

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

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

ўқув қўлланма

Тошкент 2015

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

Масъул муҳаррир – филология фанлари доктори Хуршид Дўстмухамедов.

Филология фанлари номзоди Назира Тшпўлатованинг умумий таҳрири остида.

Қўлланма Ўзбекистон мустақил босма ОАВ ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди томонидан нашр этилди.

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.Огилви, С.Анхольт ва бошқа назарий қарашларга муносабат)	35-53
Хорижий ОАВда Ўзбекистонда кечаётган 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 холислик 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-йилларига келиб Шарқий Европа ҳамда ҳозирги МДХ ҳудудида юз берган бундай тарихий воқеалар натижасида вужудга келган ўнлаб ёш мустақил давлатлар жаҳон ҳамжамиятига мустақил субъект сифатида қўшилди. Таъкидлаш ўринлики, ана шу ёш мустақил давлатлар ер юзининг қайси минтақасида бўлмасин, улар ҳам ўхшаш, ҳам мутлақо фарқли шаклланиш ва тараққиёт йўллари 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 натижасида миллий журналистикамиз тамомила янги қиёфага кирди, шу аснода миллий ўзбек журналистикаси жаҳон журналистикасининг ажралмас ва нуфузли бир бўлагига айланди.

Давлатимиз раҳбари И.Каримов Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимлари куни муносабати билан йўллаган байрам табригида, “Ўзбекистон оммавий ахборот воситаларининг жаҳон ахборот майдонида ўзини муносиб намоён эта олиши бугунги 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 рағбатлантириш чораларини кўришга, сиз,

журналистларнинг олдингида пайдо бўлаётган турли муаммоларни биргалашиб ечишга тайёр эканимни билдиришни истардим”¹, дея қайд этади.

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 матбуот 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 қамровли ҳамда таҳлилий, жиддий мулоҳазали мақолалар эгаллай бошлади. Ҳамкорлик алоқалари кенгайди, мустаҳкамланди, шунга яраша халқаро медиамакондаги “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 машхур шахсларнинг, давлат раҳбарларининг, шунингдек, халқларнинг, давлатларнинг ҳаёти, яшаш тарзи, истиқболи ахборот майдонларида ҳал

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

этилмоқда, десак мутлақо муболаға бўлмайди. Шу маънода ЮНЕСКО Бош Директори маслаҳатчиси, Евроосиё телевидение ва радио академияси вице-президенти Генрих Юшкявичюснинг қуйидаги фикри эътиборга сазовордир: “Биз Болтиқбўйи мамлакатларини фақат муаммолар пайдо бўлгандагина биламиз: мисол учун, Латвияда рус мактаблари сиқиб чиқарилмоқда. Биз АҚШда нима бўлаётганини, масалан, Клинтоннинг рафиқаси - Ҳиллари қандай китоб ёзганлигини биламиз, лекин Эстония, Туркменистон, Тожикистон ҳақида анчадан буён ҳеч нарсани эшитмадик. Ваҳоланки, улар бизнинг қўшниларимиз. Яъни, ахборот йўқми – мамлакат ҳам йўқ, ахборот йўқми – инсон ҳам йўқ, ахборот йўқми – муаммо ҳам йўқ”².

Демак, ёш мустақил давлатларнинг оёққа туриши, минтақада ва жаҳон ҳамжамиятида мустақкам ўринга эга бўлиши, яъни тўла-тўқис интеграциялашуви ҳар жиҳатдан ахборотга, яна бир карра 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 бевосита боғлиқдир”³. 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”⁴. Бу каби фикрларни қандай изоҳлаш керак? Гап шундаки, истиқлолга эришган ёш мустақил давлатлар мустақилликнинг илк кунларидан жуда кўплаб вазифаларни амалга оширишларига тўғри келади. Мамлакатнинг ички муаммолари нечоғли кўп бўлса, ташқи муаммолар ҳам оз бўлмайди. Мамлакат ичкарасида ислохотлар

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

³ Василенко И.А. Геополитика современного мира. - М., 2006. С.73.

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

жараёнига киришиш, уларнинг самарадорлигини ошириш, турмуш фаровонлигига эришиш, одамларнинг тафаккур тарзини янгилаш, мамлакат ташқарисида эса интеграция жараёнларини бошлаш, минтақа ва дунё миқёсида мустахкам ўрин топиш, нуфузга эга бўлиш, катта ва кичик давлатлар қаторида тенгҳуқуқли 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 имижиси яратилади, халқаро муносабатлар мустахкамланади, турли блоklar ташкил қилинади, ўрни келганда, жиддий қарама-қаршиликлар, зиддиятлар бартараф этилади ва ҳ.к.

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

Ҳар қандай давлатнинг ўз миллий (ички) матбуоти, матбуот тизими мавжуд. Ана шу миллий матбуот, биринчи навбатда, мамлакат аҳолисининг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондиришга хизмат қилади. Шу билан бир вақтда ахборот чегара билмайдиган ҳозирги замонда ер юзининг исталган нуқтасида яшаётган 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 анъанавий оммавий ахборот воситалари тушунчасини мутлақо кенгайтириб юборди. Бунинг натижасида анъанавий ахборот макони “худуди”, чегаралари ҳам тубдан ўзгарди. “Ичкари”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 Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги (uza.uz) ва “Жаҳон” ахборот агентлиги (jahonnews.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 атрофлича таҳлилига киришишдан олдин “Имиж нима?” деган саволга ойдинлик киритиб олишга тўғри келади. “Имиж” атамаси инглиз (лотин. - image) тилидан олинган бўлиб, сиймо, тимсол, қиёфа, образ маъноларини англатади. Бироқ ушбу синоним сўзлар гуруҳи “имиж” моҳиятини муфассал ифодалолмайди. Имиж тушунчаси жозоба, мафтункорлик, эътибор, нуфуз ва бошқа тушунчалар билан ҳам ҳамоҳангдир. Имиж нафақат образ, қиёфа, балки унга нисбатан билдирилган муносабат ва у ҳақдаги фикрлар мажмуи ҳамдир.

XX асрнинг 60-йилларида “имиж” тушунчасини омад гарови сифатида амалиётга биринчи бўлиб америкалик иқтисодчи олим Стэнли Болдуин расман киритган, унинг зарурияти ва фойдалилигини асослаб берган⁵. Кейинчалик имиж билан сиёсатчилар ҳам шуғуллана бошладилар. Бу бежиз эмас эди, албатта.

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

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

Масалан, франциялик олим Блез Паскалнинг фикрига кўра, имиж – таъсир ўтказиш технологияси ҳисобланади⁶. Одамларга таъсир ўтказишнинг икки усули мавжуд: биринчиси – ишонч ҳосил қилиш, иккинчиси – ёқиш, яъни маъқул бўлиш. Бизнинг фикримизча, мазкур назарияни бевосита давлатлар имижини вужудга келтириш мақсадларига татбиқ этиш мумкин. Ўрни келганда, мулоҳазамизми янада чуқурлаштирадиган бўлсак, ҳамонки, жаҳон афкор оммаси кўз ўнгида имижини сақлаш ва муттасил яхшилашга ҳар қандай тараққий этган қудратли давлатлар мухтож экан, ёш мустақил давлатлар учун эса бу вазифа бир неча ўн карра зарурроқ, муҳимроқдир.

Шу ўринда, мамлакат имижини тушунчаси ҳақида сўз юритишдан олдин, унинг серқатлам 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 тутган ўрни тўғрисидаги тасаввурларидан 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 проекциясига боғлиқ бўлади (“биз” ўзимиз ҳақимизда “бошқаларга” нима дейиш кераклигини ўзимиз белгилаймиз)⁷.

Вазифанинг долзарблиги ва зарурлиги шундаки, мавжуд ахборот воситалари тарқатаётган хабарлар, янгиликлар 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 ислоҳотлар самараси ўлароқ жамиятни янада демократлаштириш, либераллаштириш соҳасида катта қадамлар ташланди. Бунинг

⁶ Эл.источник: Имиджелогия: сущность и специфика учебного предмета. <http://evartist.narod.ru/text9/19.htm>

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

натижаларидан бири сифатида юртимизда хорижий оммавий ахборот воситалари вакилларининг қонун доирасида эмин-эркин фаолият юритиш тизимлари ишлаб чиқилди ва ҳаётга жорий этилди. Натижада хорижлик мухбирлар томонидан мамлакатимизда амалга оширилаётган кенг ислохотлар ҳақида тарқатаётган хабарларининг дунё медиа маконидаги 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 тарғиботини йўлга қўйишда Ватанимизнинг узок ва шонли тарихи, боқий маданияти ва санъати, Буюк Ипак йўлида жойлашган кўҳна шаҳарларимиз, бой маданий ёдгорликлар, халқимизни дунёга танитган буюк аждодларимиз, чунончи, алломалар, саркардалар, шоирлар, рассомлар мероси бутун жаҳон аҳлининг ҳайрати, эътибори ва эътирофини қозонишга муносиб мавзулар бера олади. Бу борада спортнинг ҳам алоҳида ўрни бор. Юксак маҳоратли спортчиларимизнинг нуфузли халқаро мусобақаларда кўлга киритаётган ҳар бир муваффақияти Ватанимиз, халқимиз номини жаҳонга танитмоқда. Юртбошимиз қайд этганидек, “спортчалик, ҳеч нарса давлат нуфузини дунёга тарата олмайди”⁸.

Замон шиддат билан ўзгариб бормоқда – давлат тушунчаси, халқ ва миллат тушунчаларининг моҳият-мазмуни тубдан янгиланмоқда. 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 тааллуқли хорижий

⁸ Эл.манба: <http://soglom.uz/etirof/13-uchinchisi-halol.html>

матбуот чиқишлари кам бўлмаган. Мамлакатимизда ташқи тарғибот масаласига ҳар доим алоҳида эътибор қаратиб келинган. Мисол учун Тошкентда хорижлик ўқувчилар учун мўлжалланган “Uzbekistan Contact” журнали нашр қилинган. Айниқса, 1962-2006 йиллар мобайнида 14та тилда эшиттиришлар тайёрлаган Ўзбекистон телерадиокомпаниясининг “Хорижий мамлакатларга эшиттиришлар” бошқармасининг дунё бўйлаб салмоқли аудиторияга эга бўлганлигини алоҳида эътироф этиш жоиз. Аммо бу каби ахборот воситалари бармоқ билан санарли эди.

Республикамиз мустақилликка эришгач бу йўналишдаги оммавий ахборот воситалари чиқишларининг сони, салмоғи, фаолият йўналиши тубдан ўзгарди. Энди хорижлик муаллифлар ёш мустақил давлатимизда кечаётган ички жараёнлар – жамият ҳаётининг турфа қирралари, олиб борилаётган ислохотлар, ислохотлар бераётган амалий натижалар, ўзгаришлар ва янгиланишлар ҳақида ёза бошладилар. Нуқтаи назарлар ва ёндашувларнинг мана шундай янгилана бориши Ўзбекистон Президенти Ислом Абдуғаниевич Каримовнинг кенг миқёсдаги жўшқин фаолиятига атрофлича муносабат билдиришда, айниқса яққол кўзга ташланмоқда.

Биринчи навбатда, 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 кучга зарурият, эҳтиёж сезади. Бундай тарихий миссия одатда ёш давлатга раҳбарлик қилаётган шахс зиммасига тушишига дунё мамлакатлари тарихидан истаганча мисоллар келтириш мумкин. Ўзбекистон мисолида тарих ва тақдир мазкур вазифани Президент Ислом Каримов шахсига раво кўрди.

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

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

Ушбу мулоҳазалардан келиб чиққан ҳолда мамлакатимиз Президенти 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;
- фавқулодда ҳолатлардаги хатти-ҳаракатларида;
- давлат арбоби ва шахс сифатидаги харизмасида;
- халқаро миқёсдаги фаоллигида, ташаббускорлигида ва ҳоказо.

Масаланинг бу қадар кенг қамровлиги бежиз эмас албатта. Зеро, ёш мустақил давлат шароитида давлат раҳбарининг имижи шу давлатнинг, давлатнинг имижи эса давлат раҳбарининг имижи билан қўшилиб кетади, яъни уларни бир-биридан ажратиш бўлмайди. Давлат бошлиғи давлатнинг, халқнинг рамзи, тимсолига 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 ҳозирги шароитда у ёки бу воқеа-ҳодиса ва ҳолатга ОАВда яратилаётган (босма нашрлар, телерадио имижи ва ҳоказо) имиждан келиб чиқиб, баҳо берилмоқда.

Ҳар бир давлатнинг халқаро обрў-эътибори, яъни имижи, аввало мамлакатнинг нуфузи, тарихи, ижтимоий-иқтисодий имкониятлари, сармоявий салоҳияти, маданияти, санъати, умуман ўтмиши ва ҳозирги ҳаётига дахлдор бўлган ахборотлар мажмуаси, йиғиндисини тарқатиш орқали рўёбга чиқарилади. Бу қадар кенг қамровли вазифани амалга оширишга эса фақат ва фақат оммавий ахборот воситалари қодирдир. Шунинг учун ҳам давлатлар имижи ҳақида сўз борар экан, истаймизми-йўқми, медиа макондаги имиж, янаям аниқроғи, медиаимиж тушунчаси алоҳида масала, алоҳида муаммо сифатида намоён бўлади.

Хориж ОАВдаги мамлакатимиз ҳаётига доир чиқишларни ўрганиш, атрофлича 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 имижи масалалари сўнгги йилларда ҳам илмий ҳамжамият, ҳам сиёсий элита томонидан қизғин муҳокама қилинмоқда. Жамоатчилик билан алоқалар ижтимоий онг билан онгости даражасида ишлашнинг эътиборга олинган, ушбу масаланинг нақадар долзарблиги аниқлашди.

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 ёрлиқлар қўллаш ўтган асрларда ҳам, яъни ҳали PR фани шаклланимаган пайтда ҳам оддий ҳол ҳисобланган. Жумладан, Эронни “Форс кўрфази жандарми”, Хива хонлигини “Ўрта Осиё Жазоирини” деб аташ урф бўлган. Шундай экан жамоатчилик билан алоқалар шаклланишидан олдин фақатгина ёрлиқлар ёпиштириш сингари “қора” технологиялар маълум бўлган деган тасаввур ҳосил бўлиши мумкин. Тўғри, ўша пайтларда ҳам халқаро муносабатларда ҳамкорлар олдида 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 атилишидан қатъий назар моҳият ўзгармайди.

