкамлашга қўшадиган ҳиссаси тамойиллари” ҳақидаги ЮНЕСКО Декларациясидир. Мазкур ҳужжатнинг Иккинчи тамойилида

<sup>105</sup> Журналистская этика - Этика Журналиста // Каталог статей - журналист аму <http://journalisti.dian.su/publ/7-1-0-3>

<sup>106</sup> Андрей Архангельский: Дея мифа о журналистике // <http://vz.ru/columns/2008/4/7/157655.html>

<sup>107</sup> Арсент Х. Истоки тоталитаризма. Х. Арсент; Пер. с англ. / Под ред. М.С. Ковалевой, Д.М. Носова. М.– ЦентрКом, 1996. – С. 672.

<sup>108</sup> Муитов Д. Геосийёсет ва журналистика. – Тошкент: “Turon-Iqbol”, 2014. – Б. 152.

<sup>109</sup> Шу манба. – Б. 151.

айланмоқда. Касбий профессионализм ҳамда этика бирлашмоқда ва у янги илм сифатида баҳоланмоқда. Шундай экан, хозирги кунда касб ва этика тушунчаларини алохида-алохида тасаввур этиб бўлмайди. Улар бир-бири билан узвий боғлиқ ҳолатда ўзини намоён этмоқда.

Журналист жамият ва омма, халқ ва давлат билан, қолаверса, мамлакат ва дунё билан асосий кўприк, воситачи вазифасини бажарар экан, унинг ўз фаолият соҳасини мукаммал билиши ҳамда ана шу соҳанинг устаси, тарғиботчиси бўла олиши муҳимдир. Зеро, ахборот етказувчи бўлиш ниҳоятда мураккаб, айна пайда масъулиятли касб ҳисобланади. Шу сабабдан профессионал маҳорат ва этика масалалари ҳар доим ёнма-ён туради.

ОАВ вакиллари профессионал ахлоқининг ўзига хос хусусиятлари кўп. Лекин профессионал этикага оид кўрсатмалар, нормалар ҳамisha, хатто инсоннинг индивидлик давридан бошлаб, кишилик жамиятида фаолият юритишига кўника хосил қилиши учун муҳим роль ўйнаб келган.

Шу ўринда айрим назарий деталларга эътибор қаратамиз. “Ахлоқ” сўзининг луғавий маъноси араб тилида кишининг табиати, хулқи маъносини беради. Биз ахлоқ сўзини кўпинча “этика” сўзи билан аралаштириб ишлатамиз (“Этика нормалари” каби – Б.А.). Ушбу сўз грек тилидан олинган бўлиб “ethos” хулқ-атвор маъносини беради<sup>110</sup>.

Демак, кўриниб турибдики, Ғарб ва Шарқ мамлакатарида пайдо бўлган иккита сўзла битта маъно, ягона моҳият мужассамлашган. Бу эса ахлоқий нормалар, категориялар кишилик жамиятини қадимдан қизиктириб келганлигидан далолат беради.

Кўпинча ахлоқий меъёрлар инсоннинг маданиятига, тарбиясига, қолаверса агроф-мухитга муносабатига кўра белгиланади. Булар:

- муомала маданияти;
- тарбия;

- миллий урф-одаглар, кадриятлар;
- билим-савия;
- бошқа динлар ва урф-одагларни тушуниш, хурмат қилиш;
- ирсий келиб чиқиш.

Булардан ташқари инсоннинг зиёли шахс эканлигини белгилловчи ташқи ва ички мезонлар ҳам мавжудки, биз одатда қуйидагиларни биринчи ўринга кўямиз.

#### Ташқи:

- Инсоннинг ташқи кўриниши;
- Муомала маданияти;
- Маълум ҳаётий жараёнда ўзини туга билиши ва ҳк.

#### Ички:

- Дунёқараш;
- Тафаккури;
- Ксб-қори;
- Бошқа одамларга муносабати ва ҳк.

Шуни унутмаслигимиз керакки, ахлоқ нормаларига амал қилиш асосан ихтиёрий хусусиятга эга (Айникса, бугунгидек оммавий маданият ва глобаллашув даврида – Б.А.).

Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Бош Ассамблеяси томонидан 1948 йил 10 декабрь куни қабул қилинган Инсон Хуқуқларини Ҳимоя қилиш Умумжаҳон Декларациясининг 19-моддасида “Ҳар бир инсон фикр ва сўз эркинлиги хуқуқига эга, бу хуқуқ четдан аралашувсиз ўз фикрига эга бўлиш эркинлиги, маълумот излаш, тўплаш, уларни ҳар қандай чегарадан қатъий назар истаган мабуот воситаси орқали тарқатиш эркинлигини ўз ичига олади.” Худди шундай мазмун Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 29-моддасида ҳам келтирилади.

Аслида фикр ва сўз эркинлигини қонун билан ҳимоя этишга зарурият нималарда кўринади? Ҳар бир инсон ўзининг фикр айтиш ва фикр ўрганиш

<sup>110</sup> Алимов Б. Халқаро амжида оширишда профессионал этика нормаларининг ўрни ва роли// “Ўзбекистон матбуоти”. 2014 йил, 2-сонлар.

хуқуқига эгаллиги нима учун халқаро ва миллий ҳужжатларда қайд этиб қўйилган?

Чунки инсон боласи туғилганиданок эътиқод ва фикр айтиш ҳуқуқига эгадир. М.Шайхзода таърифи билан айтганда: “*Қилиш тугилмайди бонда тож билан, тугиллар эркликка эҳтиёж билан*”. Бу ҳуқуқнинг қонун ҳужжатлари билан ҳимояланганлиги эса шахснинг эътиқоди ва яшаш жойи, миллиати, турмуш тарзи ва х.к.лардан ташқари ҳар қандай мамлакат ва унинг фуқаролари тўғрисида ўз фикрини очик айта олиш имкониятини яратди.

Ана шу ҳуқуқларнинг сувистеъмолад қилинмаслиги учун ҳам улар давлат ҳужжатларига киритилган. Инсоннинг шаъни, кадр-қимматини ерга урмаслик, ҳақорат қилмаслик ва бошқа ҳуқуқбузарликларнинг олдини олиш чора-тадбирлари қонунлар билан расмийлаштириб қўйилган.

Бундай ҳуқуқ эркинлигининг бузилиши ҳолларини инсон эркинликлари топталган тарихий даврларда ёки бугунги кунда айрим мамлакатларда содир бўлаётган ижтимоий-сиёсий қонунбузарликлар натижасида кўришимиз мумкин. Собик совет тузумида ҳам инсоннинг фикр эркинлиги, сўз эркинлиги, эътиқод эркинлиги узок йиллар давомида топталгани ва миллиатлар ўз ҳуқуқларини ҳимоя қилиш имкониятидан бебаҳра бўлганликлари тарихдан маълум.