Айнан шу маънода бугунги даврда ёш мустақил давлатларнинг “медиа-имижи”ни, яъни уларнинг “оммавий ахборот воситаларидаги қиёфаси”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 имижии – барқарор константа (лотин. *constans* – доимий, ўзгармайдиган, муқим) бўлиб, у узок йиллар мобайнида жаҳон ҳамжамияти онгида ўрнашиб қолади. Унинг характеристикалари ОАВда ҳамда бошқа ахборот манбаларида кенг қўлланади. Бу ҳолни тадқиқотчи П.Жукова ҳам алоҳида таъкидлаб ўтади: “Давлат имижии – тарихий категория, у асрлар мобайнида шаклланади”⁹. Ҳақиқатан ҳам мамлакат имижии бирданига пайдо бўлиб ёки йўқолиб қолмайди. У аста-секинлик билан, узлуксиз равишда вужудга келади ва кўп йиллар давомида жамоатчилик хотирасида сақланади.

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

Тарихан олиб қаралганда, шубҳасиз, давлат “PR”ининг шакли, методлари ва инфраструктураси бўйича АҚШда жуда кўплаб ишлар амалга оширилган. Президент фаолиятига ахборот таъминоти зарурлигини 1828 йилда сайланган Э.Жексон тушуниб етган ва у кентукилик собиқ газета муҳаррири А.Канделлани ўз идорасига ишга жалб қилган. Шундан келиб чиққан ҳолда, А.Канделлани назарий жиҳатдан нафақат АҚШ, балки умуман дунёдаги давлат раҳбарларининг биринчи матбуот котиби деб ҳисоблаш мумкин¹⁰.

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

⁹ Жукова П. Имидж России и её безопасность: диалектика взаимосвязи // Власть. 2010, 02. – С. 54.

¹⁰ Абатуров В., Наумова Ю. Медиа технологии в имидже государства. // Экономическое обозрение. 2003, 05. – С. 40.

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

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

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

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

1-жадвал. Давлат ва шаҳарларнинг халқаро имижси.

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

алоқаларни халқаро ахборот алмашинувининг функцияси¹¹, халқлар ўртасидаги самимий муносабатлар воситаси ҳамда халқаро ташкилотларнинг ҳаракат майдони деб ҳисоблайди¹²: “Халқаро ахборот алмашинуви ва коммуникация жараёнлари халқаро муносабатлар ҳамда халқларнинг сиёсий фаоллигини шакллантиришда муҳим ўрин тутди”¹³. 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”¹⁴.

Халқаро имижнинг яна бир муҳим хусусияти, аввало, унинг аввал мамлакат ичкарисида, тарихий шаклланиши бўлса, иккинчидан, жамият ва ҳокимият ўлчовларида таҳрир 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) усулларида самарали фойдаланишга тайёрлиги ҳақида гапириш мумкин¹⁵.

Халқаро миқёсда муайян давлатнинг ижобий қиёфасини 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, табиийки, оддий ёки жўн жараён эмас. Ҳаётдаги бундай мураккабликлар,

¹¹ Мухаммад аль-Бухари. Рекламование и международные связи с общественностью. – Т.: Университет, 2009. – Б. 137.

¹² Ўша манба. – Б. 142.

¹³ Ўша манба. – Б. 11.

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

¹⁵ Ўша 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 қиёфасида 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 инфраструктурасини 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, ҳарбий, сиёсий, иқтисодий, маданий ва ахборий хуружларга қаршилик кўрсатиш;
10. Мамлакат ташқарисидagi фуқароларнинг 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 имижи шакллана боради. Тадқиқотчи Э.Галумовнинг ёзишича, ушбу

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

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

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

3. Хорижий давлатларнинг сиёсий элитаси;

4. Хорижий инвесторлар ва акциядорлар;

5. Халқаро жамоат ташкилотлари;

6. Профессional кизиқиш доираси шу давлатни ўз ичига оладиган экспертлар ҳамжамияти (молиявий ва тармоқли таҳлилчилар, сиёсатшунослар, жамиятшунослар, иқтисодчилар, журналистлар ва ҳ.к.);

7. Давлатга боғлиқ кизиқиш ва эҳтиёжларга эга бўлган халқаро ҳамжамият вакиллари (бошқа мамлакат фуқаролари), шу жумладан, потенциал ва реал туристлар, шунингдек, умуман хорижий давлатлар аҳолиси¹⁶.

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

Сўнги пайтларда имижнинг аҳамияти ошиб бораётган энг муҳим компонентларидан бири мамлакатнинг инвестицияларга очиқлигидир (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 маданиятлилик, сиёсий шаффофлик ва ижтимоий масъулият мавжудлиги талаб этилади (таълим ва илмий дастурларни молиялаштириш, экологик ва технологик хавфсизликни таъминлаш, корхона ва ташкилотлар ходимлари учун ижтимоий пакетлар ишлаб чиқилиши ва ҳ.к.).

¹⁶ Галумов Э. “Имидж страны и власть”. Психология и бизнес. 2005.02. – С. 23.

Кези келганда, шуни афсус билан таъкидлаш ўринлики, бугунги кунда жаҳон медиа маконида Ўзбекистоннинг инвестицион салоҳияти билан боғлиқ ахборотлар ҳажми нисбатан оз. Фикримизча, бу борада алоҳида медиа-режа ишлаб 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 шуни 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 қонунан мустаҳкамланган барқарор қоидалари, табиий монополияларнинг, солиқ, суд, банк ва бошқа институтларнинг ислоҳ қилиниши ва ҳ.к.”¹⁷.

Тадқиқотчи Э.Галумов мамлакат ичидаги барча ОАВ томонидан тарғиб этилиши лозим бўлган ягона имижни яратишни тавсия этади¹⁸. 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 тикишнинг натижалари, мавжуд хатарлар, таваккал иш тутишлар қизиқтиради, ишбилармон жамоатчиликни компания мавқеи, унинг бозорга таъсири ва ривожланиш суръатлари, инновацион технологиялар, бизнес юритиш стратегияси, ижтимоий позицияси қизиқтиради. Ҳамкорлар учун юқори

¹⁷ Шипова Е. PR-сообщество на службе России // www.ima-consulting.ru

¹⁸ Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. – М.: 2005. – С. 45.

рақобатбардошлик, ишончлилик, барқарорлик муҳимдир. Зеро, замонавий мижозларнинг 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 нуқтаи назаридан) ҳамда субъектнинг айна пайтдаги қиёфасини (турли аудиторияларда шаклланган тасаввурлар 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 қуришда давлатнинг шакллантирилган қиёфаси унинг реал хусусиятларидан кўра муҳимроқ бўлади¹⁹. Бунга мисол тариқасида Россиянинг халқаро имижини кўрсатиш мумкин. Европа мамлактларида узок асрлар мобайнида Россия деганда агрессия, ҳарбий-полиция режими, маданий қолоқлик тушунилган. Чор Россияси даврида у “халқлар қамоғи” ёки “Европа жандарми”, Совет Иттифоқи даврида “ёвузлик империяси”, Иттифоқ қулаганидан сўнг эса қашшоқлик, коррупция ва жиноятчилик

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

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

Шуниси қизиқки, турли давлатларнинг муайян бир мамлакат ҳақидаги тасаввурларига 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 тизимига, шунингдек, имижнинг мавжудлик муддати, имижнинг аниқлиги ва барқарорлиги, салбий ва ижобий баҳолар мутаносиблиги, мавжуд муаммоларни аниқлаштириш киради. Буларнинг барчасини, фикримизча, давлат имижига татбиқ 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-қаршилиқлар чоғида, мафқуралар кураши доирасида, қуролли тўқнашувларда рақиб имижини қасддан 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 баҳоланганидан сўнг, мавжуд имиж танланган аудиторияларнинг тасаввур ва эҳтиёжлари билан таққослаб кўрилади. “Туташиш нуқталари” шакллантириладиган 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 фаркли, индивидуал сифатларини қидириш ва уларни тақдим этишдир.

Сўзсиз, бу жараённинг хилма-хил кўринишлари мавжуд:

- субъектнинг мақсадли аудитория манфаатларига мос ҳислатлари бўйича;
- алоҳида субъектлар гуруҳига қарама-қарши қўйиш бўйича;
- конкрет рақобатчиларга қаршилиқ 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 танлаб олишда ҳисобга олинмоғи лозим.

4. Кейинги босқич – имиж характеристикаларини тарғиб этишнинг коммуникатив стратегияларини танлаш/ишлаб чиқиш²⁰.

Ахборот оқимини шакллантириш қоидалари кўпроқ ахборот тақдим этиш, тўхтовсиз янгиликлар етказилишини таъминлаш, меъёрни билиш, аниқ ахборот етказиш, тезкор ишлаш, ҳаққоний маълумотни рад этмаслик, ўз версиясини очиқлаш ҳамда ўз позициясини билдириб боришни талаб этади. ОАВ ойнасида мамлакатнинг ижобий имижини шакллантиришда хулосаларнинг сунъийлиги, минг афсуски, хорижий журналистларни бошқа қиёфаларни қидиришга, “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

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

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

Шундай қилиб, мамлакатнинг мавжуд халқаро имижини баҳолаш, маълум ахборот оқимини шакллантириш жараёни таҳлили, салбий, ноадекват, фрагментар (чала) ёритилишга олиб келаётган сабабларни бартараф этиш, халқаро 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, халқаро 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-қаршилик шароитида бу ҳолат янада яққол кўзга ташланади.

Тадқиқотчи Муҳаммад ал-Бухорий ушбу муаммоларни куйидагича тизимга солади:

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

мамлакатлар билан таққослашни ва, ўз-ўзидан, конфронтацияни келтириб чиқаради²¹. Албатта, бундай фикрлар изоҳ талаб қилмайди.

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

Исталган давлат имижини яратишда ўша давлатнинг таркибий 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 киёфасининг 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 имижи билан чамбарчас боғлиқдир²².

Маълумки, Россия телеканаллари Кавказ табиатининг гўзаллиги, ҳавосининг мусаффолиги, меҳнаткаш халқи ҳақида эмас, аксинча, ҳудуд тўғрисида фақат салбий ахборотлар – у ердаги нотинчликлар, қарама-қаршилиқлар, террористик ҳаракатлар ҳақида оғиз кўпиртириб гапиришни хуш кўришади. Бундай ҳолатда Россиянинг мазкур ҳудудига нисбатан ишончсизлик ва ҳадиксираш орта боради. Натижада бу ерга ташқи

²¹ Мухаммад аль-Бухари. Рекламование и международные связи с общественностью. – Т.: Университет, 2009. – С. 16.

²² 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 минтақа иқтисодий-ижтимоий ривожланишда орқада қолиб кетади. Бу эса, ўз навбатида, хавфсизлик билан боғлиқ муаммоларни туғдиради, маҳаллий аҳоли кайфиятининг радикаллашувига сабаб бўлади.

Минтақавий имиж ҳақида сўз борар экан, бу тўғрида Омск давлат университетининг тадқиқотчиси И.А.Сушненкова фикрлари ҳам эътиборга моликдир. Россиядаги федерал ва минтақавий газеталарда чоп этилган Омск вилоятига оид мақолалар таҳлил қилинганида, ушбу ҳудуднинг 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 мудҳиш воқеалар ҳақидаги салбий ахборотлар кўпроқ тарқалган. Муаллифнинг фикрига кўра, ҳудуд имижини яратишда журналистлар воқеликни объектив баҳолашлари лозим, шунингдек, тўғри сўз ва ибораларни қўллашлари керак²³.

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 қиёфа ва рамзлар маълумот-мажмуасини олишини таъминлаш мақсадга мувофиқдир.

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

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

²³ И.А.Сушненкова. 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.

(йирик халқаро ҳаво дарвозаси – “ҳаб”), Эллиққалъа (кўҳна маданият ўчоғи) ва ҳоказо. Хорижий ОАВ вакиллари ва сайёҳларнинг Европаникидан қолишмайдиған Паркент узумзорларига ташрифнинг кўпаяётганлиги ҳолатини айнан минтақа имижини мисоли сифатида алоҳида қайд этиш мумкин.

Булардан ташқари жаҳонга машҳур тарихий шахслар ва буюк алломаларнинг номлари ҳам минтақавий имижнинг ажралмас элементи ҳисобланади. Масалан, мусулмон давлатларида Бухорий номини эшитишлари билан одамлар хушёр тортадилар. Бухорийни ва Бухорони улуғлай бошлайдилар.

Ушбу масаланинг яна бир аспекти борки, кези келганда унга ҳам эътибор қаратишни ўринли деб ҳисоблаймиз. Бу маънода Андижон ва Ўш воқеалари “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 қиёфани ташкил этади.

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

1. Фуқаролик имижини – сиёсий ва иқтисодий қадриятлар даражасида;
2. Ихтисослашган имиж – касбий/ихтисослашган қизиқиш ва манфаатлар даражасида;
3. Маиший имиж – билим, танишиш билан алоқадор қизиқишлар даражасида²⁴.

²⁴ Ўша манба. – Б. 23.

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 ҳиссиётлар 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 қадрият ва урф-одатлар – мамлакатнинг маданий идентификациясига хизмат қилувчи жиҳатларни тарғиб қилиш;

- халқларни жипслаштирувчи умумий тарихий-маданий воқеа, тадбир 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, кашфиётларни қўллаб-қувватловчи мукофот ва жамғармаларнинг ташкил этилиши, халқаро илмий тадбирларнинг ўтказилиши;

- мамлакат ҳақида туристик қўлланма ва маълумотномаларнинг нашр этилиши;

- мамлакатда содир бўлаётган ижтимоий-сиёсий воқеалар;
- сиёсат, иқтисодиёт, маданият етакчилари, экспертлар, фуқаролик жамияти вакиллари ҳамда улар билан ўтказиладиган интервью ва суҳбатлар ташкил этиш²⁵.

Юқоридаги фикрлардан келиб чиқиб қуйидаги диаграммани таклиф этиш мумкин:



1-Диаграмма. Давлат халқаро имижининг таркибий қисмлари.

Кези келганда Ўзбекистоннинг ички ва ташқи сиёсати билан боғлиқ айрим мисолларни келтириб ўтишимиз жоиз.

²⁵ Данаева З. Имидж страны. Страновой брендинг. – электронное издание // www.zakon.kz

Ўрта Осиёда хавфсизлик, барқарорликни таъминлаш, хусусан Афғонистон ва Тожикистонга оид масалалар бўйича давлатимиз раҳбари илгари сурган ғояларни бутун жаҳон жамоатчилиги қўллаб-қувватлаганига бир неча бор гувоҳ бўлдик. Афғонистонга оид ташаббусларнинг мазмун-моҳияти шундан иборатки, бу ердаги маҳаллий аҳоли ўз мамлакати муаммоларини ўз манфаатларидан келиб чиққан ҳолда, қарийб 40 йил давом этаётган урушнинг тугаши, минтақадаги барқарор келажакдан манфаатдор мамлакатлар кўмагида ўзлари ҳал 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 курашаётган томонларга Афғонистонда ҳарбий ҳаракатларни тўхтатиш дастурини таклиф этиш, мамлакатни пароканда қилаётган асосий муаммо ва зиддиятлар бўйича ўзаро муроаса асосидаги ечимларни топиш, хавфсизликни таъминлаш ҳамда барча томонларнинг манфаатларини ҳисобга олган ҳолда зарур қафолатларни беришдан иборат”²⁶.