Демак, бугунги кунда демократик жамият қуриш йўлида юксалаётган Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 1-моддасида мамлакатимиздаги тузум демократик республика эканлиги қайд этилган бўлса, 2-моддасида “Давлат халқ иродасини ифода этиб, унинг манфаатларига хизмат қилади. Давлат органлари ва мансабдор шахслар жамият ва фуқаролар олдида масъулдирлар” деб қайд этилгани бежиз эмас. Журналистика соҳаси эса давлатни бошқараётган мансабдор шахслар давлат қонунлари халқ манфаатларига қай даражада хизмат қилиши устидан жамоатчилик назоратини ўрнатади.

Маълумки, ОАВнинг эркин фаолият юритиши мамлакатда демократик жамият ҳуқумрон эканлигини кўрсатади. Ўзбекистон Республикаси

Конституциясининг 15-боби оммавий ахборот воситаларига бағишланган. Мазкур бобдаги 67-моддада “*ОАВ эркиндир ва қонунга мувофиқ ишлайди.*

*Улар ахборотнинг тўғрилиги учун белгиланган тартибда масъабдардирлар. Цензурага йўл қўйилмайди*”, дейилган.

ОАВ фаолиятини ташкил этувчи шахс, шу жумладан журналист жамоатчилик фикрини бевосита ўрганиши, зарур ахборотни олиши, тўплаши, қайта ишлаши мумкин. Бунда муҳбир тегишли қонун ҳужжатларини пухта билиши, воқеъликни холис акс эттириши, жамоатчиликка ҳодисани аниқ ва ҳаққоний етказиши, профессионал этика меъёрларига риоя этиши муҳимдир.

Нимани очик айтиш ва нимани ошқор этмасликни билмаган журналист кўп ҳолларда этник низоларни қучайтириб юбориши ёки сўнаётган оловни ялангалатиб юбориши мумкин. Мана шундай ҳолларда жамиятга ҳақиқатни ошқор этиш зарурми ёки йўқми, деган масаласи кўндаланг туради. Бунда ҳам журналистиканинг ҳуқуқий ва ахлоқий асосларидан келиб чиқилса масалага янча ойдинлик киритилиши мумкин.

Айтайлик, маълум бир мамлакатда кечаётган ижтимоий-сиёсий ўзгаришларни жамоатчиликка етказаятган журналист қайси бир маънода сиёсий қуч ҳам ҳисобланади. Унинг талқинида ёритилаётган воқеа жамоатчилик томонида қабул қилинар экан, ўша воқеа тепасида бўлмаган кишилар журналистнинг ахбороти орқали маълум тушунчага эга бўладилар, унга ишонадилар. Агар журналист сиёсий масалалар, кўрсатмалардан келиб чиқиб ахборот етказса, унда юқорида қайд этилганидек жамиятда этник можаролар, ўзаро тушунмовчиликлар вужудга келади.

Мана шу ҳолатда журналистнинг шахсий маданияти, ахлоқи биринчи ўринга чиқади. Айрим ўринларда журналист ўз мамлақати манфаатларидан воз кечиб бошқа бир халқнинг тақдирини кўпроқ ўйлаши мумкин. Тарихда бунга мисоллар бисёр: 20 йилдан ортик давом этган совуқ урушни ёки АҚШнинг Вьетнамга қилган тажовузини қоралаб чиққан америкалик журналистар фаолиятини кўпчилик яхши эсласа керак.

Хуллас, ҳар қандай ОАВ вакили давлат билан халқ ўртасидаги воситачи экан унинг нафақат ахборотни қабул қилиш ва жамоатчиликка етказиш маҳорати, балки мухбирнинг билими, тафаккури, маданияти ва дунёқарашининг кенглиги ҳам муҳим аҳамият касб этади.

Умуман олганда профессионал этика ҳар қандай касб эгасининг ўзини тутиши, одоб-ахлоқ меъёрларига риоя қилиши, қолаверса ушбу шахста, унинг касбига эҳтиёж сезган жамият олдидаги бурчини ҳис эга олишини таъминлашда ёрдам беради.

Шундай қилиб, “касбий одоб-ахлоқ спецификасини ўрганувчи илм бу касбий этикадир”<sup>111</sup>. Ҳар бир касб эгаси зиёли ёки оддий ишчи бўлишидан қатъий назар, ўзининг касбий этика меъёрларини яхши билиши ва чуқурроқ ўрганиши лозим.

Рус олими Г.В.Лазутина касб этикасининг ўзига хосликлари тўғрисида фикр юритар экан, у касбий ахлоқ хусусиятларини уч қатламдан иборат бўлган эҳром, яъни пирамидага қиёс қилади:

- биринчи қаватда – касбий бурч, масъулият, виждон, ор-номус, гурур каби тушунчалар жойлашади;
- иккинчи қаватда – касбий этика принциплари;
- учинчи қаватда – шахсий касб этикаси меъёрлари туради<sup>112</sup>.

Шундан келиб чиқиб айтиш мумкинки, инсонлар билан доимий мулоқотда бўлувчи ҳар қандай касб эгаси юқорида санаб ўтилган тушунчаларни билмоғи, қолаверса, касбий этика меъёрларига қатъий риоя қилмоғи лозим. Педагог, психолог, шифокор, судья, журналист – бир сўз билан айтганда халқ билан, омма билан иш юригувчи касб эгалари халқаро, умумий ахлоқ меъёрларига риоя қилишлари керак бўлади<sup>113</sup>.

Афсуски, хорижий ОАВ вакиллари ўз ижодий фаолияти даврида Ўзбекистон мавзусини ёритишда ҳар доим ҳам касб этикаси меъёрларига

амал қилвермасликларини яхши биламиз. Бўхтон ахборотлар тарқатиш, ноҳолис ёки текширилмаган маълумотларни рост ўрнида ишлатиш ҳолатлари кам эмас. Ўз манфаати йўлида ёш мамлакатнинг ташқи обрўсига путур етказиш, унинг муваффақиятларини кўролмаслик худбинлик эмасми?

Бу борада атоқли адиб Абдулла Қодирий шундай деган эди: “Ўзбек бўлмагач, ҳар қандай мутахассиснинг ҳам афсона кўчасига кириши аниқ”<sup>114</sup>. Ушбу йўналишда бугунги ўзбек олимлари салмоқли тадқиқотлар олиб боришмоқда. Айниқса, анъанавий ОАВнинг замонавий ахборот технологиялари билан конвергенция жараёни журналист ахлоқи масаласини янада кўндаланг қўя бошлади.

Филология фанлари доктори, публицист Хуршид Дўстмуҳаммад мухбирлар этикасини уларнинг касб маҳорати билан боғлайди: “Анъанавий журналистикада бўлгани каби интернет журналистикасида ҳам журналист мавқеи ва салоҳиятини ахборот “денгизи”дан керакли ва холис ахборотни саралаб олиш маҳорати белгилайди”<sup>115</sup>. У мазкур фикрнинг исботи сифатида айтилиши мумкин “Ўзбекистон матбуоти” журнали ва “Маърифат” газетаси таҳриратларининг ўз ОАВ ташкилоти микёсида амал қиладиган касбий ахлоқ қондаларига эга эканлигини қайд этади. Шунингдек, муаллиф, Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди томонидан муомалага киритилган “Босма ахборот воситалари ва ахборот агентликлари журналистларининг ахлоқ-одоб кодекси”, Ўзбекистон миллий матбуот маркази Самарқанд вилояти бўлими томонидан яратилган “Журналистларнинг ахлоқ кодекси” ҳамда “Босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликлари хартияси” каби ҳужжатларни республикамызда бу борада амалга оширилган ишларнинг дебочаси эканлигини қайд этади.

<sup>114</sup> Қодирий А. Қичик асарлар. - Т.: Ғ. Ғулом нашрияти, 1969.

<sup>115</sup> Дўстмуҳаммад Х.Н. Журналистнинг касб одоби муаммолари. -Т.: Янги аср авлоди, 2007. - Б. 71.

Х. Дўстмухаммаднинг фикрига кўра, бугунги ахборот асрида журналист этикаси масаласи хар қачонгидан ҳам муҳимроқдир: "Интернетда айтилган фикр четгара билмайди, бу ўзига хосликнинг хавотирли жойи шундаки, дейлик, Республикамиз худудида юз берган бирор воқеа-ходиса борасидаги интернет "ижодкорлари"нинг қарашларини дунёнинг олис бир бурчагида яшаётган, яъни воқеликдан узоқдаги кишилар ҳам ўқишади. Шахсий-субъектив ижодни ўқиган олисдагилар қарашларига қанчалик қалқаш, қалғитувчи таъсир кўрсатишини тахмин қилиш қийин эмас, албатта"<sup>116</sup>.

"Қобуснома"да шундай сўзларни ўқиш мумкин: "Тилингни яхши хунари била ўргатгил ва мулойим сўздин бошқа нарсани одат қилмагил. Нединким, тилга хар нечук сўзни ўргатсанг, шунга айтур, сўзни ўз жойида ишлатгил, аммо ноўрин ишлатилса, гарчанд у хар нечук яхши сўз бўлса ҳам ёмон, нобоп эшитилур. Шунинг учун беҳуда сўзламагилки, фойдасиздур..."<sup>117</sup>.

XI асрда яратилган "Қобуснома"нинг саҳифаларида келтирилган ушбу сўзлар, бизнинг давримизда, XXI асрда ҳам ўз аҳамиятини йўқотмаган. Бевосита журналистика соҳасига ҳам тааллуқли бўлган бу фикрлар мавжуд касбий ахлоқ меъёрларининг инсон тарбияси, унинг маданияти ва илмига тўғридан-тўғри боғлиқлигини кўрсатади.

Францияда 1789 йил 29 август куни қабул қилинган "Инсон ва фуқаро ҳуқуқлари декларацияси"нинг 11-моддасида шундай сўзлар бор: "Эркин тарзда фикр ва мулоҳазалар алмашиш энг эъзоз этилган инсон ҳуқуқларидан биридир. Бунинг маъноси шундан иборатки, хар бир киши ўз истаган фикрини изҳор қилиши мумкин, албатта бу эркинлик қонун томонидан ҳақоратли деб топилмаган ҳолда".

Таъкидлаш зарурки, дастлаб журналист этикаси алоҳида тамойил ва меъёрлар билан мустақкамланмаган ва бу билан боғлиқ алоҳида кодекс ишлаб чиқилмаган эди. Маълумки, 1921 йилда журналистик ташкилотларнинг Гополулудаги (Гавай) йиғилишида америкалик Жеймс

Браун томонидан "Журналист ахлоқ қоидалари"ни қабул қилиш таклифи киритилди. Аммо Браун ишлаб чиққан қоидалар муомалага киритилмади. Бирок унинг таклифи асосида Швеция, Бразилия, Финляндия каби мамлакатларда махсус журналистик фаолиятдаги дастлабки меъёрлар ишлаб чиқилди. Шундай қилиб, 1923 йилда АКШда газеталар муҳаррирлари томонидан "Журналистика қонунлари" номли тарихий ҳужжат тайёрланди ва бир овоздан маъқулланди. У ҳозирга қадар журналистлар фаолиятида умумий ахлоқий меъёрлар сифатида хизмат қилмоқда.

Ваҳоланки, ушбу ҳужжагга ўтган аср бошидаги эркин матбуот концепцияси таъсири сезилиб турарди. Ушбу концепциянинг умумий демократик йўналишлари кейинчалик илк замонавий журналистиканинг пайдо бўлишига асос бўлиб хизмат қилган. Мазкур ҳужжатда олиий мақсад қилиб, энг аввало, сўз эркинлиги ва инсонларнинг ахборот олиш ҳуқуқи қўйилган. Унда "Ҳақиқатни хар вақт, ҳатто бу фактлар сенга, иккинчи, учинчи томон ва ҳоказоларга ёқмаса ҳам ёзишга мажбурсан. Бирок шу билан бирга хар бир цаҳс ғурури, ор-номусини хурмат қил, виждонга қарши чиқма ва ҳеч қимдан пора олма. Йўл қўйилган ҳагаларни хар бир демократик институтни хурмат ва умуминсоний ахлоқ меъёрларига риоя қил"<sup>118</sup>, дея таъриф берилган.

Бундан ташқари 1983 йилда дастлаб Прага шаҳрида, сўнгра Парижда ўтказилган халқаро ва маҳаллий журналистик ташкилотларнинг консулстватив учрашувларида "Журналистларнинг халқаро этика принциплари" қабул қилинди. Ундаги ўзига хосликлар кейинчалик кўпгина мамлакатлар журналистлари учун, шу жумладан германиялик ОАВ вакиллари учун ҳам фундаментал этика принциплари бўлиб хизмат қилди.

Шу ўринда жаҳон журналистикасида холислик категорияси мустақкам қучга эга эканлигини алоҳида таъкидлаб ўтишимиз жоиз. 1983 йил 20 ноябрь куни Парижда профессионал журналистларнинг халқаро ва минтақавий ташкилотлари аъзолари томонидан қабул қилинган "Журналистларнинг

<sup>116</sup> Шу маъба. 75-б.

<sup>117</sup> Қайковус. Қобуснома. - Т.: Ўқитувчи, 2011. - Б. 38.

халқаро этика принциплари'нинг иккинчи тамойида журналистнинг объектив реалликка содиқлиги, яъни воқеа-ҳодисаларни ёритишда холислик принципини бузмаслиги кераклиги катъиян белгилаб қўйилган. Демак, хозирги даврда ҳам халқаро медиа маконда ўзини профессионал мухбир деб билдирган хар қандай шахс холислик категориясига бўйсунishi шарт.

Финляндиялик олим Ларс Браун турли мамлакатларда қабул қилинган 59 та журналистика кодексларини тахлил қилади ва уларда энг кўп учрайдиган принципларни поғоналарга алоҳида даражалаб чиқади. Биринчи ўринга ҳаққоний ва аниқ ахборотни тарқатиш талабини қўяди. Унинг таъкидлашича, бундай модда тахлил қилинган кодексларнинг 59 тасидан 53 тасида мавжуд.