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 қутқариш Халқаро фонди ташкил этилди.

²⁶ Каримов И.А. Демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини шакллантириш – мамлакатимиз тараққиётининг асосий мезонидир. Т.: „Ўзбекистон“, 2011 й. 19- жилд. – Б. 10, 11.

Шунингдек, мамлакатимизда демократик жамият куришнинг ўзига хос хусусиятлари ҳам дунё ҳамжамиятининг диққат-эътиборида бўлди. Дарҳақиқат, Ўзбекистон Республикаси мустақиллик туфайли ҳуқуқий демократик давлат ва фуқаролик жамияти куришни асосий мақсад қилиб белгилаб олди. Давлатимиз миллий-маънавий меросимизга, миллий давлатчилик соҳасидаги кадриятларимизга таянган ҳолда ўзига хос ва мос тараққиёт йўлини танлади. Зеро ўзининг маънавий кадриятларига, меросига таянмаган, уни ҳисобга олиб умумбашарий кадриятлар, тамойиллар билан уйғунлаштира олмаган жамиятни ҳақиқий демократик жамият деб бўлмайди. 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 таркибий қисми ҳам бўла олмайди. Бу тайёргарлик кўриш ва демократия тамойилларини ўзлаштиришдан иборат анча узоқ муддатли жараёндир”²⁷. Шундай экан, мамлакатимизда демократик жамият куриш назарияси ва амалиёти масаласига алоҳида эътибор қаратилиши, бунга оид фанларнинг жорий этилиши бир томондан мамлакатимизнинг мустақилликка эришишининг самараси билан боғлиқ бўлса, иккинчидан, мустақиллик туфайли Ўзбекистон танлаган тараққиёт йўлининг устивор йўналишини демократик жамият куриш билан боғлиқ эканлигини кўрсатади.

Сир эмаски, илм-фан – ҳар қандай давлатнинг бугунги куни ва келажагини 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, илғор илмий ишланмалар ва илмий-техникавий тараққиётнинг ютуқларини самарали жорий этиш билан бевосита боғлиқ. Ишлаб чиқаришга

²⁷ Каримов И.А. Хавфсизлик ва барқарор тараққиёт йўлида. Т.6. –Т.: Ўзбекистон, 1998. – Б. 160.

инновацион технологияларни кенг жорий этиш Ўзбекистонни ҳар томонлама ривожланган давлатга айлантириш имконини берди. Бунга мисоллар жуда кўп. Ген технологиялари ёрдамида пахта, буғдой ва бошқа экинларнинг янги навларини яратишга хизмат қилаётган Ўзбекистон Фанлар академиясига қарашли Генетика институти, шунингдек, юқори ҳароратда соф ҳамда ўтга чидамли материаллар ишлаб чиқариш учун 1000 кВт қувватли катта қуёш печига эга Материалшунослик институти, Халқаро қуёш энергияси институти, Ион-плазма ва лазер технологиялари институти, Ўсимлик ва ҳайвонот олами генофонди институти, Хоразм Маъмур 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. 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, табиийки, осон жараён эмас. Шу нуқтаи 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 сабабларга кўра бу борада тезкорлик етишмайди, аниқ позиция эълон қилинмайди, ОАВ вакиллариининг саволларига жавоблар кечикади ва бундай ҳолатлар мунтазам такрорланади;

– имижнинг охириги пайтларда аҳамияти ошиб бораётган энг муҳим компонентларидан бири мамлакатнинг инвестицияларга очиқлигидир. 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 маданиятлилик, сиёсий шаффофлик ва ижтимоий масъулият мавжудлиги талаб этилади. Шунини 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 ҳар қандай ёш давлат жаҳон бозори шартларини тўлалигича қабул қилишга тайёрлигини кўрсатиши лозим: иқтисодий соҳанинг қонунан мустаҳкамланган барқарор қоидалари, йирик монополияларнинг, солиқ, суд, банк ва бошқа институтларнинг ислоҳ қилиниши инкор этиб бўлмайдиган муҳим ислоҳотлар сирасига киради;

– назарий жиҳатдан олиб қаралганда мамлакат имижини бевосита унинг вакиллари, юқорида санаб ўтилган ранг-баранг ҳудудлари 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 тасаввурларига мувофиқ ушбу давлатлар (ёки ташқи алоқалар

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

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

– Ўзбекистон имижини шакллантириш ва уни мустаҳкамлаш бўйича давлат идораларининг ўз йўналишларидан келиб чиқиб, тегишли ишларни йўлга қўйганликларини эътироф этиш баробарида, шуни 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 механизмини ишлаб чиқиб, ҳаётга тадбиқ этиш керак.

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

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

Бугунги даврда Ўзбекистон ўзининг демократик принципларга асосланган эркин фуқаролик жамияти қуриш йўлини мустаҳкам белгилаб олди ва у шу йўлдан дадил қадамлар билан одимламоқда. Бунда жамоатчилик билан алоқалар феномени мамлакат аҳолисини ягона мақсад атрофида бирлаштирувчи аҳамиятга эга. Айнан ахборот воситалари орқали мамлакатимиздаги жараёнларга ҳар бир фуқарони, бутун халқни жалб этишимиз мумкин. Тўғри, нодавлат ноижорат ташкилотлари ҳозирча ушбу соҳага етарлича маблағ ажрата олмайдилар, шу боисдан соҳанинг асосий қисмини давлат сектори ташкил этади. Давлатимизнинг ижтимоий, сиёсий, иқтисодий ва маданий ҳаётидаги муаммоларнинг бирин-кетин ҳал қилиниши бошқа соҳалар қаторида халқаро 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 фаолият юритади²⁸.

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

²⁸ Кошлякова М. Имидж в системе массовой коммуникации // Знание, понимание, умение. 2011, №1. – С. 224.

айтганда, жамоатчилик хаёлидаги, 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 ОАВ қанчалик мустақил бўлмасин, у ўзи фаолият кўрсатаётган мамлакатнинг йирик бизнесига, ҳукуматига, унинг сиёсатига бўйсунушга мажбурдир²⁹. Шу сабабдан журналистика керак жойда давлат “PR”и ва керак жойда бизнес рекламаси билан шуғулланади.

Ўтган асрнинг 90-йиллари ўрталаридан бошлаб Ўзбекистонда жамоатчилик билан алоқаларни ривожлантириш бўйича дастлабки қадамлар ташланди. Давлат ва хўжалик бошқаруви тизимида матбуот хизматлари ташкил этила бошланди. Олий таълим тизимидаги журналистика мактабларида алоҳида кафедралар тузилди, ахборот хизматлари фаолиятининг мазмун-моҳиятини кенгроқ очиб бериш мақсадида 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, айти вақтда уларнинг халқаро миқёсдаги тажрибага эга бўлишлари учун янада чуқурроқ 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 мутаносибликда 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;

²⁹ Абатуров В., Наумова Ю. Медиатехнологии в имидже государства. // Экономическое обозрение. 2003, №6. – С.35.

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 қўллашга мўлжалланган махсус PR технологиялар ишлаб чиқилган.

PR технологиялар қўлланадиган асосий йўналишлар:

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

Шунга мувофиқ PR фаолиятини урта катта гуруҳга бўлиш мумкин:

- 1) сиёсий PR;
- 2) савдо (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 миқёсида);
- ижтимоий-сиёсий вазият таҳлили;
- сайловолди ва бошқа кампаниялар олиб бориш.

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

- а) сиёсий раҳбарлар имижини яратиш;
 - б) сиёсий ташкилотлар имижини яратиш;
 - в) ҳудудлар – шаҳарлар, вилоятлар, давлатлар ва геосиёсий минтақалар имижини яратиш.
- давлат, яъни:
 - 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 мақом;

– геосиёсий бирлик;

– давлатнинг халқаро имижини – унинг халқаро майдонда ёки дунёнинг бошқа давлатлари жамоатчилиги тасаввурида 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 назаридан деярли бир хил турдош тушунча сифатида тилга олинади. Ўрнига қараб у ёки бу сўздан бири, ёхуд уларнинг ҳар иккиси қўлланишининг боиси ҳам шунда.

Бироқ, бизнинг назаримизда “имиж” “қиёфа”дан кўра бирмунча кенгроқ маънога эга. Мантиқан 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, холос³⁰.

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

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

тасаввурига кўра (*субъектив қиёфа*); коммуникациянинг бошқа иштирокчилари тасаввурда шаклланган қиёфа (*объектив қиёфа*); субъектнинг бошқа субъектлар тасаввурдаги “идеал” қиёфаси ва мақсадли шакллантириладиган қиёфадир.

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

Реклама ва PR амалиётида имиж айнан мақсадли равишда яратиладиган қиёфани англатади. Бундай қиёфа муайян аудиторияга қаратилган мақсадли эҳтиёжлар 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 сақланади, шу билан бир вақтда у ҳаракатчан ва ўзгарувчандир. У доимий равишда таҳрир қилинади, янгиланади, айтилиши вазият шароитларига ва аудитория эҳтиёжларига мослашади; ахборот реципиенти (қабул қилувчиси)нинг реакцияси бошқарилади (давлат қиёфаси характеристикалари эса анча турғунликка эга ҳисобланади)³¹;

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

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

³¹ Эл.манба: Киселев И.Ю. Проблема образа государства в международных отношениях в рамках конструктивистской парадигмы // www.elitarium.ru. 2007. Апрель. – С. 8.

географик жойлашув, сиёсий тузум, иқтисодий тизимнинг ўзига хос жиҳатлари, демографик кўрсаткичлар ва бошқа “объектив” параметрларга қараб)³²;

– имиж қиёфа билан боғлиқ, лекин, шунга қарамай, у оммавий онгнинг руҳий ориентациясига мувофиқ бўлган қонунларга бўйсунди;

– имиж объектнинг асосий хусусиятлари ва аудитория тасаввурларини бирлаштиради, фаоллаштиради.

Энди имижнинг таркибий бўлинишларини таҳлил этамиз.

Тадқиқоқтчилар томонидан имиж таркиби, унинг турли шакллари – индивидуал, корпоратив, сиёсий – турлича кўрсатилади. Аммо коммуникация бирлиги сифатида ҳар қандай имиж – индивидум, индивидумлар гуруҳи ёки социумники – индивидуал (персонал-шахсий), ижтимоий ва рамзий блокларни ўз ичига олади³³. 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, ҳудуд, чегаралар узунлиги, денгизга чиқиш ва ҳ.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 мумкин³⁴.

2. Шартли-динамик (субъектив):

- жамиятдаги ижтимоий-психологик кайфиятлар;

³² Ўша манба.

³³ Қаранг: Политическое консультирование. М., 1999.

³⁴ Ўша манба.

– мамлакатдаги ижтимоий-сиёсий бирлашмаларнинг фаолияти характери ва принциплари;

– жамият тараққиётининг ахлоқий жиҳатлари;

– иқтисодиётнинг барқарорлиги (ЯММ – ялпи миллий маҳсулот динамикаси, киши бошига даромад даражаси, инвестициялар ҳажми, бюджетларнинг молиявий таъминланганлиги, бозорда хўжалик юритаётган иқтисодиётнинг реал сектори субъектлари, уларнинг ҳуқуқ ва эркинликлари кафолатлари кўрсаткичлари билан баҳоланади);

– мамлакатнинг ҳуқуқий майдони ва қонунчилик меъёрларининг халқаро талабларга жавоб бериши;

– мамлакатдаги фаолият турлари, тармоқ ва соҳалардаги давлат бошқаруви механизмлари, ваколатлари, функциялари (ҳокимият конструкциясининг самарадорлиги).

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 жараёнига энг катта таъсир ўтказувчи омил ҳисобланади.

Аксарият тадқиқотчилар давлатнинг ўзлиги масаласига катта эътибор қаратишади (ташкилий даражада – стратегик корпоратив ўзлик)³⁵. Уларнинг фикрига кўра, “мамлакат ўзлигининг йўқотилиши давлатнинг халқаро майдондаги позицияларининг заифлашувига ва ҳаттоки унинг парчаланиб кетишига олиб келади”³⁶.

³⁵ Алешина И.В. Корпоративный имидж: стратегический аспект // Маркетинг. 2003.

³⁶ 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 эгоимижи) – кўп босқичли конструкция, яъни таркибий қурилма бўлиб, уни имижнинг таҳрир қилинувчи таркибий қисми сифатида кўриб чиқиш мумкин. Ўзлик шахсий характерга эга, шунга қарамадан, 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 илгари сурилган. У йиллик товарайрибошлаш ҳажми 10 млрд. АҚШ 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-Рикодек мўъжаз бир давлатнинг ташқи нуфузи масаласини тарихда биринчи марта бренд сифатида кўтариб чиққан. Мутахассиснинг бундан кўзлаган асосий мақсади америкаликларнинг ушбу мамлакатга бўлган салбий муносабатини ўзгартириш ва мамлакатга сайёҳларни кўпроқ жалб этиш эди³⁷. Натижада 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 кўпайишига эришилган³⁸.

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 қаратади.

³⁷ 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).

³⁸ Куртишвили Ш. Рекламный гуру (08.03.1999). Дэвид Огилви коренным образом изменил представления о рекламном бизнесе. // “Компания” деловой еженедельник. Выпуск №8 (56). М.: – С. 3.

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

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

Иккинчиси, айти маънода қуйидаги шотланд халқ мақолига эътибор қаратиш лозим: “оғир меҳнат ҳали ҳеч кимни ўлдирмаган”.

Учинчиси, реклама кампаниясида иштирок этувчи жамоани танлашда адашмаслик керак.

Ўтмигдан маълумки, Дэвид Огилви мамлакат брендингидан ташқари тайёр маҳсулотни омма орасида тарғиб қилиш, унинг рекламаси масаласи билан ҳам шуғулланган. У илгари сурган назарияга кўра, ҳар қандай маҳсулотни сотишда харидорларга у ҳақдаги қуруқ маълумотларни етказишдан кўра, товарнинг ижобий имижини яратиш муҳимроқдир³⁹. Яъни, маҳсулотнинг харидоргир бўлишини таъминлашда унинг имижини ўйлаб топиш, яратиш ҳал қилувчи аҳамиятга эга ҳисобланишини таъкидлаган.