Агар Журналистика фанининг ривожини Ўзбекистонда 1949 йилдан, яъни Ўрта Осиё Давлат Унниверситетининг филология факультети қошида очилган журналистика бўлимининг очилиши билан боғлайдиган бўлсак, журналистнинг ҳуқуқий ва касбий ахлоқи масалалари юзасидан бу даврда мафкура устунлик қилган ва синфийлик принциплари бадий ижоднинг барча тури, шунингдек публицистикага ҳам бевосита ўз таъсирини ўтказганлигини инкор этиб бўлмайди.

Маълумки, 19-асрнинг охириларидан бошлаб Туркистон худудида журналистиканинг илк кўринишлари намён бўла бошлади. Яъни, "Туркестанские ведомости", "Туркистон вилоятининг газети" каби расмий газеталарда мақолалар билан иштирок этган маҳаллий зиёилар бугунги журналистиканинг пойдеворини қўйганлар. Кейинги даврда Бехбудий, Абдулла Авлоний, Мунавварқори Абдурашидхонов, Хожи Муин, Фитрат, Зиё Саид, Чўпон каби жадидларнинг 1920-30 йилларга қадар ижодий фаолиятида миллий тафаккур, воқеъликка холис ёндашиш, кишиларни камситмаслик тамойиллари устунлик қилган.

Бу зиёилар агарда шўро ҳокимиятининг зуғуми билан сиёсий майдондан йўқотиб юборилмаганида барча соҳалар каби журналистикада ҳам юксакликка эришилган ва у жаҳоннинг етакчи мамлакатлари ижтимоий

ва гуманитар фанларига рақобатчи бўлиши мумкин эди. Зеро, мамлакатдаги барча етакчи кучлар катагонга учрагач, шўро ҳокимияти маҳаллий мағбуот вакилларини, шу жумладан ёзувчи шоирларни фақат ва фақат сиёсатни тарғиб этишга, эски турмушни ёмонлашга, синфий душманларга қарши курашишга чақирди. Натижанда инсоний ахлоқ ва одоб тушунчаларига муносабат ҳам ўз-ўзидан ўзгарди. Шунга кўра мағбуотда ижтимоий воқеъликка фақат сиёсий мафкура нуқтаи назаридан, партиявийлик принципларини тарғиб этган ҳолда ёндашила бошланди.

70 йил мобайнида журналист ва ижодкорнинг касбий ахлоқи масалаларига амал қилинмади. Вақтли мағбуотда чоп этилган мақолаларда, хусусан фельетонларда ким ўзарга инсон шахси камситилди. 1990 йилларга келиб, Ўзбекистон мустақилликка эришиш арафасида эътиқод софлиги, ахлоқий нормалар масаласи яна кун тартибига чиқди.

Лекин халқ манфаатини ёқлаш никоби остида аҳолининг кўнглига ғулгула солган, ногўрри ахборотлар тарқатган нодавлат, халқаро радиостанцияларнинг фаолияти ҳам бир қатор журналистларнинг ўз касбий ахлоқий нормаларига амал қилмаганликларини кўрсатди. Уларнинг аксарияти турли ноқонуний йўللар билан ахборот тўплаш ва уни асосланмаган тарзда кенг жамоатчиликка тақдим этиш йўлини туддилар.

Айни пайтда сариқ (кўнгилочар) мағбуотда фаолият юритаётган айрим ходимлар ҳам ахлоқий одоб мезонларини бузаётганларини кўриб турибмиз. Ғарб журналистикасининг тажрибасини кўр-кўрона ўзлаштириб, миллий менталитетимизга хос бўлмаган оилавий ёки шахсий масалаларни титқилаш ва уни ростми-ёлғонлигини текширмасдан тарқатиш йўллари урф бўлаётганлиги ачинарли ҳолдир.

Ғарб журналистикаси учун муҳим бўлган омил — бу қандай қилиб бўлса ҳам шов-шувли маълумотни биринчи бўлиб оммага етқазish. Гўёки халқ манфаатларини ўйлайдигандек бўлиб кўринадиган бундай журналистларнинг аксарияти моддий бойлик тўплаш умидида бўладилар.

Бирок, хозирги даврдан фаркли тарзда ўтган асрнинг 50-60 йилларидаги ғарб журналистикаси асосан сиёсий масалаларни ёритишга ҳаёрат қилар эди. Америка, Япония, Франция, Германия, Испания каби мамлакатларда журналистлар халқ манфаати учун ҳаётдан кўз юмган ҳолатлар жуда кўп бўлган. Ўзбекистонда ҳам сиёсий масалаларни бағавсил ёритишга интилиш, ортиқча шов-шувли материалларга ўчлик ўтган асрнинг 80-йиллари охири, 90-йиллар бошида жуда кучайиб кетган эди.

Бугунги даврда глобал ахборий қарама-қаршилиқлар ҳамда ғоявий-сиёсий технологияларнинг таъсири боис мамлакатимиз журналистлари олдига қатор янги талаб ва вазифалар қўйилмоқда:

Биринчидан, ОАВ вакиллари ўзларининг профессионал малакасини доимий ошириб боришлари керак.

Иккинчидан, тез суръатлар билан ўзгараётган глобал медиа маконда журналистлар нафақат ахборот тарқатувчи, балки ахборот истеъмолчиси сифатида ҳам хорижий журналистлар тарқатаётган ахборотлардан бохабар бўлган ҳолда уларни мустақил тарзда таҳлил этиб боришлари лозим.

Учинчидан, журналистлар ўз фаолияти давомида қатор қонуниятларга, жумладан, миллий ва халқаро меъёрий ҳужжатларга, касбий этика нормаларига, миллий тамойилларга амал қилишлари зарур.

Тўртинчидан, уларнинг бир вақтнинг ўзида ҳам универсал, ҳам ихтисослашган журналист бўлишлари кераклигини замоннинг ўзи талаб қилмоқда.

Бешинчидан, журналистларимиз хорижий ОАВ орқали тарқатилаётган мафкуравий тазйиклар, ахборий таҳдидларга қарши курашувчи, тезкорлик билан жавоб қайтарувчи, керакли ўринда химояда турувчи шахс сифатида камол топишлари керак.

Олтинчидан, мухбирлар, ахборий таҳдидларга қарши нафақат курашувчи, балки химоячи сифатида ҳам халқнинг химояланиши учун маълум вазифаларни, жумладан халқда мафкуравий иммунитетни ҳосил қилиш вазифасини удалайдиган бўлишлари керак.

Умуман касб ахлоқи ва унинг меъёрларига таяниб иш қўрувчи журналист доимо ўқувчилар орасида хурматга бўлади. Табиийки, барча ОАВ вакиллари аввало инсон манфаатларига хизмат қилади. Содир бўлаётган воқеа-ҳодисаларнинг асл моҳиятини кўрсатиб беришда журналистдан холислик, аниқлик ва ҳаққонийлик тамойиллари талаб этилади. Шунинг учун ҳам холислик, аниқлик, ишонччилик касбий этика кодексларида устивор йўналиш этиб белгиланган.

Бугунга келиб, журналист этикаси янгидан-янги қарашлар, фикрлар билан тўлдириб борилмоқда. Бирок, барибир, журналист касб этикасининг асосий тушунчалари: виждон, бурч, холислик, аниқлик қабиларни ўз ичига олади. Инсоният яралибдики, ҳакни, ҳақиқатни билишга интилиб яшайди. У доимо ўз атрофида рўй бераётган воқеа-ҳодисаларнинг туб моҳиятига етиш, уларнинг келиб чиқиш сабабларини билишга интилади.