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

Ҳозирги даврда дунё мамлакатларининг жаҳон майдонидаги обрў-эътибори, имижини даражасини белгилаш, бу йўналишда турли тадқиқотлар олиб бориш ва ҳисоботлар тайёрлаш билан шуғулланувчи нуфузли халқаро марказлар мавжуд. Хусусан, 2012 йилда британиялик Саймон Анхольт томонидан АҚШнинг “Global Market Insight” компанияси билан ҳамкорликда ўтказган тадқиқотида 25 мамлакат бренди рейтинглари эълон қилинди. Тадқиқотчи бир неча мезонлар бўйича ўнта давлат фуқаролари орасида сўровнома ўтказиб, бошқа давлатларнинг брендига баҳо беришни таклиф қилган. Тадқиқот натижалари илм-фан аҳлини биров ҳайратга солди. Чунки кўпчилик респондентларнинг фикрига кўра, Жанубий Африка Республикаси,

³⁹ Макаров И. Имидж. Домашний журнал “DasInok”. // Блог: Энциклопедия людей. 27 апреля 2012.

Мексика ва Миср каби давлатлар Туркия, Хитой ва Россиядан кўра яхшироқ имижга эга экан⁴⁰.

Тўғри, ҳар қандай тадқиқот ва сўровномада маълум миқдорда субъективлик мавжуд бўлади. Шу боис олинган натижаларни мутлақ хулоса ўрнида кўриш ҳамда улардан далилий асос сифатида фойдаланиш тўғри бўлмайди. Шунга карамай бундай тадқиқотлар натижалари муайян аудиториянинг у ёки бу мамлакатга бўлган муносабатини кўрсатиб беради. Яъни, асосий урғуни тадқиқотнинг субъективлигига эмас, балки рейтингда паст ўринларда турган давлатлар халқаро имиж шакллантириш ишида, ўзи ҳақидаги ахборотни жаҳон жамоатчилигига етказишда хато ва камчиликларга йўл қўйганларига бериш лозим.

Ҳозирги пайтда “мамлакат брендинги” соҳасида дунёда танилган йирик мутахассислардан бири Саймон Анхольтнинг фикрига кўра, “миллий брендни ташкил этишнинг 80% мувофиқлаштириш ишлари (яъни давлат ташкилотларининг бу борадаги саъй-ҳаракатлари, олиб бораётган ишларини тўплаш, умумлаштириш, яхлит механизмни жорий этиш – Б.А.) билан боғлиқ, 15% коммуникация ва қолган 5% илҳомланишдан (яъни бу жараёнда ОАВ ва бошқа оммавий коммуникация воситаларининг роли ҳамда барча иштирокчиларнинг ана шу ишларни сидқидилдан амалга оширишидан – Б.А.) иборатдир”⁴¹. Шулар қатори С.Анхольт мамлакат имижини билан товар имижини ўртасида катта фарқ борлигини алоҳида таъкидлайди, унинг, “мамлакат – бу Coca-cola маҳсулоти эмас”, деган ўзига хос сўз ўйини замирида катта маъно бор. Бундан кўринадики, мамлакат имижини анча мураккаб ва ўзига хос масаладир.

Мамлакатнинг имижини бошқа хорижий давлатлар билан муносабатларида ҳам ўз аксини топади. Геосиёсий нуқтаи назардан ташқи муносабатларнинг ахборотлаштириш таъсиридаги тараққиётини

⁴⁰ www.pr.ru

⁴¹ 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).

даврлаштириш учун А.Н. Чумаков томонидан умумдунёвий жараёнларни англаш борасида таклиф этилган қуйидаги босқичларга эътибор қаратиш ўринлидир ⁴².

1. XVIII асрнинг иккинчи ярмидан XX асрнинг 20-йилларига қадар – дунёдаги мавжуд ижтимоий муаммоларни яхлит тарзда англаш даври. Бунда воқеликка даставвал географик жиҳатдан, сўнгра эса иқтисодий ва кейинчалик сиёсий нуқтаи назардан эътибор қаратилган.

2. XX асрнинг 20–60-йиллари – дунё жамоатчилиги эътибори асосан экологик муаммоларга қаратилган. Бу даврда жамият ва табиат ўртасидаги муносабатларга доир назарий қарашларда туб ўзгаришлар содир бўлган.

3. Шунини алоҳида қайд этиш ўринлики, 1648 йилдан 1990 йилгача бўлган даврда давлатлараро муносабатларда Вестфаль модели⁴³га амал қилинар эди. Аниқроғи, суверен давлат фақат ўзининг географик ҳудудидагина фаолият олиб боради, бу ерда исталганча ҳукмронлик қилади. Лекин бошқа мамлакатларнинг ички ишларига аралашмайди.

XX асрнинг ўрталаридан ахборотнинг жамият ҳаётидаги ўрни аста-секин кенгая бошлади.

4. XX аср 60-йиллар охири ва 80-йиллар ниҳояси – глобал муаммолар тадқиқ этила бошланди. Дунё жамоатчилиги ахборотлар ҳақида жиддий бош қотирадиган бўлди.

5. 1990 йиллардан ҳозирги давргача – глобаллашувни жараён сифатида англаш бошланди. Жаҳон жамоатчилиги ахборотлар оқими теварагида ўралашиб қолди. Умумий маънода тараққиёт ҳам фақат ахборотга боғлиқ бўлмоқда.

А.Н. Чумаковнинг фикрига кўра, эндиликда постглобаллашув даври бошланади.

Маълумки, бугунги дунёда ахборот муҳим аҳамиятга эга бўлган сиёсий омил ҳисобланади. Дунё бўйича хабар тарқатувчи оммавий ахборот

⁴² Чумаков А.Н., Указ.соч. – С.368,369

⁴³ Вестфальская модель мира. // <http://lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0126907>

воситаларига эга бўлган давлатлар ер юзида кечаётган сиёсий воқеаларни ўз манфаатларидан келиб чиққан ҳолда талқин қиладилар ва бошқаларга етказадилар. Тарқатилаётган хабарларнинг катта қисми асл ҳақиқатдан йироқ бўлганлиги сабабли кўпгина мамлакатлар ва халқлар тажовузкор давлатларнинг таъсирига тушиб қолмоқдалар. Бу эса адолатсиз урушларнинг давом этишига олиб келмоқда. Ана шундай ҳолатларни назарда тутган ҳолда дунё медиа маконини – оммавий ахборот воситалари омилини ҳам таҳлил этиш мумкин.

Шу ўринда мазкур тадқиқотимизнинг асосий мавзуси бўлган имижни шакллантиришда ОАВнинг ўрни, субъектнинг ОАВ билан муносабатлари масаласига алоҳида тўхталиб ўтиш лозим. Чунки ОАВ давлатнинг халқаро имижини шакллантириш жараёнини амалга оширишнинг технологик асоси-таркиби ҳисобланади.

Хўш, қандай тузилмалар ушбу фаолият билан шуғулланиши керак? Субъектлардан ҳар бирининг масъулият ва жавобгарлик чегараларини ким аниқлайди? Мазкур жараён механизми нималардан иборат? Назорат тизими, ролларни тақсимлаш, зарурий ахборот филтрларини жорий этиш ва бошқа тегишли масалалар тўғрисида ўйлаш вақти келмадимикан?

Жамоатчилик билан алоқалар амалиётида ОАВ турли даражадаги муносабатлар, алоқалар ўрнатилишида кўприк вазифасини ўтайди. ОАВ билан ўзаро ҳамкорлик алоқаларининг асоси доимий ахборот оқимининг шакллантирилишидан иборатдир. Агар гап хорижий аудиториялар ҳақида кетаётган бўлса ҳам, ушбу оқимни биринчи ўринда мамлакат ичида шакллантириш зарур. Чунки хорижий ОАВ учун ахборот манбаи бўлиб аксарият ҳолатларда маҳаллий ОАВ хизмат қилади. Мисол учун кўплаб чет эллик мухбирлар Би-Би-Си мониторинг хизматининг Ўзбекистон матбуоти асосида тайёрлаган дайджестларидан фойдаланишади. Шу билан энг муҳим мақсадли гуруҳлардан бири аниқланмоқда. Булар – мамлакат ҳудудида аккредитациядан ўтказилган хорижий ОАВ ходимларидир.

Ахборот оқими муайян идеологик парадигмада шакллантирилиши мумкин эмас, у рақобатбардош бўлиши, халқаро медиамайдон талабларига мос бўлиши лозим. Ахборот оқимлари бирлаштирилиши керак, аммо бу импульс ягона манбадан чиқса, ишончилигини йўқотади. Яъни фақат марказлашган “Информбюро”лар орқали хабар тарқатиш даври аллақачон ўтиб бўлган.

С.Блекнинг “Введение в публик рилейшнз” китобида қайд этилганидек:

– мақсадли аудитория билан (интерактив мулоқотларни жонлантириш – Б.А.), учрашувлар ташкил этиш;

– маъмурий ресурслар кўмагида иш олиб бориш;

– ижтимоий-сиёсий вазият таҳлилини юритиш;

– сайловолди ва бошқа кампанияларни эркин ёритиш⁴⁴ керак.

Бу алгоритмни мукамал деб бўлмайди, албатта. Лекин назаримизда, АҚШ PR мактабида бундан бошқача бўлиши мумкин эмас. Чунки америкалик мутахассислар учун жараённинг назарий асослари эмас, балки унинг ўзи, амалиёти муҳимроқдир.

П.Жукованинг фикрича, “Замонавий социумда доимо объектив равишда субъектларнинг мудофаа, хавфсизлик ва имиж шакллантириш соҳасидаги ҳатти-ҳаракатларини мувофиқлаштириб боришга эҳтиёж туғилади. Турлича ҳатти-ҳаракатлар ва қизиқишларни мувофиқлаштиришга мўлжалланган ана шундай институт – жамоатчилик билан алоқалардир. У, бизнингча, мамлакатда мудофаа ва хавфсизлик соҳаларининг демократик назорати тизимининг таркибий қисми бўлиши лозим”⁴⁵. Ушбу таърифда халқаро жамоатчилик билан алоқаларнинг муҳим функцияларидан бири – мамлакатнинг миллий хавфсизлигини таъминлаш функциясига алоҳида тўхталиб ўтилган. Лекин, юқорида кўрганимиздек, халқаро жамоатчилик билан алоқалар жуда кўп вазифаларни бажаради. Шу туфайли ҳам уни ҳар томонлама ривожлантириш муҳим масала бўлиб қолаверади.

⁴⁴ Блэк С. Введение в публик рилейшнз. – Ростов – н – Д., 1998. – С. 33.

⁴⁵ Жукова П. Имидж России и её безопасность: диалектика взаимосвязи. // Власть. 2010,02. – С. 55.

Жамоатчилик билан алоқаларнинг назарий асослари ва тартиблари Ўзбекистонда ҳам мутахассислар томонидан тадқиқ этилган бўлиб, улар муайян тизимга солинган. Унга кўра, сиёсатда PR технологияларини қўллаш 7 босқичга ажратилади:

I босқич. Ўзаро ишончга асосланган фаолиятни шакллантириш.

– фаолиятни ташкил этиш учун қулай муҳит, томонларга бир-бирини билиш, хабардор 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 қисқартириш;

– ўзаро ҳамкорлик “Сен – менга, мен – сенга” тамойилига асосланади.

V босқич. Хулосавий ҳужжатларни тузиш.

– томонларнинг келажакда ўзаро ҳаракати, режалаштирилган ишлари 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.⁴⁶

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 соҳаларига ҳам қўллаш мумкин.

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

⁴⁶ 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;
- с) ҳудудлар – шаҳарлар, вилоятлар, давлатлар ва геосиёсий минтақалар имижини яратиш.

Бир гуруҳ тадқиқотчиларнинг фикрларига кўра, мазкур бандлар орасидаги чегаралар ноаниқ. Шунинг учун улар битта объектни тўлақонли таърифлай олиши ёки айна пайтда бир-бирининг таркибига кириб кетиши мумкин. Бундай ҳолат айниқса алоҳида давлат имижини ҳақида сўз кетганда яққол кўзга ташланади. Масалан, Президент имижини бу давлат имижидир ва аксинча, давлат имижини бу ўша мамлакат раҳбарининг имижини билан чамбарчас боғлиқ бўлган умумий кифо ҳисобланади. Фикримизча, гап давлат институтига қандай ракурсда ёндашишга боғлиқ. Умумқабул қилинган таърифга кўра, “давлат – жамият қуришининг алоҳида шакли бўлиб, у чекланган бир ҳудудда амалда бўлади”⁴⁷. Шундан келиб чиқиб, маълум бир географик ҳудудда жойлашган мамлакат ўзига хос, бетакрор (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. Айна 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 мақом;
- геосиёсий бирлик⁴⁸.

⁴⁷ <http://www.ru.wikipedia.org/государство.htm>

⁴⁸ Ўша манба.

Демак, контекстдан келиб чиққан ҳолда айрим ўринларда давлатни ташкилот – корпорациянинг кенгайтирилган кўриниши деб ҳисоблаш ҳам мумкин. Бу ҳолда давлат имижини корпоратив имижининг алоҳида кўриниши, деган хулоса келиб чиқади. Корпоратив имиж эса “ташкилот маҳсулоти ёки хизматлари эмас, унинг ўз хусусий имижидир”⁴⁹.

Лекин масаланинг бошқа бир томони бор. У ҳам бўлса одатда ОАВда ва хаттоки 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 ярим мустақил давлатчилик субъектлари том маънода давлат ҳам (сиёсий мустақиллик йўқ), мамлакат ҳам (бошқа мамлакатнинг таркибий қисми) ҳисобланмайди. Шу нуқтаи назардан мамлакат имижини ҳақида гап кетганда ушбу тушунчани корпоратив имиж таркибига киритиб бўлмайди. Наздимизда, бу янада кенгроқ тушунчадир.

Қўлланманинг ушбу қисмида таҳлилга тортилган масалани кенгроқ англаш учун журналистиканинг тутган ўрнига ҳам алоҳида эътибор қаратишимиз зарур. Табиийки, бу маънода медиатеологиялар биринчи ўринга чиқади. Чунки улар мақсадга эришишнинг журналистик йўлини белгилайди.

Медиатеологиялар ёрдамида турли миллат ва мамлакатлар вакилларининг ахборотни қабул қилиш психологиясига алоҳида аҳамият берилади. Натижада 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

⁴⁹ Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз.: М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – С. 25.

майдонида қўлда автомат билан тургандан кўра, эфирда микрофон билан турган афзалдир”⁵⁰.

Юқоридаги мулоҳазаларга таянган ҳолда давлат имижининг айрим жиҳатларига тўхталиб, унга доир таъриф ва назарий тушунчаларни келтириб ўтиш мумкин. Афсуски, жамоатчилик билан алоқалар билан боғлиқ миллий мактабимизда бу масала тўлалигича ёритилмаган. Аммо рус мактабида давлатнинг халқаро имиж билан боғлиқ бўлган асосий тушунчалар алоҳида кўрсатилиб, улар учун махсус таърифлар ишлаб чиқилган. Мисол учун З.Данаеванинг “Имидж страны. Страновой брендинг” мақоласида мазкур тушунчаларга қуйидагича таъриф берилади:

Давлатнинг халқаро имиж – унинг халқаро майдонда ёки дунёнинг бошқа давлатлари жамоатчилиги тасаввурида шаклланган қиёфаси.

Ташқи сиёсий PR – давлатнинг барқарор ижобий имижини шакллантириш ва хорижий аудитория/жаҳон ҳамжамиятида у ҳақда маълум муносабат яратишга йўналтирилган фаолият⁵¹.

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

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

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

⁵⁰ Абатуров В., Наумова Ю. Медиатехнологии в имидже государства. // Экономическое обозрение. 2003, №6. – С.37.

⁵¹ Эл.манба: Данаева З. Имидж страны. Страновой брендинг. www.zakon.kz

– реклама ишида имижда мурожаат қилиш 1963 йилга бориб тақалади ва у Пуэрто Рикодек қоқоқ, кичик бир давлатни реклама қила олган Дэвид Огилви номи билан боғлиқдир. Ушбу назариянинг ўзига хос жиҳати шундаки, бозорда конкрет маҳсулотни сотиш учун нафақат у ҳақдаги маълумотларни тарқатиш, балки унинг мавқеини, имижини яратиш муҳимроқдир. Товар тўғрисида ишлаб чиқилган имиж унинг тезроқ сотилишига хизмат қилади. Бироқ Д.Огилви ана шу маҳсулотнинг ўзига хослиги, бетакрорлигини эътироф этиш ёки яширин жиҳатларини қайд этиш ҳам яхши самара бериши мумкинлигини эътибордан четдан қолдирган. У шунингдек, товар имижининг классификациясини аниқ келтирмаган;

– Саймон Анхольт 1996 йилда миллий бренд концессиясини ишлаб чиққан ва у бугунги кунга қадар 50дан зиёд давлат, ҳукумат ва шаҳар раҳбарлари билан бевосита ҳамкорлик қилган. У шунингдек, 2002 йилда илк бор “жой (ҳудуд) 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 майдонидаги обрў-эътибори, имижи 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

таъсирига тушиб қолмоқдалар. Бу эса адолатсиз урушларнинг давом этишига олиб келмоқда;

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

Хорижий ОАВда Ўзбекистонда кечаётган ислохотларга муносабатларнинг хилма-хиллиги муаммоси

Жаҳон геосиёсий харитасида пайдо бўлган Ўзбекистон каби ёш мустақил давлат медиа-имижининг яратилиши ва шаклланиши масаласи билан боғлиқ масала тадқиқ этилар экан, мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотларга нисбатан муносабатларнинг бир-бирига ўхшамаслиги жиддий муаммолардан эканлиги кўзга яққол кўринади.

Сир эмас, ҳозирги даврда дунёни йирик ахборот марказлари бошқариб келмоқда. Биргина “Reuters” агентлиги 94 мамлакатнинг 200 та шаҳрида ўз бюросига эга бўлса, “Associated Press” агентлиги 120 мамлакатда ўзининг 243 та бюросига эгадир. Мазкур ахборот агентлигининг ахборотлари ҳар куни 1700 тадан ортиқ газета, 5000 тага яқин телеканаллар ва радиолар орқали кенг жамоатчиликка етказилади. Шунини таъкидлаш керакки, бундай шароитда ахборот таъминоти маълум мақсадга йўналтирилган ҳамда биртомонламалиги эҳтимоли юқори бўлишидан ташқари, ахборотлар дунё жамоатчилигига айнан агентлик эгалари хоҳлаган кўриниш ва талқинда етказилади.

Шу ўринда савол туғилади: қудратли бир “қўл” остида жамланган жаҳондаги энг йирик ахборот тарқатувчи марказлар фаолиятида ҳолислик шартларига қанчалик риоя қилинади? Санаб ўтилган ахборот “фабрика”лари, биринчи навбатда, кимнинг манфаатларига хизмат қилади? Ахборот, ахборот-коммуникация технологиялари (интернетни қўшиб ҳисоблаганда) сон-саноксиз одамлар онг-шуурини бошқариш, манипуляция қилиш, турли ижтимоий-сиёсий ғаразларни рўёбга чиқариш, тафаккурларни бузиш, беҳаё маҳсулотларни тарғиб қилиш, террористик гуруҳларни қўллаб-қувватлаш, бошқа мустақил давлатларнинг ички ишларига аралашган ҳолда ғалаёнлар ва давлат тўнтаришларини экспорт қилиш, заифроқ мамлакатлар ҳудудида тартибсизликлар келтириб чиқариш воситасига айланаётган бир замонда

“рақамли тенгсизлик” нақадар хавфли, хатарли эканлигини исботлашга ҳожат қолмайди. Шу билан бирга ушбу мамлакатлар интернет, телерадио ва бошқа каналлар орқали янгиликлар тарқатилишини технологик жиҳатдан ҳам ҳар томонлама назорат қилишни қўлга олганидан келиб чиқилса, биз назарда тутган хавф-хатар янада жиддий эканлиги кўринади. Табиийки, бундай ҳолат мамлакатнинг нафақат ташқи имижи балки унинг ички имижига ҳам путур етказиши мумкин. Чунки бу каби уйдурма ахборот оқимлари фуқаролар орасида келажакка ишончсизлик ва ижтимоий норозилик кайфиятини уйғотади. Ёшларнинг онгига салбий таъсир ўтказади, маънавий оламини издан чиқаради. Шу боис Ўзбекистон Президенти И.Каримов ушбу долзарб муаммо ҳақида тўхталар экан, жумладан шундай дейди: “Аввало, бундай хатти-ҳаракатлар замирида ўз ҳаёти ва келажagini ўз қўли билан барпо этаётган давлатлар, жумладан, Ўзбекистонга нисбатан муайян сиёсий марказлар томонидан турли хил фалсафий, мафкуравий, информацион воситалардан усталик билан фойдаланган ҳолда таъсир ўтказиш, ҳали дунёқараши тўлиқ шаклланмаган ўғил-қизларимизни танлаган йўлидан оғдириш, уларнинг қалбига биз учун мутлақо бегона ва зарарли бўлган қарашларни сингдириш, маънавий илдиз ва томирларимиздан жудо қилишдек ғаразли интилишлар яширингани бугун тобора аён бўлмоқда”⁵².

Бугун шуниси аниқки, бир давлатнинг бошқа давлат томонидан яратилган имижи жаҳон ҳамжамияти ва ушбу давлат фуқароларининг муносабатига катта таъсир кўрсатади. Айниқса қудратли ахборот технологияларига эга ташқи кучлар томонидан ташкил этиладиган ахборий хуруж катта хавф туғдиради.

Зеро, у нафақат жаҳон ҳамжамиятига, балки ахборот билан таъминланиши заиф йўлга қўйилган (техника ва технологияларнинг ривожланмаганлиги; ахборотнинг ёпиқлиги; цензуранинг мавжудлиги туфайли) мамлакат жамоатчилиги ичида ҳам психологик бўҳрон келтириб

⁵² Каримов И.А. Энг асосий мезон – ҳаёт ҳақиқатини ақс эттириш. Т.: “Ўзбекистон”, 2009. – Б. 6.

чиқариши мумкин. Шу боис ҳам давлатнинг ижобий имижини яратишда муайян конструкт, қонун-қоидалар бўлиши лозим.

Тўғри, мамлакатнинг ижобий имижини фуқароларда ватанпарварлик туйғусини тарбиялаб боради. Шунингдек, аҳолини турли муҳим, долзарб муаммоларни биргаликда ечишда фаол иштирок этишга, хусусан модернизация масалаларини ҳал этишга сафарбарликка чорлайди. Лекин шу билан бирга халқ ўз ўтмишини билиши, бугунги кунини эътироф этиши, англаши, келажакини 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 йили хорижда – дунёнинг 20дан зиёд давлатларида қисқа ва узоқ муддатли хизмат сафарларида ўтди. Шу фурсат давомида Мустақил Ўзбекистон мавзусининг мазкур мамлакатлар оммавий ахборот воситаларида ёритилишини бевосита кузатиш, ўрганиш ва таҳлил қилиш имкони туғилди. Гувоҳи бўлганимиздек, Гарб мамлакатлари (Буюк Британия, Германия ва АҚШ) оммавий ахборот воситаларида аксарият ҳолларда бир томонлама, танқидий материаллар беришга мойиллик сезилса, МДҲ (Россия, Қозоғистон, Тожикистон, Қирғизистон ва Озарбайжон) мухбирларида “об-ҳаво”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 мутассаддилари билан ўтказилган тор доирадаги учрашувларда улар “юқори”дан олинган топшириқ асосида иш кўришларини бир неча бор очиқ-ойдин тан олишганлигини айтиб ўтиш керак.

Умуман олганда, МДҲ ва Шарқ мамлакатлари, хусусан Россия, Қозоғистон, Хитой, Япония, Жанубий Корея, Сингапур, Малайзия,

Ҳиндистон, Туркия, Миср, БАА каби давлатларнинг даврий матбуотида Ўзбекистонга доир хабарлар ва мақолалар тез-тез эълон қилиб борилади. Аммо Ғарб давлатлари, чунончи, АҚШ, Германия, Буюк Британия, Руминия медиа худудида бундай чиқишлар айтарлик кўп эмас. Биргина мисол. АҚШ Давлат Департаментининг ташаббуси билан 2000 йилнинг апрель-май ойларида мамлакатнинг 10 га яқин штатида фаолият олиб бораётган етакчи газета ва журналлар таҳририятлари ҳамда телестудияларида хизмат қиладиган маҳаллий журналистлар билан бевосита учрашувлар ташкил этилди. Ўтказилган ўзаро ижодий суҳбатлар чоғида америкалик журналистларнинг аксарияти Ўзбекистон ҳақида етарлича маълумотга эга эмасликларини тан олишди⁵³.

Хўш, бундай ҳолатнинг сабаби нимада эди? Чунки, ўша пайтда Ўзбекистон Мустақилликнинг қарийб 10 йилини босиб ўтган бўлса-да, дунё медиа маконига мамлакатимиз ҳаёти ҳақидаги маълумотлар, хабарлар жуда кам тарқатилар эди. Айрим вазирлик ва ташкилотларда, давлат ва хўжалик органларида ўз фаолиятини бошлаган, хориждаги элчихоналаримиз таркибида ташкил этилган Ахборот хизматлари жаҳон стандартларига мос равишда, тўлиқ фаолият олиб бормасди. Афсуски, бу каби вазият ҳозирги даврга келиб (орадан 10-15 йил вақт ўтди – Б.А.) ҳам айтарлик ижобий томонга ўзгармади.

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

Японияда чоп этиладиган “Nippon-Evrasia” газетасида “Ўзбекистон – изчил демократик ривожланиш йўлида” сарлавҳали мақолада

⁵³ Zoghby J.C. Wedding bells for Belk? // Charlotte Business Journal, May 15, 2000, 12:00am EDT

мамлакатимизнинг мустақил тараққиёт йиллари давомида қўлга киритган ижтимоий-сиёсий муваффақиятлари атрофлича таҳлил этилган.

Шу билан бирга Ўзбекистонда замонавий демократиянинг энг муҳим институти ҳамда халқ хоҳиш-иродасини ифодалашнинг шакли бўлган эркин сайловлар ўтказилишига алоҳида эътибор қаратилиши ҳам япон газетхонларига маълум қилинган. “Ўзбекистонда миллий қонунчилик талаблари ва халқаро ҳуқуқ меъёрларига мувофиқ, сайловлар очиқлик ва ошкоралик шароитида, муқобиллик умумий, тенг, тўғридан-тўғри сайлов ҳуқуқи асосида яширин овоз бериш йўли билан ўтказилади, сайлов жараёнига давлат ҳокимияти органларининг аралашувига йўл қўйилмайди. Мамлакатда сайловларнинг самарали меъерий-ҳуқуқий замини яратилган, деб ёзади “Nippon-Evrasia” газетаси.

Ўзбекистондаги сайлов мавзуси Хитой оммавий ахборот воситалари саҳифаларида ҳам кенг ёритилди.

Хусусан, ушбу мамлакатда чоп этиладиган нуфузли нашрлардан бири – “Женьмин жибао” газетасида “Ислом Каримов Президент сайловида 90 фоиздан зиёд овоз тўплади” сарлавҳали мақола босилиб чиқди. Унда маълум қилинганидек, дастлабки маълумотларга кўра, сайловчиларнинг 90,39 фоизи Тадбиркорлар ва ишбилармонлар ҳаракати - Ўзбекистон Либерал-демократик партиясидан кўрсатилган номзод И.Каримовни ёқлаб овоз бердилар.

“Женьминь жибао” алоҳида таъкидлаганидек, Ўзбекистон Республикаси Президенти сайловида дунёнинг 43 мамлакати ва бешта халқаро ташкилотдан 300 нафарга яқин вакиллар кузатувчи сифатида иштирок этишди. Улар орасида миллий парламент ва сайлов органларининг раҳбарлари, жамоат ташкилотлари ва оммавий ахборот воситаларининг вакиллари, олимлар ҳамда сиёсатшунослар бор эди.

Шунингдек, “Синхуа” ахборот агентлиги ҳам ушбу мавзуга мурожаат этиб, Си Цзинпин Ислом Каримовни Ўзбекистон Президенти лавозимида сайлангани билан қутлади» сарлавҳали материални эълон қилди. Унда Хитой Халқ Республикаси раиси Си Цзинпин шу йил 30 март куни Президент

лавозимига сайлангани муносабати билан И.Каримовга табрикнома йўллагани ўқувчилар эътиборига ҳавола қилинган.

Дарҳақиқат, мамлакатимизнинг дунё медиамаконидаги имижини шакллантиришда чет эллик мухбирларнинг ҳам ўрни катта. Мазкур йўналишдаги ҳаракатларни такомиллаштиришнинг назарий ва амалий жиҳатларига эътибор қаратиш, уни чуқурроқ ўрганиш, таклифлар ишлаб чиқиш ишимизнинг асосий вазифаларидандир.