Қундалик фаолияти бевосита ахборот йиғиш ва тарқатиш билан боғлиқ бўлган журналистларнинг энг биринчи вазифаси ҳам жамиятга айнан ҳаққоний, ҳаёт ҳақиқатига мос ахборотни тарқатиш ҳисобланади. Д.С.Аврамовнинг таъкидлашича, “касбий кодексларда мазкур талаблар турли вазиятларда аниқлаштирилади”<sup>19</sup>. Биз журналист касбий ахлоқий принциплари деганда нафақат мазкур абсолют талаблар, балки турли хусусий вазиятлардан келиб чиқиб, журналистнинг касбий ахлоққа мос тушишига йўналтирувчи меъёрларни ҳам тушунамиз. Бунда журналистнинг маълум бир вазиятларда ахлоқий йўл тутишига асос бўлувчи бир қатор меъёрлар ишлаб чиқилган ва олимлар томонидан турлича қарашлар илгари сурилган.

Сўнги йилларда миллий журналистикамиз эркин фикр айтиш йўлида анча жонланганлиги мутахассислар томонидан эътироф этилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Иккинчи чакirik IX сессиясида “Ахборот эркинлиги принциплари ва қафолатлари тўғрисида”ги Қонун муҳокамаси чоғида давлатимиз раҳбари И.Каримов мамлакатимизда цензура амалда бекор қилинган, матбуотнинг масбулияти янада ортиши

<sup>19</sup> Аврамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М.: 1992. – С. 37.

масаласига алохида эътибор қаратади. Ўз даврида ушбу масала нечоғлик асосли қўйилганини бугун ҳаёт кўрсатмоқда.

Халқаро сиёсий йиғилишларда мамлакатимиз раҳбарияти томонидан бугун аҳборот асри муаммолари билан боғлиқ муҳим фикрлар билдирилади. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.Каримов “кўз ўнгимизда замонавий дунёнинг геосийёсий, иқтисодий ва ижтимоий, ахборот-коммуникация қиёфасида фундаментал ўзгаришлар ясайдиган чуқур жараёнлар рўй бермоқда” деган фикрида (Москва шаҳри, 2003 й., 29 май. Шанхай Ҳамкорлик Ташкилоти саммитида) бугунги кундаги тобора ўз қиёфасини глобал микёсда ўзгартириб бораётган ва инсониятнинг тинч хотиржам ҳаёт кечиршига тўққинлик қилаётган масалалар камраб олинган.

Маълумотларга қараганда глобаллашув атамаси биринчи марта 1983 йили америкалик олим Т. Левиттнинг “Гарвард бизнес ревью” журналида чоп этилган мақоласида тилга олинган. Муаллиф турли трансмилий корпорациялар ишлаб чиқарадиган турли-туман маҳсулот бозорларининг бирлашув жараёнини шундай атаган.

Ҳар бир соҳа вақиллари бу атамани ўз ҳолича ўз соҳасига мослаган ҳолда қўллаб келмоқда. Бевосита ахлоқшунослик нуктаи назаридан оладиган бўлсак, глобаллашув атамасига мувофиқ XXI асрда дунёда ягона ахлоқ, этика нормалари қарор топиши башораг қилинмоқда<sup>120</sup>.

Глобаллашув жараёнини белгилаб берувчи асосий омиллар сифатида қуйидагилар эътироф этилади:

- XX асрнинг иккинчи ярмида ядро курулининг ишлаб чиқилганлиги, техниканинг ривожланиши.
- Коммунистик ғоянинг асоссиз эканлигининг исботланиши ва либерал-демократик кадриятларнинг галабаси.
- Глобаллашув жараёнининг асосий субъекти ва ҳаракатлантирувчи кучи – иқтисодий жиҳатдан юксак тараққий этган мамлакатлар, шунингдек улар ҳудудида жойлашган

трансмилий корпорациялар ва молиявий марказлар шаклланиши;

- Юксак тараққий этган мамлакатларнинг ривожланаётган давлатларга ёрдам бериш никоби остида ўз ғояси, мафкураси ва яшаш тарзини тарғиб этишга уриниши ва ҳк.

Умуман олганда жамиятнинг ахборатлашуви бундан кейин ҳам маданиятларнинг қоршувчи жараёнини тезлаштириб бораверади. Элитар, миллий ва оммавий маданиятлар қаторида ахборот маданиятининг ҳам ривожланиши табиий саналади. Бу ҳолат экран санъати, хусусан компьютер, интернет маданиятини ҳам ўз ичига олади. Демак, бу жараёнда миллий хусусиятларни ўзида жамлаган ҳолда дунё маданий жараёнларининг тарихий босқичларини ҳам тубдан билиш ва ўрганиш айна пайтда жаҳон цивилизациясининг босиб ўтган хусусиятларини миллий маданий жараёнларга кўр-кўрона кўчирмаслик ва миллий ўзига хосликни йўқотмасликка интилиш замонавий журналистнинг маданиятини белгилайди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.Каримовнинг ёшларнинг “қалби ва онгида мафкуравий иммунитетни кучайтиришимиз зарур”<sup>121</sup> лиги ҳақида “жамиятимизнинг мафкуравий иммунитетини кучайтиришга қаратилган самарали услубларни ишлаб чиқиши, жамоатчилик ташкилотлари учун тегишли тавсия ва қўлланмаларни тайёрлаш бугунги кунда муҳим вазифага айланиб бораётганини чуқур тушуниб олишимиз зарур”<sup>122</sup>, сингари мулоҳазаларига қайта-қайта мурожаат этамиз.

Филология фанлари доктори Х.Дўстмухамедов журналистнинг касб-одобига бағишланган юқоридаги илмий рисоласида Марказий Осиё минтақасидаги ижтимоий-иқтисодий, миллий-маданий, ахлоқий-этикодий каби шарт шaroитларнинг ўхшашлиги туфайли “Марказий Осиё минтақаси журналистикаси” атамасини қўллаш мумкинлигини қайд этади. Лекин бу мамлакатларда ўзаро муаммолар ўхшаш бўлса-да, журналистиканинг

<sup>120</sup> Б. Умаров. Глобаллашув зиддиятлари. Т. “Мазнавият”, 2006. – Б. 9.

<sup>121</sup> Каримов И. Юксак маънавият – енгилмас куч. – Тошкент: Мазнавият, 2008. – Б. 119.  
<sup>122</sup> Шу манба. – Б. 127.

ривожда жаҳон журналистикасида қабул қилинган халқаро ҳуқуқий меъёрларга суянилади, дейилади. Лекин ҳар қандай халқаро ҳуқуқий меъёрлар миллий менталитетга ҳавф солувчи хабарлардан воз кечиш, миллий кадриятлар, урф одатларнинг ижобий хусусиятларини ёқлашга, дахл қила олмайди.