Жумладан Ўзбекистон Республикаси ташқи ишлар вазирлигида доимий аккредитациядан ўтган хорижий журналистларнинг мамлакатимиз тўғрисида эълон қилган материаллари умумий шаклда қуйидагича таҳлилга тортилди:

– Россия ОАВ вакиллари:

Россия ахборот агентликлари орасида Ўзбекистон билан боғлиқ материаллар РИА Новости, “Регнум”, “Интерфакс” каби ахборот агентликлари мухбирлари томонидан мунтазам равишда ёритилади. Ушбу ОАВ журналистлари республика ҳаётининг турли қирралари, хусусан сиёсий, иқтисодий, ижтимоий ва маданий соҳалардаги янгиликларни тезкор ва ҳаққоний характерда бериб боришга ҳаракат қилишади. Мақола ва хабарлар расмий манбаларга таянилган ҳолда аниқ фактлар асосида тайёрланади. Улар россиялик ўқувчиларни қизиқитирадиган жуда кўплаб соҳаларни қамраб олади.

Ўзбекистон ҳақида бир йил мобайнида “РИА Новости” агентлиги ўртача ҳисобда 1000 дан зиёд, “Регнум” – 3000 га яқин, “Интерфакс” – 300 та материал эълон қилади. Шу ўринда яна бир муҳим аспектга эътиборни қаратиш лозим. Россиянинг юқорида номлари санаб ўтилган ахборот агентликлари мамлакатда фаолият олиб бораётган барча оммавий ахборот воситалари учун етакчи ахборот манбаи ҳисобланади. Яъни Ўзбекистон ҳақида ушбу агентликлар тарқатган ҳар бир хабар ва янгиликдан Россиядаги жуда кўплаб газеталар, телевидение ва радиоканаллар фойдаланишади.

Медиамаконда ўз муқим ўрнига эга бўлган ОАВдан ташқари россиялик шундай журналистлар ва минтақавий экспертлар ҳам борки, улар

Ўзбекистонда доимий аккредитациядан ўтмаган бўлсалар-да, Москва шаҳридаги ўз таҳририятларидан туриб мамлакатимиз ҳақида мунтазам равишда мақолалар ҳамда шарҳлар эълон қилиб борадилар. Шулардан “Независимая газета” шарҳловчиси Виктория Панфилова, “Московские новости” газетасининг махсус муҳбири Аркадий Дубнов, “РИА Новости” агентлиги шарҳловчиси Дмитрий Косирев, “ИнфоШОС” веб-портали бош муҳаррири Татьяна Синицина, Ўрта Осиё ва Кавказ бўйича эксперт Зураб Тодуа ва бошқа қатор мутахассислар Ўзбекистоннинг сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий ҳаётига доир ўз материаллари билан вақтли матбуотда фаол қатнашмоқдалар.

Масалан, 2009 йил 27 декабрь куни Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатасига бўлиб ўтган сайловлар дунё оммавий ахборот воситалари, шу жумладан Россия матбуотида кенг ёритилганлигини алоҳида қайд этиб ўтиш керак⁵⁴.

ИнфоШОС ахборот-таҳлилий порталининг бош муҳаррири Т.Синицина “Сайлов ҳуқуқи – Ўзбекистон демократия самарасини кўрмоқда” сарлавҳали мақоласида “мамлакат бу йилги сайлов жараёнларига ғоят пухта ва масъулият билан, сайлов процедурасининг бор ҳажмини бутунлигича 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 Қонунга асосан, 2009 йил декабр ойида бўлиб ўтган сайловлар мамлакатни демократик янгилаш ва модернизация қилиш борасидаги ислохотларни чуқурлаштиришда муҳим босқич вазифасини ўтайди”, дея қайд этади⁵⁵. Муаллифнинг фикрига кўра, бу Ўзбекистон Республикаси Президенти И.Каримовнинг “Дунёнинг кўпгина давлатлари эркин фуқаролик жамиятига асрлар давомида тўпланган тажриба ва демократик анъаналарнинг

⁵⁴ Дунё матбуоти Ўзбекистонда бўлиб ўтган сайловлар ҳақида. // jahonnews.uz 05.01.2010. 11:57.

⁵⁵ www.jahonnews.uz

ривожланиши асосида келишган. Биз ҳам ана шундай жамият барпо этишни орзу қиламиз ва шунга интиламиз” деган сўзларини тасдиқлайди.

Ушбу муаллифнинг Ўзбекистон билан боғлиқ мавзулардаги бошқа катор мақолаларини ҳам санаб ўтиш мумкин⁵⁶.

Умуман олганда, қарийб 30 йил давомида РИА Новости ахборот агентлигида меҳнат қилган, кейинчалик “ИнфоШОС” янгиликлар порталини бошқариб келаётган тажрибали мухбир Т.Синицина Россия оммавий ахборот воситаларида ёритилган Ўзбекистон билан боғлиқ энг кўп мақолалар муаллифларидан ҳисобланади⁵⁷.

Татьяна Синицина томонидан тайёрланган яна бир таҳлилий мақола 2014 йил 29 декабрь куни “ИнфоШОС” ахборот порталида эълон қилинган бўлиб, у “Сайловлар ОБСЕ га ёқиш учун ўтказилмайди⁵⁸”, деб номланади. Муаллиф эътирофига кўра, Ўзбекистонда Олий Мажлис Қонунчилик Палатасига бўлиб ўтган сайловларда мамлакат фуқаролари жуда фаол иштирок этган. Россиялик мухбир сайловларда хорижий кузатувчи сифатида қатнашганлиги ҳамда сайлов жараёнининг ўзига хослиги, шу билан бирга миллий кадриятлар ҳақида ўз ижобий таассуротларини батафсил ифода этади.

Сайлов жараёнларида жами 5 та халқаро ташкилот, шунингдек, жаҳоннинг 50 та мамлакатидан 300 дан зиёд кузатувчилар иштирок этганини қайд этар экан, Т.Синицина бир фактга алоҳида эътибор қаратади ва ўз хулосасини шундай баён этади. Халқаро ташкилотлардан бири – ОБСЕ, одатдагидек мантиқсиз совуққонлигини намойиш этиб, ўтказилаётган сайловларга тўлиқ эмас, балки чекланган кузатувчиларини жўнатди. Бу эса ушбу ташкилотнинг демократик жамият қураётган ёш, суверен давлатга

⁵⁶ Шу манба: O'zbekiston parlament saylovlariga hozirlik ko'rmoqda -19.08.2009 17:10; Ташкент выпустил меня в мир, указав ту дорогу, которая стала судьбоносной -13.08.2011.11:48.

⁵⁷ Узбекистан вкушает плод демократии - право выбора. // <http://www.infoshos.ru/ru/?idn=5289>

Россия – Узбекистан: 20 лет дипломатического диалога // <http://www.infoshos.ru/ru/?idn=9653>

⁵⁸ Синицына Татьяна, главный редактор «ИнфоШОС», Выборы проводятся не для того, чтобы понравиться ОБСЕ 29.12.2014 14:19. <http://www.infoshos.ru/ru/?idn=13605>

нисбатан ҳурматсизлиги белгисидир. Ваҳоланки, ушбу сайловлар ОБСЕ га ёқиш учун ўтказилмади, дейди мухбир.

Шуни алоҳида қайд этиш ўринлики, “Независимая газета”нинг шарҳловчиси Виктория Панфилова Ўзбекистон Республикаси Президентидан эксклюзив интервью олган санокли хорижий мухбирлардан ҳисобланади. Унинг ушбу суҳбат асосида тайёрлаган “Империя даврида бизни иккинчи даражали одамлар, деб ҳисоблашарди” (“При империи нас считали людьми второго сорта”) сарлавҳали материали Россиядаги кўп сонли газетхонларнинг эътиборини тортди⁵⁹.

– Британия ОАВ вакиллари:

Ушбу мамлакат мухбирларининг Ўзбекистон ҳаётига доир материалларида асосан салбий бўёқлар, қуруқ бўхтонлар учраб туради. Хусусан “Рейтер” агентлиги материалларида бирёқламалик кўзга ташланади. Бундай ҳолат агентлик мухбирларининг Ўзбекистон Республикасида аккредитация ололмаганликлари натижасида уларда пайдо бўлган аламзадалик билан изоҳланиши мумкин. Ваҳоланки, ҳар қандай хорижий мухбир ўзи фаолият юритаётган мамлакатга ҳурмат билан муносабатда бўлиши керак.

Афсуски, ноҳолис ёндашув асосида ёзилган мақолалардан жуда кўп мисоллар келтириш мумкин. 2009 йилнинг апрель ойида агентлик сайтида “In a closed Central Asian state, trouble brews” (“Марказий Осиёнинг ёпиқ давлатида муаммолар юзага келмоқда”) деб номланган мақола эълон қилинган.

Мақоланинг мазмун жиҳатидан кўр-кўрона ёзилгани, провакацион характерга эгаллиги билиниб турибди. Унда муаллиф Ўзбекистон ҳукумати томонидан олиб борилаётган ички ва ташқи сиёсатнинг айрим жиҳатларини қоралаган. Агентликнинг МДХ ва минтақа бўйича асосий вакиллари ҳисобланган М.Стотт ва М.Головнина ушбу мақола орқали республикани танқид остига олиб, гўёки бу орқали ўзларининг Ўзбекистонда ишлашлари

⁵⁹ При империи нас считали людьми второго сорта. // Независимая газета, - М.: 15 января 2005г.

учун рухсатномаларини узайтиришга қандайдир “компромис” қидирган бўлишлари ҳам мумкин. Ваҳоланки, журналистик фаолият билан боғлиқ катор халқаро кодексларда шахсий ғараз асосида ёзмаслик принципи кўп бор қайд этилган. Таъкидлаш ўринлики, бундай ҳолатлар мазкур агентлик фаолиятида тез-тез учраб туради. Мисол учун Ш.Байгин ҳамда М.Головнина республикада расмий аккредитация билан ишлаган даврларида ҳам улар журналистиканинг оддий талаб ва қоидаларини бир неча бор бузганлар. Улар ўз материалларини фақат субъектив нуқтаи назардан, салбий йўналишда ёзганлар. Шунингдек, турли тасдиғини топмаган фактлар ва аноним манбалардан фойдаланганлар.

Шу ўринда яна бир мисолга эътибор қаратамиз. Ш.Байгин 2004 йил 3 ноябрь куни постсовет худудига ихтисослашган “Материк” номли ахборот таҳлилий порталда ўзининг навбатдаги материалини эълон қилди. Ушбу мақолада Қўқон шаҳри бозорида содир бўлган гўёки йирик кўламдаги тартибсизликлар ҳақида ёзар экан, муаллиф жумладан шундай дейди: “одамлар омборхонани талон-тарож қилишди, иккита милиция машинасига ўт қўйишди ва улар фақат кечга яқин тинчланишди⁶⁰”.

Ш.Байгин бўхтондан иборат шахсий фикрини давом эттирар экан, “мамлакатда сиёсий ва иқтисодий эркинликларга нисбатан ўтказилаётган босим шароитида одамлар ҳаёт машаққатларини енгиб ўтишга қийналмоқдалар” дейди. Аммо эътироф этиш керак, Қўқон иқтисодий ва ижтимоий жиҳатдан республикамиздаги энг ривожланган шаҳарлардан бири ҳисобланади.

Юқоридаги мисол билан биз Буюк Британиядаги оммавий ахборот воситаларида Ўзбекистонга доир фақат салбий мақолалар чоп этилади, деган фикрни илгари суришдан йироқмиз. Улар аксарият ҳолатларда мамлакатимизнинг бой ўтмиши ва сайёҳлик имкониятлари ёки Орол денгизи билан боғлиқ экологик муаммолар каби нейтрал мавзуларга ҳам мурожаат

⁶⁰ Байгин Шамиль. “Разъяренная многотысячная толпа громит товарный склад, бьет стекла, переворачивает автомобили”. 03.11.2004. Рейтер. (Коканд). Эл. источник: <http://www.materick.ru/index.php?bulid=95&bulsectionid=8584§ion=analitics>

киладилар. Мисол учун “The Guardian” газетасининг 2015 йил 31 март кунги сониди “Темурнинг Регистони: дунёдаги энг мухташам жамоатчилик майдони” сарлавҳали мақола чоп этилди⁶¹.

Журналист Шринатх Перур Ўзбекистонга ташриф буюриб, дунёга махур шаҳарларимиздан хайратланганини ёзади: “Мен Регистонга келиб, ушбу эртакона манзилнинг марказини сайр қилган куним ҳаво очик эди. Мен ҳашаматли, нақшинкор миноралар ва бинолар қуршовида қолдим”.

Мақолада ушбу бинолардан ташкил топган Регистон мажмуаси ва Самарқанднинг бошқа мўъжизалари XIV аср охирларида Темурийлар ҳукмронлиги даврида империянинг турли бурчакларидан келган уста меъморлар томонидан бунёд этилганлиги қайд этилади. Мазкур биноларнинг ўзига хос архитектураси Самарқанддан олисда жойлашган Эрон, Ҳиндистондаги кўплаб шаҳарлар меъморчилигига, айниқса XX аср бошларида Санкт-Петербургда қурилган масжид меъморчилигига ўз таъсирини ўтказган, дейди муаллиф.

Шунингдек, Буюк Британиянинг “Earth Times” онлайн-журналида “Орол қуришининг салбий оқибатлари ечимларини излаш” сарлавҳали мақола эълон қилинди⁶². Унда денгизнинг ҳозирги танг ҳолати, унинг минтақа атроф-муҳити ва аҳоли саломатлигига кўрсатаётган салбий таъсири, шунингдек, Ўзбекистон ва жаҳон ҳамжамияти томонидан Орол инқирози оқибатларини бартараф этиш юзасидан амалга оширилган чора-тадбирлар ҳақида ҳикоя қилинади.

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

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

<http://www.theguardian.com/cities/2015/mar/31/registan-samarkand-square-history-cities-buildings>

⁶² “Earth Times” Orol muammosi haqida. http://www.jahonnews.uz/uzb/news/dunyo_nigohi/earth_times_orol_muammosi_haqida-6646464.mgr. 07.11.2014 11:30

хавзасида балиқларнинг ноёб турлари яшаган ва улар дунё илмий жамоачилигида катта қизиқиш уйғотган.

Бугун Ўзбекистон ва Марказий Осиёнинг бошқа мамлакатлари Бирлашган Миллатлар Ташкилотини мазкур фожианинг иқтисодий, ижтимоий ва экологик оқибатларидан воқиф этишгани ҳолда бонг уришаётир. Ҳозирги вақтда Амударё ва Сирдарёдан Орол хавзасига қуйиладиган сув оқими 12.7 км³ 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 офат оқибатларини юмшатиш бўйича ҳамкорликни ривожлантириш” мавзуидаги халқаро конференция ҳақида ҳам маълумотлар келтирилган. Британ нашрининг таъкидлашича, бу тадбирнинг ўтказилиши Марказий Осиё мамлакатларига, жумладан, Ўзбекистонга кўрсатилаётган халқаро ёрдам ҳажмининг ортишига хизмат қилади.