Ўзбекистонда олиб борилаётган сиёсат айнан инсон ҳуқуқлари умумжаҳон декларациясида илгари сурилган фикрларни эътироф этмоқда. Яъни инсоннинг дини, ирки ва этникодига нисбатан бағрикенглик хусусияти Ўзбек халқининг азалий кадриятлари сифатида тан олинган. Бу анъанавий тамойил, маълумки, давлат сиёсати даражасида амалга оширилмоқда.

Журналист ўзи ва фаолияти химоясини таъминлашнинг муҳим шартлари ҳар қадамда касбий одоб талабларига риоя қилмоғи керак. Бундай талаблар “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида” ги Қонуннинг 5-6-моддаларида батафсил қамраб олинган. Унга кўра журналист ахборот тўллаш, тўллаган ахборотини таҳлил этиш ва тарқатиш ҳуқуқига эга.

Шу мақсадда у исталган мақомдаги раҳбар ташкилотларга мурожаат этиши, мумкин бўлган ҳужжатлардан фойдаланиши, журналист текшируви ўтказиши мумкин. Маълумотларни олишда техник воситалардан фойдаланади. Олган маълумотларнинг ҳаққонийлигини таъминлаш учун мутахассисларга мурожаат этиши мумкин. Демак, журналист ва ахборот манбаи ўртасидаги алоқа шу тарика ташкиллаштирилса журналистнинг иши пухта бўлади, ахбороти тўлақонли тайёрланади. Оммавий ахборот воситаларида журналист ахлоқи, журналист тилининг равонлиги, юридик ва адабий тил қондаларига риоя этиш масалалари ҳам журналист касб ахлоқининг муҳим таркибий қисмлари ҳисобланади.

Бошқа қатор қонун ҳужжатларида ҳам журналистларнинг касбий этика нормалари қондалари қатъий белгилаб қўйилган. Жумладан, Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот олиш қафолатлари ва эркинлиги тўғрисида” ги, “Журналистик фаолиятини химоя қилиш тўғрисида” ги қонунлар,

шунингдек, жаҳон журналистикаси тажрибаси ва умуминсоний кадриятлар журналистнинг касб одоби мувозанатини белгилайди.

Бугунги кунда юқоридагдек камчиликлар асосан интернет тармоқларида эълон қилинаётган мақолаларда учрайди. ОАВнинг бу турида этика меъёрларидан ана чекинган ҳолда сўзлар, иборалар, турли салбий-киноявий, бўёқдор сўзлар кўпроқ ишлатилмоқда. Умуман олганда бошқа оммавий ахборот воситаларида ҳам бундай камчиликларни кузатишимиз мумкин.

Яна бир муҳим масала. Афсуски, ёш мустақил давлатлар медиа-имижини шакллантиришнинг назарий асослари ва амалиётдаги зиддиятли ҳолатлар кам эмас. Бошқача айтганда, экспертлар таклиф этаётган назарий тавсиялар ҳар доим ҳам қўтилган натижаларни бермаяпти. Яъни ҳаётдаги объектив ҳолағ сунъий тарзда шакллантирилаётган имижни қўллаб-қувватлашга етарли даражада асос бўлолмаяпти.

Боз устига объектив ҳолағ билан имиж яратиш қийинчилиги ўртасидаги мувозанатни, уйғунликни топишга интилиш сезилмаяпти, назаримизда. Шу сабабдан мазкур таклифни илгари суришни ўринли деб биламиз: Ҳар қандай мавжуд ҳолатни, у ижобийми ёки салбий, окми ёки қора – бекитишга шойилмаслик керак. Тактик нуқтаи назардан ахборотни ўз вақтида, керакли микёсда, имижга мослаб (унга путур етказмайдиған даражада, керак бўлса, уни мустаҳкамлайдиған йўсинда) тайёрлаш ва узатиш лозим. Лекин бунда таваққалчиликка йўл қўйиб бўлмайди.

Хуллас, ёш мустақил субъектлар медиа-имижини яратишда холислик талаблари ва меъёрлари, шунингдек, давлатнинг халқаро имижини ривожлантиришда журналистнинг профессионал этикаси нормалари масаласи таҳлили асосида қуйидаги хулоса ва таклифларни илгари суриш мумкин:

– жаҳон медиа маконида Ўзбекистон имижини билан боғлиқ ахборотлар қамрови тобора кенгайиб борар экан, ушбу фаолиятни умум эътироф этилган этика нормалари асосида назорат қилиб бориш долзарб масала ҳисобланади;

– тўғри, интернетдаги мақолалар ўқувчиларга бир мунча қулайлик туғдирса-да, аслида профессионал одоб-ахлоқ меъёрларининг бузилишига олиб келмоқда. Бундай ҳолат ёш мустақил давлатнинг халқаро имижини ривожлантиришда журналистнинг касб этикаси масаласини янада чуқурроқ таҳлил қилишни, қолаверса, бу борада зарур кўшимча чора-тадбирлар кўришни талаб этади;

– он-лайн журналистика мутахассисларини пухта тайёрлашимиз керак. Бундан ташқари интернетдаги маълумотларни филътрдан ўтказиш ҳамда Ўзбекистонга доир ахборотни бошқариб бориш зарурати мавжуд;

– журналистика факультетларида олиб бориладиган ўқув жараёнида ҳам бу масалага алоҳида эътибор қаратиш лозим. Зеро, ёш журналистларнинг келгусида ОАВнинг барча жабҳаларида эркин фаолият юрита олишлари ва касбий ахлоқ асосларини яхши билишлари, ўз касбларига виждонан ёндашишлари, ахборотни тўлиқ ва аниқ етказишлари, ҳақиқатга асосланмаган ахборотни эълон қилмасликлари ва турли соҳа вакиллари билан учрашганда этика нормаларини билишлари юзасидан назарий билимларга эга бўлишлари керак.

Улар қуйидаги билим ва кўникмаларга эга бўлишлари керак:

- Журналистиканинг мавжуд ҳуқуқий ва ахлоқий асослари;
- Инсон маънавияти ва ахлоқига оид этика категориялари ҳақида;
- Миллий кадрятлар, урф-одагларнинг тарихи ва бугунги кундаги аҳамияти;
- Мамлакат ва жаҳон миқёсида ахлоқий меъёрларнинг тарихий ижтимоий-сиёсий жараёнлар таъсирида ўзгаришларга кириши;
- Ўзбекистон маданияти ва санъатидаги тарихий жараёнлар, шахслар, баъдий асарларни фан нуқтаи назаридан ўрганиши ва ва олган билимларини амалда қўлай олиши ва ҳк.;

– умуман олганда, ҳар бир анъанавий ОАВ ёки замонавий ахборот сайти ижодкор ходимларининг профессионал этика нормаларига қай даражада амал қилаётганликларига кўпроқ эътибор қаратиш лаври керак.

Шундагина Ўзбек журналистикаси тараққиёти ва унинг касб этикаси тақомилига муносиб ҳисса қўшган бўламиз.

#### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Каримов И.А. “Оммавий ахборот воситалари ҳақида тўғрилик”, - Тошкент, 1997.
2. Каримов И.А., Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва таракқиёт кафолатлари. – Т.: “Ўзбекистон”, 1997. – 326 б.
3. Каримов И.А., Ўзбекистон XXI асрга интиломда. – Т.: “Ўзбекистон”, 1999. – 48 б.
4. Каримов И.А. Миллий истиқлол мафураси – халқ эътиқоди ва бутук келажакка ишончдир. Ўзбекистон Республикаси Президентини И.А.Каримовнинг “Фидокор” газетаси муҳбири саволларига берган жавоблари. – Т.: “Ўзбекистон”, 2000. – 32 б.
5. Каримов И.А. Конституция – юртимизда янги ҳаёт, янги жамият барпо этишининг ҳуқуқий пойдевори: Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 11 йиллигига бағишланган тантанали маросимдаги сўз. – Т.: “Ўзбекистон”, 2003. – 48 б.
6. Каримов И.А. Тинчлик ва хавфсизлигимиз ўз куч-қудратимизга, ҳамжихатлигимиз ва қатъий иродамизга боғлиқ. Т.12 – Т.: “Ўзбекистон”, 2004. –400 б.
7. Каримов И.А. Эришган марраларимизни мустаҳкамлаб, ислохлар йўлидан изчил бориш – асосий вазифамиз. – Т.: “Ўзбекистон”, 2004. –64 б.
8. Каримов И.А. Империя даврида бизни иккинчи даражали одамлар, деб ҳисоблаш эди. “Ўзбекистон” НМИУ, 2005 – 64 б.
9. Haqiqat - jurnalistikaning doimiy, o'zgarmas qoidasi va unga amal qilish shart. 2005 yil 17 may kuni O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasida mamlakatimiz va chet el jurnalistlari hamda diplomatik

korpus vakillari uchun matbuot anjumani o'tkazildi. Xalq so'zi gazetasi, 18 may, 2005.

10. O'zbek xalqi hech qachon, hech kimga qaram bo'lmaydi. 2005 yil 25 may kuni Xitoy Xalq Respublikasiga davlat tashrifi bilan jo'nab ketish oldidan Toshkent aeroportida ommaviy axborot vositalari uchun berilgan intervyu. Xalq so'zi gazetasi, 26 may, 2005.
11. Каримов И.А. Ўзбек халқи ҳеч қачон, ҳеч кимга қарам бўлмайди. Т.: “Ўзбекистон”, 2005. – 160 б.
12. Каримов И.А. Ўзбекистон демократик таракқиётнинг янги босқичида. Т.: Ўзбекистон, 2005. – 144 б.
13. Каримов И.А., Юсак маънавият – энгилмас куч. – Т.: “Маънавият”, 2008. – 176 б.
14. Каримов И.А. Ватанимизнинг босқичма-босқич ва барқарор ривожланишини таъминлаш – бизнинг олий мақсадимиз. Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 16 йиллигига бағишланган тантанали маросимдаги маъруза. Т.: “Ўзбекистон”, 2008. – 48 б.
15. Каримов И.А. Энг асосий мезон – ҳаёт ҳақиқатини ақс эттириш. Т.: “Ўзбекистон”, 2009. – 24.
16. Ўзбекистон Республикаси Президентини И.А.Каримовнинг “Мамлакатимизда демократик ислохларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш Концепцияси”, Тошкент, 2010.
17. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Т.: “Ўзбекистон”. - 2012.
18. Средняя Азия. Справочные материалы: история, политика, экономика. М., 1992.
19. Левитин Л., Карлайл Д.С. Ислам Каримов – Президент Нового Узбекистана. Вена, 1996.
20. Пономарев В.А. Угроза «исламского экстремизма» в Узбекистане: мифы и реальность. М., 1999.

35. Василенко И.А. Геополитика современного мира. М.: 2006.
36. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: УРСС, 2000.
37. Дўстмухаммад Х.Н. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришининг демократик андозалари. –Т.: “Ўзбекистон”, 2005. – 56 б.
38. Дўстмухаммад Х.Н. Журналистнинг касб одоби муаммолари. –Т.: Янги аср авлоди. 2007.
39. Дўстмухаммад Х.Н. Ахборот – мўжиза, жозиба, фалсафа. –Т.: Янги аср авлоди, 2013. – 320 б.
40. Абдуазизова Н. Мустақил Ўзбекистон журналистикаси тарихи (англиши ва раванк топши жараёнлари). –Т.: Akademiya, 2007. – 399 б.
41. Саидов Х. Матбуот – миллий манфаатлар химоячиси. – Тошкент, 2009.
42. Мухаммад аль-Бухари. Рекламаведение и международные связи с общественностью. Национальный университет Узбекистана им. М.Улугбека. Т.: 2009. – 220 с.
43. Мухаммад аль-Бухари. Международные общесвенные отношения. Национальный университет Узбекистана им. М.Улугбека. Т.: 2011. – 160 с.
44. Кудратхўжаев Ш.Т. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. –Т.: “Ўзбекистон”, 2011. – 96 б.
45. Кудратхўжаев Ш.Т. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. –Т.: 2010.
46. Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. – Т.: “Zag qalam”, 2003. – 40 с.
47. Рашидова Д., Муратова Н. Интернет журналистика. –Т.: 2007. – 138 с.

21. Гафарлы М.С., Касаев А.Ч. Узбекская модель развития: мир и стабильность – основа прогресса. М., 2000.
22. Левитин Л. Узбекистан на историческом повороте. М., 2001.
23. The Rebirth of Uzbekistan: politics, economy and society in the post-Soviet era./ foreword by Bogdan Sjazkowski, Reading: Ithaca, 2002.
24. Левитин Л. Узбекистан: эпоха Каримова. М., 2003.
25. Президент, архитектор демократии – штрихи к портрету Ислама Каримова. Ташкент, 2003.
26. Хочикетпал Л.М. «Развитие геополитических идей и журналистика». «Вестник МГУ» (Сер. 10: Журналистика. № 6, 2008).
27. Клименко Д.А. Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России. Журнал "Вестник Московского университета. (Сер. 10: Журналистика. № 1, 2010).
28. Интернет журналистика (интернетга радио ва телевидение). Илмий мақолалар тўплами. ЮНЕСКО, ЎзДЖТУ, - Тошкент, 2005.
29. Гофуров М. Интернетни ким бошқариши керак? "Vatandosh" газетаси. Нью Йорк. 19.10.2012.
30. Имидж России: витрина страны. Журнал "Промышленник России". Июнь, 2012.
31. Парсонс Т. О структуре социального действия. - М.: Академический проект, 2000.
32. Кульба В.В. Малогин В.Д. Шубин А.Н. Информационное управление (предпосылки, методика, средства). - М.: ИПУ РАН, 1996.
33. Почепцов Г.Г. Информационные войны. – М.: «Рефл-бук», 2000.
34. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. - М.: ГУ ВШЭ, 2000.

48. Косимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: “Art paper business”, 2012. – 122 б.
49. Редик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн: использование Интернет и других электронных ресурсов./ Пер. с англ. – М.: Ватриус, 1999.
50. Янги Ўзбекистоннинг зафарли 7 йили. – Т.: Шарк, 1999.
51. Методические требования и рекомендации для руководителей и специалистов органов государственного и хозяйственного управления, государственной власти на местах по эффективному использованию компьютерной техники. Узбекское агентство связи и информатизации. Ташкент, 2012.
52. Anholt, Simon (2010-01-23). Places: Identity, Image and Reputation. Palgrave Macmillan.
53. Anholt, Simon (2007-01-23). Competitive Identity: the new brand management for nations, cities and regions. Palgrave Macmillan.
54. Anholt, Simon (2003). Brand New Justice: the upside of global branding (paperback ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
55. Anholt, Simon; Hildreth, Jeremy (2005-04-01). Brand America: The Mother of All Brands. Cyan Communications.
56. Anholt, Simon (January 2000). Another One Bites the Grass: Making Sense of International Advertising. New York: John Wiley & Sons.
57. “Туринчи хокимият” (Ўзбекистон Республикасининг конунлари, қарорлари ва бошқа ҳужжатлари тўплами) – Т.: Мехнат.-2003.) ОАВ тўғрисида. Ўзбекистон республикасининг қонуни. 24.04.1997. 26.12.1997й.
58. Рўзиёв Ф., Х.Жўраева. Тележурналистга тавсиялар. - Т.: “Sharq”, 2013. – 176 б.
59. Имиж яратиш технологиялари ва сиёсатда уларнинг қўлланилиши. Гулнора Нишонава. Олий журналистика курсларида ихтисослашув
- масалалари мавзuida II илмий-амалий семинар материаллари. Тошкент. Фафур Ғулом номидаги НМИУ, 2013.
60. Оммавий ахборотнинг тили ва услуби / Тошалиев И., Абдусатторов Р. Ўқув қўлланма. – Тошкент: Заг қалам, 2006. 64-б.
61. Саенко А.Н. Электронная конвергенция электронных ПР-текстов. Вісник ХНУ. 2009. № 848.
62. Компанцева Л.Ф. Специфика нормы и узуса в Интернет-дискурсе. Эл.ресурс: [technology.ru/public/uzus/html/](http://technology.ru/public/uzus/html/)
63. Гуслякова А.В. Типологические характеристики способов передачи Информации в печатных и электронных СМИ XXI века. Вестник ЧПУ. 2011. №8.
64. Прощание с иллюзиями / Владимир Познер. – М.: Астрель, 2012. – 480, С. 229.
65. Д.Муитов. Геоёйсат ва журналистика. – Тошкент: “TURON-IQBOL”, 2014. – 184 .
66. Д.М.Тешабова. Оммавий ахборот воситаларида нутқ маданияти. – Т.: “Fan va texnologiya”, 2011, 224 бет.
- Қўшимча адабиётлар,  
авгорефератлар, илмий ишлар:**
1. Горский И.Н. Информационно-семиотические ресурсы периодической печати в формировании имиджа Беларуси. Беларуский Государственный Университет. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика. Минск, 2012.
2. Юдина Е.Н. Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения). Автореферат. Московский педагогический государственный Университет. Специальность 22.00.04 – социальная структура, социальные институты и процессы. (социологические науки).

На соискание ученой степени доктора социологических наук. Москва, 2008.

3. Таджиева З. “Ўзбекистонда Интернет нашрларнинг шаклланиши ва ўзига хос хусусиятлари” мавзuida магистрик диссертацияси. –Т.: 2010.
4. Намозов Ж. Ахборот коммуникация технологиялари ва Интернет журналистикаси. Илмий рисола. –Т.: “Turon iqbol” 2011.
5. Мўминов Ф. Ахборот хавфсизлиги ва ижтимоий тараққиёт. “Ўзбекистон мабуоти” журнали, 2007 й. 5-сон.
6. Қосимова Н. Интернет журналистикаси янги соҳа. “Ўзбекистон мабуоти” журнали, 2010 й. 1-сон.
7. Абатуров А. Медиа-технологии в имидже государства. Журнал “Экономическое обозрение”, май 2013 г.
8. Формирование позитивного внешнего имиджа Узбекистана: современное состояние, проблемы и перспективы. Аналитическая записка. Центр экономических исследований, 2008 г.
9. Новейший социологический словарь. 1500 с.
10. Асанов Э.Э. “Ташки сийсатда давлат имиджининг ахамияти” мавзuida магистрик диссертацияси. ЎЗМУ журналистика факультети. –Т.: 2011.
11. Сабитов Ж.М. Международный имидж Казахстана в зарубежных странах. Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева. Диссертация на соискание академической степени доктора философии (phd) по специальности 23.00.00 – политические науки. Астана, 2009.
12. Имидж России собираются улучшить при помощи нового телеканала. Lepa.ru (6 июня 2005). Архивировано из первоисточника 26 августа 2011. Проверено 25 января 2010.
13. Charlotte Business Journal, May 15, 2000.
14. В.Прокофьева. Страна как бренд. Журнал “Экономическое обозрение”, 13 марта 2013г.
15. И.В.Букреева (Ставропольский ГУ). Создание образа Северо-Кавказского Федерального округа на государственных российских

телеканалах. Коммуникация в современном мире. Воронежский ГУ. Факультет журналистики. 2011 г. С.11-12.

16. И.А.Сушенкова. Омский государственный университет. Моделирование фрейма как инструмент регионального имиджмейкинга (на примере внешнего имиджа Омской области). Коммуникация в современном мире. Воронежский ГУ. Факультет журналистики. 2011 г. С.240-241.
17. Srivastava K.M. Social media in business and governance. Sterling. New Delhi, India. 2013. 267.

#### Электрон ресурслар:

1. [press-service.uz](http://press-service.uz)
2. [gov.uz](http://gov.uz)
3. [senat.gov.uz](http://senat.gov.uz)
4. [mfa.uz](http://mfa.uz)
5. [uz.uz](http://uz.uz)
6. [jahnnews.uz](http://jahnnews.uz)
7. [mtrk.uz](http://mtrk.uz)
8. [mediabay.uz](http://mediabay.uz)
9. [mmf.uz](http://mmf.uz)
10. [whitehouse.gov](http://whitehouse.gov)
11. [kremlin.ru](http://kremlin.ru)
12. [modernrussia.com](http://modernrussia.com)
13. <http://www.promros.ru/magazine/2012/jun/imidzh-rossii-vitrina-strany.phtml>
14. <http://rudocs.exdat.com/docs/index-532924.html>
15. <http://www.archiludi.ru/?p=573>
16. [ut.uz](http://ut.uz)
17. [narodnoeslovo.uz](http://narodnoeslovo.uz)
18. [12.uz](http://12.uz)
19. История возникновения социальных сетей. Кто был первым?  
<http://vsetke.ru/post/20447276>

8M

### Бепул тарқатилди.

Босишга рухсат этилди: 13.11.2015 й. Бичими 60x84 1/16.

Офсет босма. Офсет қоғоз. Нашр б.г. 8,5. Адади 500 нусха.  
Бутортма рақами 1946.

«TOSHKENT TEZKOR BOSMAXONASI» МЧЖда чоп этилди.

Тошкент шаҳар, Шайхонтоҳур тумани, Радиал тор кўчаси, 10-уй.