Англия матбуотида республикамиз ҳаётига доир бошқа ижобий мулоҳазалар ҳам мавжудлигини қайд этиш керак албатта. Лондон шаҳрида таҳририяти жойлашган рус тилидаги “Profile Russia” ахборот портали мамлакатимиз ҳақида ҳолис, объектив материаллар эълон қилувчи ОАВ сифатида яхши маълум. Порталнинг 2015 йил 27 февраль кунги саҳифасида “Буюк Британия вакиллари Ўзбекистоннинг замонавий тараққиёти ҳақида”⁶³ сарлавҳали мақола берилди. Унда 29 март кунги Президент сайловлари муносабати билан англиялик таниқли ижтимоий-сиёсий ва ишбилармон доиралар вакиллариининг 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

⁶³ “Представители Великобритании о современном развитии и достижениях Узбекистана”. Эл. источник: <http://www.profilerrussia.com/index.php/news/2013-02-28-13-28-13/884-united-kingdom-about-uzbekistan>

учун жуда катта имкониятлар мавжудлигини алоҳида таъкидлаб ўтмоқчиман. Бу маънода Ўзбекистон Британия учун ўзига хос, бетакрор мамлакатдир”, дейди “Pathfinder Trade and Investment” компаниясининг раиси ва бош ижрочи директори Майкл Томас.

– Франция ОАВ вакиллари:

Кўп йиллар давомида “Франс-Пресс” агентлигининг Ўзбекистондаги мухбири вазифасида ишлаган Муҳаммадшариф Маматқулов ўз ижодий фаолияти давомида республикада содир бўлаётган энг муҳим воқеаларни ёритиб келган. Мухбир томонидан эълон қилинган материаллар сони бир йилда 100-120 тани ташкил этади. Мақола ва хабарлар ҳолисона ёзилган ва улар асосан қуруқ ахборот жанрида тайёрланади. Аммо шуни ҳам қайд этиш ўринлики, “Франс-Пресс” агентлигининг сайтида айрим ҳолатларда салбий характерга эга материаллар ҳам учраб туради. Бу каби ахборотлар Олма-ота шаҳрида фаолият олиб борадиган мазкур агентликнинг Марказий Осиё бўйича мухбири Мэттью Сигел томонидан эълон қилинади.

– Хитой ОАВ вакиллари:

Кузатишлар шуни кўрсатадики, “Жэньминь Жибао” газетаси ва “Синьхуа” ахборот агентлиги Ўзбекистон Республикасининг ички ҳаёти ва ташқи алоқаларини кенг ёритиб келади. Шунингдек, республикадаги иқтисодий ислохотларнинг бориши, бу борада эришилаётган ютуқлар, истиқболдаги режалар ҳақида қатор мақолалар чоп этилган. ХХР мухбирлари Ўзбекистон билан боғлиқ материалларни ижобий позицияда тайёрлашади. Улар асосан хабар жанридан иборат бўлиб, мавзуга тегишли фактлар ҳамда далилларга кенг ўрин берилади. Мисол учун ёритилаётган бирон-бир тадбирда иштирок этган шахслар, ушбу тадбир ўтказилган жой, кўзланган мақсад ва ҳоказолар ҳақида атрофлича маълумотлар бериб борилади.

Бир йилда Ўзбекистон ҳақида “Жэньминь Жибао” газетаси 100 дан зиёд, “Синьхуа” агентлиги эса 80 га яқин материал эълон қилади. Қайд этиш ўринлики, “Синьхуа” агентлиги ўз олдига яқин келажакда дунёдаги энг йирик ахборот агентлиги бўлиш мақсадини қўйган. Шу сабабдан мазкур

агентликнинг Ўзбекистон билан боғлиқ ахборотлари ҳажми янада кўпайиши кутилмоқда.

Мамлакатимизда фаол ижод қилган хитойлик журналистлар ҳақида сўз кетганда “Цзинци жибао” иқтисодий газетасининг Ўзбекистонда кўп йиллар давомида ишлаган Ли Чуйфа фаолияти тўғрисида ҳам тўхталиб ўтиш ўринлидир. У асосан республикаимизда эришилаётган иқтисодий ва ижтимоий ислохотларга бағишланган мақола ва хабарларга муаллифлик қилган. Шунингдек, икки давлат ўртасида тобора ривожланиб бораётган кўп қиррали ҳамкорлик алоқаларини кенг ёритган.

Ли Чуйфа 2012 йилда “Чет эллик журналистнинг Ўзбекистон тўғрисидаги энг яхши материали учун” йўналиши бўйича “Олтин қалам” Миллий мукофотиغا сазавор бўлган.

– Туркия ОАВ вакиллари:

Туркиянинг Ўзбекистондаги “ТРТ” телевидениеси, “Жаҳон” (“Cihan”) ва “Анадолу” ахборот агентликлари хорижий аудиторияни мамлакатимиз ҳаётининг турли жабҳалари билан таништириш мақсадида кенг қамровли ахборотни тарқатиб келмоқда. Ушбу ОАВ томонидан тайёрланаётган материалларнинг асосий қисми ҳаққоний характерга эга бўлиб, расмий манбалардан олинган маълумотларга алоҳида эътибор қаратилади.

Кўп йиллар давомида Тошкентда бевосита фаолият олиб борган “Жаҳон” ахборот агентлиги вакили Атиф Аъло бир йилда ўртача ҳисобда 500 га яқин материал узатган. У аксарият ҳолларда муҳим сиёсий ва маданий тадбирларни тўғридан-тўғри ёритади. Жумладан унинг муаллифлигида Ўзбекистон Республикаси Президенти сайлови, “Наврўз” ва Мустақиллик байрамлари тантаналари ҳақидаги ахборот матнларидан ташқари эксклюзив фото ҳамда видео материаллар эълон қилинган⁶⁴.

⁶⁴ ATIF ALA. Ўzbekistan, баръамсәзләпәнән 20. уәл дцньмьнь сорюкуула kutladә // | ТАҶОКЕНТ - 01.09.2011 13:26:10 http://www.cihan.com.tr/news/Ozbekistan-bagimsizliginin-20-yil-donumunu-coskuyla-kutladi_1492-CHNDAXNDkyLzQ=

ATIF ALA. Ўzbekistan'a gelen turist sayesә уьзде 7 arttә // | ТАҶОКЕНТ - 04.02.2011 09:45:26 http://www.cihan.com.tr/news/Ozbekistan-a-gelen-turist-sayisi-yuzde-7-artti_3027-CHMjUzMDI3LzM=

“Анадолу” ахборот агентлигининг махсус мухбири Бахтиёр Абдукаримов мунтазам фаолият юритган сермахсул хорижий ижодкорлар каторида туради. У бир йилда 1000 га яқин хабар эълон қилган. Б.Абдукаримов “Хорижий ОАВда чоп этилган Ўзбекистон тўғрисидаги энг яхши мақолалари учун” деб номланган йўналишда 2012 йилда “Олтин қалам” Миллий мукофотини қўлга киритган⁶⁵.

2015 йил 29 март куни ўтказилган Ўзбекистон Республикаси Президенти сайлови арафасида “Туркия овози” (“Тьркиyenin sesi”) халқаро радиоси мамлакатимизда олиб борилаётган ижтимоий-сиёсий, ижтимоий-иқтисодий ислохотлар ва улар бераётган самаралар мавзусига бағишланган эшиттиришни ўз тингловчиларининг эътиборига хавола қилди⁶⁶. Унда Туркиянинг халқаро стратегия ва хавфсизлик тадқиқотлари маркази экспертлари иштирок этдилар.

Шуни қайд 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 ойида мамлакатимизда бўлиб ўтган парламент сайловлари якунларига алоҳида эътибор қаратилар экан, улар демократия, шаффофлик ва адолатлилик мезонлари асосида ўтказилгани эътироф этилди. Шунингдек, туркиялик экспертлар томонидан Ўзбекистон Республикаси Президенти сайлови ҳам худди ана шундай тамойиллар асосида ўтажасига ишонч билдирилганлигини алоҳида таъкидлаб ўтиш жоиз.

– Қозоғистон ОАВ вакиллари:

⁶⁵ AA muhaborine "Altın Kalem" цдыль <http://www.aa.com.tr/tr/s/49008--aa-muhaborine--quot-altin-kalem-quot----dulu>

Дьныада Nevruz kutlamalari <http://www.haber3.com/dunyada-nevruz-kutlamalari-eski-sovyet-doneminde-yasaklanan-nevruz-bagim-haberi-1853051h.htm>

⁶⁶ “Тьркиye'nin sesi” О'zbekiston tanlagan o'z taraqqiyot yo'lining samaradorligi haqida.

http://www.jahonnews.uz/uzb/news/dunyo_nigohi/trkiyenin_sesi_ozbekiston_tanlagan_oz_taraqqiyot_yolining_samaradorligi_haqida-4646446.mgr/. 23.02.2015 18:00

“Казинформ” ахборот агентлиги мухбири бошқа МДХ вакиллариغا нисбатан Ўзбекистондан кўплаб 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 ҳодисларни тезкорлик билан ёритиб боради. Унинг материаллари, умуман олганда, объективлиги билан ажралиб туради. Расмий маълумотлар асосида тайёрланадиган хабарлар Қирғизистонда мамлакатимизнинг ижобий имижини мустаҳкамлашга ўз ҳиссасини қўшиб келмоқда. Агентлик сайтида республикамизга оид кунига 2-3та, бир йилда эса ўрта ҳисобда 600-700 хабар ва мақола эълон қилинмоқда.

– Озарбайжон ОАВ вакиллари:

Қайд этиш ўринлики, “АзерТадж” давлат телеграф агентлигининг сайтида 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 учрамайди.

– Эрон ОАВ вакиллари:

Араб тилида сунъий йўлдош орқали эфирга чиқувчи Эроннинг “Ал-Алам” телеканали асосан Форс кўрфази, 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 Президенти 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 тадбирларни 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 ҳиссасини қўшган.

Юқорида таҳлил қилинган 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 ойида Тошкентда содир этилган террорчилик ҳаракатини бевосита ўрганади, у билан боғлиқ ҳодисаларни атрофлича таҳлил қилади ҳамда журналист суриштирувини олиб боради. Натижада террорчиларнинг қора ниятини фош қилувчи “Қашқирлар тўдаси” номли китобини ёзади⁶⁷.

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

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

“Ўзбекистон ўтмиш ва келажак ўртасида” номли китоб ҳам ўзига хос аҳамиятга эгадир⁶⁸. Унда Ўзбекистоннинг тарихи, географик жойлашуви ҳамда мамлакатнинг хавфсизлиги масалалари ҳақида таҳлилий фикрлар берилади. Хусусан диний экстремизм ва терроризмнинг нақадар жиддий хавф эканлиги, унинг чегара билмас қалтис муаммо эканлигига эътибор қаратилади.

Муаллиф фаолиятига доир қўшимча 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 ҳудудидаги турли низолар, сиёсий ва харбий 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 вазият, хусусан дин билан боғлиқ масалаларга эътибор қаратилади⁶⁹.

Ш.Акинер 2005 йилда содир бўлган Андижон воқеалари тўғрисида Жонс Ҳопкинс ва Уппсала университетларида ўзининг мустақил тадқиқоти натижаларини нашр қилдирган⁷⁰. Лондонлик олима Андижонга шахсан ташриф буюриб, маҳаллий аҳолининг турли қатламлари вакиллари билан бевосита суҳбат ўтказган. Унинг фикрига кўра, баъзи бир кучлар ушбу тартибсизликлар орқали сиёсий тўнтариш ҳосил қилиб, ҳокимиятни қўлга олишга ҳаракат қилишган. Эътиборли жиҳати шундаки, эксперт Фарбада,

⁶⁸ Тоҳуа З. Ўзбекистан между прошлым и будущим. М.: 2000. – С. 76.

⁶⁹ Akiner, Shirin (2001) 'Modernisation, Politics and Islam in the Post-Soviet Central Asian States.' Religion und Politik (Sozialwissenschaftliche Studien des Schweizerischen Instituts für Auslandsforschung), vol. B . pp. 105-18.
Akiner, Shirin (2003) 'The Politicisation of Islam in Post-Soviet Central Asia.' Religion, State and Society: the Keston Journal, vol. 3 . pp. 97-122.

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

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

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

Марказий Осиё масалалари бўйича Буюк Британияда кўп йиллардан бўён илмий тадқиқот олиб бораётган мустақил тадқиқотчи Расул Ялчин⁷¹ ижодига ҳам алоҳида тўхталиб ўтиш лозим.

Муаллиф 2002 йилда “Ўзбекистоннинг тикланиши” номли китобини эълони қилди⁷². Ундан мамлакатимиз тарихи, унинг истиқлол 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 жихатидан ҳам бошқаларга нисбатан энг катта давлат, табиий ресурслар олиб қаралганда мамлакат келажакда катта иқтисодий юксалиш потенциалига эгалиги 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.

⁷¹ “Жаҳонда Ўзбекистон нуфузи ортиб боришига шубҳа йўқ”. // Хуррият газетаси. 2002 йил 14 август.

⁷² The Rebirth of Uzbekistan: politics, economy and society in the post-Soviet era./ foreword by Bogdan Sjazkowski, Reading: Ithaca, 2002.

Салбий рухдаги мақолалар. Айрим Ғарб мамлакатларида чоп этиладиган, хусусан АҚШнинг “The New York Times” газетаси ва Германиянинг “Der Spiegel” нашри 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 мумкин⁷³.

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

Хулоса ўрнида шуни қайд этиш ўринлики, жаҳон журналистикасида ёш мустақил давлатлар имижини шакллантиришнинг янги услуб ва қонуниятларини ишлаб чиқиш ҳамда уларни ҳозирги 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.

⁷³ Қаранг: Мировалев М., Крамер Э. Узбекистан: 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/vl/20131125/979390280.html>

Муҳими, 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.

– кўришиб турибдики, ҳозирги даврда жаҳон медиа маконини йирик ахборот марказлари бошқармоқда. Бундай оғир шароитда ахборот таъминоти маълум мақсадларга йўналтирилган ҳамда биртомонламалиги эҳтимоли юқори бўлишидан 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 ўтказди, маънавий оламини издан чиқаради;

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

Шу боис 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 бўй кўрсатмоқда.

Айниқса, оммавий ахборот воситалари мустақиллик ғоясини юртдошларимиз қалби ва онгига сингдиришда беқиёс хизмат қилмоқда, ўлмас маданий меросимиз, миллий истиқлол мафкураси, бунёдкор халқимизнинг бой маънавий қадриятларини тарғиб қилмоқда, тарих сабоқлари ва бугунги долғали замон ҳодисаларини чуқур таҳлил этмоқда. Шу тариқа оммавий ахборот воситалари халқимизни ўз-ўзини идрок этишига, ўзлигини англашига, ҳаётнинг маъно ва моҳияти нималардан иборат эканлигини теран тушунишига хизмат қилмоқда, билиш ва юксалишнинг бетакрор, беқиёс 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 халқни ҳокимият билан боғловчи восита, механизм сифатида майдонга чиқади”⁷⁴.

Бугунги шиддаткор замон ОАВ ходимлари зиммасига катта масъулиятлар юкламоқда. Юртбошимиз таъкидлаб ўтганларидек, “Эркин ва

⁷⁴ Миллий истиқлол ғояси: асосий тушунчалар, тамойиллар ва атамалар. Т.: Янги аср авлоди, 2002. – Б. 125.

мустақил оммавий ахборот воситалари ҳар томонлама ривож топиши лозим. Улар ҳақли равишда ҳокимиятнинг тўртинчи тармоғи бўлиши даркор”⁷⁵.

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, холислик, тезкорлик, ошкоралик ва бошқа тамойиллар етакчи ўринни эгаллаши лозим.

Президентимиз “Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари” номли асарида ОАВ олдидаги долзrab 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 шароитга солиб қўйишга уриниш;

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

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

Олтинчидан – янги мустамлакачилик 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 кўплаб вазифаларни адо этмоғи керак.

⁷⁵ Каримов И. Биз келажагимизни ўз қўлимиз билан қураимиз. 7-жилд. – Т.: “Ўзбекистон”, 1999. – Б. 390.

Даставвал, матбуот миллий макондаги ўзининг мустаҳкам ўрни ва мавқеини тиклаб олиши лозим. Юртбошимиз “Энг асосий мезон – ҳаёт ҳақиқатини акс эттириш” номли асарида бугунги кунда журналистларимиз олдига қўйилаётган касбий талаблар хусусида фикр юритар экан, шундай дейди: “Ҳаммамиз яхши тушунамизки, ҳозирги вақтда оммавий ахборот воситаларининг вазифалари ҳам, улар олдига қўйиладиган талаблар ҳам кўп. Лекин энг муҳими – ҳаёт ҳақиқатини тўлақонли акс 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”⁷⁶.

Ушбу асарда таъкидланишича, миллий журналистиканинг раванг топиши, мухбирларнинг профессионал даражада юксалиши учун ихтисослашув муҳим роль ўйнайди: “Табиийки, бундай босқичларга етиш учун, бундай муҳит ҳаётини кўникмага, тафаккуримизнинг узвий бир қисмига айланиши учун оммавий ахборот воситалари ходимларининг ўз билим ва малакасини муттасил ошириб бориши, муайян соҳага ихтисослашиши ҳам катта аҳамиятга эга.

Бугунги кунда сиёсат ҳақида гапирганда – сиёсатчи, иқтисодиёт ҳақида – иқтисодчи бўлиб фикр юритишни, маънавият ва маърифат ҳақида маърифатчи, ҳаётини-фалсафий муаммолар хусусида файласуф бўлиб баҳсга киришишни – мана шундай юксак қобилият ва маҳоратга эга бўлишни ҳаётнинг ўзи журналистларимиз олдига энг муҳим вазифа қилиб қўймоқда”⁷⁷.

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

⁷⁶ Каримов И. Энг асосий мезон – ҳаёт ҳақиқатини акс эттириш. Т.: Ўзбекистон, 2009. – Б. 10.

⁷⁷ Ўша 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. Айти маънода ижтимоий тармоқларнинг пайдо бўлиши ва уларнинг мамлакат имижини шакллантиришдаги ўрнига алоҳида эътибор қаратиш лозим (Зеро, айти 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 кўлга 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 аспекти, жумладан, кундалик 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 қўшни”лар, ҳатто бир оиланинг аъзолари ҳам интернет воситасида “гурунглашмоқ”далар.

Таҳлиллар 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 туртки бўлган эди. Ҳозирги ўрта ёшлилар бундан 10-15 йил олдин бир-бирларига офф-лайн шаклида, яъни электрон почта орқали хат ёзишган бўлса, бугунги ёшлар кўпроқ он-лайн мулоқотни афзал биладилар. Хуллас, интернетнинг ривожланиши баробарида унинг техник-технологик имкониятлари ва аудтиория қамрови 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, республикада 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 кенгаяди.

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

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

тарғиботчи сифатида эътироф этиш мумкин. Муҳими улар ҳам ўз навбатида миллий ОАВ каби мамлакатимиз медиа имижини мустаҳкамлашга 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 мантиқсизликдек туюлади.

Шу ўринда интернетнинг одамлар турмуш тарзининг бир қимига 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 чамбарчас боғланиб, биргаликда ривожланиб борар экан, республикамизда мавжуд ички имкониятларни мувофиқлаштирган ҳолда улардан кенгроқ ва самаралироқ фойдаланиш мумкинми? Масаланинг энг муҳим жиҳати шундаки, мамлакат имижини ва обрўсини оширишда, 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 тажрибаси асосида хабарлар ва янгиликларни кузатиб бориш ва уларни тартибга келтириш, зарур ҳолатларда бошқариб боришни йўлга қўйиш, юзага келаётган янги тенденцияларни тадқиқ этиш, бу борадаги конунчилик базасини мустаҳкамлаш орқали самарадорликни ошириш мумкинми?

Мазкур саволларга жавоб топиш орқали мавжуд вазиятга ойдинлик киритиш муҳим ва ишимизга 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 таракқий этиши ва унинг оммаланиши билан боғлиқ табиий-технологик ҳодиса ҳисобланади.

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

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

Айрим ҳолатларда баъзи ёшларнинг оммавий тармоқларга муккасидан 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 келишини таъкидлаган эди.

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

Ҳақиқатан ҳам интернетни бежизга 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 мақсадда ва қаерда пайдо бўлган, деган саволларга жавоб беришга тўғри келади.

Биринчи ижтимоий тармоқларнинг пайдо бўлишининг ўзи айнан интернет ихтиро қилинган олис 1969 йилга бориб тақалади⁷⁸. Ҳозирги давргача бўлган барча эволюцион босқичлардан келиб чиққан ҳолда ижтимоий тармоқларни асосан иккита йўналишга ажратиш мумкин:

- аниқ 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 собиқ синфдошлар, курсдошлар, ҳарбий 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 очиш ёки дўстларни тўплаш имкониятини бера олмаган. Бу жойда фақат тамомлаган 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” портални яратди. Ўша пайтда мазкур сайтдан фақат

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

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 мақомини 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 баҳоланди. Соҳа мутахассислари мазкур хизматни оддий блогхостинг сифатида таърифлашади. Аммо тармоқ билан ишлаш, мавжуд сервис шакли, хабарлар ёзиб қолдириш услуби одатдаги блоглардан фарқ қилади.

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

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

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

Бугунги кунда “В контакте” МДХ худудидаги энг оммавий ижтимоий тармоқ даражасига кўтарилди. У фойдаланувчилар сонининг кўплиги бўйича дунёдаги 30 таликка киради. 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.

Ушбу ижтимоий тармоқ фойдаланувчиларга асосан ҳозирги ва собиқ синфдошлар билан алоқа ўрнатиш имкониятини берди.

Шулар қаторида Хитойдаги “Weibo” микроблоглар хизматини ҳам қайд этиб ўтиш лозим. 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 етган⁷⁹.

Ўзбекистонда ҳам бир қатор миллий ижтимоий тармоқлар шаклланмоқда. Улар қаторига “sinfdosh.uz” ва “muloqot.uz” порталларини киритиш мумкин. Аммо олиб борилган кузатишлар шуни кўрсатадики, уларнинг фаолияти сустлигича қолиб кетмоқда.

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

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

Мавжуд ижтимоий тармоқларни уларнинг турларига қараб қуйидагича гуруҳлаштириш мумкин:

- энг оммабоп ижтимоий тармоқлар (“Facebook”, “MySpace”, “Vkontakte” ва бқ.);
- реал вақт режимида интернет фойдаланувчилари ўртасида хабар алмашиш тармоқлари (“Skype”, “ICQ”, “MSN Messenger”, “WhatsApp” ва бқ.);
- бир нечта фойдаланувчиларнинг ўзаро боғланиб, реал вақт режимида мулоқотга киришишларига хизмат килувчи интернет-чатлар (суҳбат майдончалари);

⁷⁹ Sina Weibo. Эл.манба: https://ru.wikipedia.org/wiki/Sina_Weibo

- кизиқарли ва долзарб мавзуларни олиб чиқиб, уларни шарҳлаш ва муҳокама 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”)⁸⁰.

2014 йилнинг январь ойида олинган статистик маълумотларга кўра⁸¹, 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, ҳозирги даврда Ўзбекистонда фаолият олиб бораётган қатор ОАВ 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 (uza.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 Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг расмий 7 та тилида (рус, инглиз, француз, немис, испан, араб, хитой) янгиликлар узатилмоқда.

⁸⁰ “Мнение специалистов о PR в социальных сетях” (2010) // www.pr-club.com/2010_04/prlib/kalinin_pr_ss.doc

⁸¹ Ингл. 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 ташқи ишлар вазирлиги хузуридаги “Жаҳон” ахборот агентлиги (jahonnews.uz - рус, инглиз, араб тиллари) ҳам фаолият олиб бормокда.

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

Ўзбек, инглиз ва рус тилларида фаолият юритувчи “Uzbekistan today” газетасининг “Facebook”, “Twitter”, “Google plus”, “В контакте” каби қатор оммабоп тармоқларга уланганлиги алоҳида эътиборга моликдир.

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

№	ОАВ	Веб-манзил	Уланган ижтимоий тармоқлар
1.	Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги - ЎЗА	uza.uz	facebook, twitter
2.	“Жаҳон” ахборот агентлиги	jahonnews.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

Шу ўринда эътироф этиш жоизки, миллий ОАВ республикамизнинг ижобий имижини ижтимоий тармоқлар воситасида янада мустаҳкамлаш 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 севадиган кишиларни 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 қатор гуруҳларни санаб ўтиш мумкин⁸². Эътиборли жиҳати шундаки, мазкур гуруҳларга аъзо бўлганлар орасида хорижий мамлакатлар фуқаролари ҳам бор.

“I love Tashkent” гуруҳида эълон қилинган материаллар ва фото лавҳаларга эътибор қаратадиган бўлсак, уларда асосан мамлакатимиз пойтахти имижини мустаҳкамловчи, уни улуғловчи мавзулар кўтарилганлигига гувоҳ буламиз. Мисол учун, 2014 йил 14 сентябрь куни “Турфа кўринишдаги дўстона Тошкент” сарлавҳаси остида пойтахтдаги қайтадан реконструкция қилинган йирик тарихий масжидлар, черковлар суратлари келтирилган. Ушбу расмларда турли диний конфессияларнинг марказлари чиройли ракурсада 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, шаҳар тарихига оид

⁸² Изоҳ: ушбу статистик маълумотлар 2015 йил 10 март куни олинган.

расмлар, айти пайтда бу ерда ташкил этилаётган турли халқаро кўрғазмалар ва шунга ўхшаш жуда кўп қизиқарли материаллар ўрин олган.

“I love Uzbekistan” гуруҳи саҳифасида эса ватанимизнинг кўҳна ва замонавий шаҳарларини кўз-кўз қилувчи, халқимизнинг бетақрор маданияти, гўзал табиатимиз ҳақида маълумот берувчи фото лавҳалар ва мақолалар берилиб борилади. Мисол учун 2014 йил 26 декабрь куни ўзбек дўпписининг замонавий кўринишдаги янги дизайни намоиш қилинган. Бундай усул албатта ёшларимизни янада ватанпарвар бўлишга, ўз юртини севишга ва миллий анъаналарга ҳурмат 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 кўришиб 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 кўпчилики 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, таҳририятлар раҳбарлари, оддий 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 оқибатида 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 тўхталган⁸³.

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

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

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

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

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

қилаётган ҳар қандай мухбир ижтимоий тармоқларда фаол бўлиши мумкин. Лекин “у фундаментал кадриятларни ҳурмат қилиши зарур. Айни пайтда, айтайлик, ҳали охиригача аниқланмаган бирон-бир чигал хабарга доир шахсий муносабатини ёки фикрини тармоқ орқали билдира олмайди”⁸⁴.

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 тармоқларларнинг мамлакат имижини шакллантиришдаги, яъни мустақил давлатимиз қўлга киритаётган оламшумул ютуқларни жаҳон медиа маконига кенг тарғиб қилишдаги ўрни тобора ортиб бормоқда;

– миллий ОАВ учун халқаро медиамаконга чиқиш бўйича энг самарали йўллардан бири ҳисобланган ижтимоий тармоқлар имкониятларидан фойдаланиш қамровини 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.

⁸⁴ Шу манба.

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

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

Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2002 йил 30 май куни 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 шакллариغا ўтиш дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга оширишни ташкил қилиш каби масалаларга алоҳида эътибор қаратиладиган бўлди⁸⁵.

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

⁸⁵ 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: “Истиқлол 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 кўплаб чоп этилаётгани жамият тафаккурини юксалтиришга ўз ҳиссасини қўшмоқда.

Айниқса, давлат тилининг халқаро миқёсда ҳам фаол мулоқот воситасига айланиб бораётгани эътиборлидир”⁸⁶, 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 ишларида атрофлича ёритилган. Ўтказилган тадқиқотларда замонавий оммавий ахборот воситаларида ижод қилаётган мухбирлар қаламининг услубий ўзига хослиги, жанр танлаш имкониятлари ва тасвир маҳорати масалалари таҳлил қилинган.

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

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

Добросклонскаянинг фикрига кўра, “Медиаматнларни яратиш ва тарқатиш усуллари уларнинг лисоний хусусиятлари, шунингдек, функционал-жанрли таснифлаш, фонологик, синтагматик ва стилистик хусусиятлар, талкин этиш хоссалари, маданий-хусусий белгилар, идеологик моделилик, прагматисоний қимматига боғлиқ бўлмоқда”⁸⁷.

Қайд этиш керак, ОАВ тили масаласи журналист ижоди соҳаси сифатида ҳам алоҳида ўрганилади. ОАВ матнлари, яъни медиаматнларга, аввало, жанр хусусиятлари нуқтаи назаридан қаралади. Чунки жанр бирор ижодий масалани ечишда муайян материалнинг тузилиш шаклидир⁸⁸.

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.Бобоева, П.Рустамов, А.Абдусаидов, И.Тошалиев, Д.Сагдуллаев, Д.Тешабоева, И.Азимова, Ш.Абдураимова, Н.Қодиров ва бошқа қатор тадқиқотчиларнинг⁸⁹ 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

⁸⁷ Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиа текстов: Опыт исследования современной английской медиа речи. - М.: МАКС Пресс, 2000. - С. 32.

⁸⁸ Радиожурналистика: Учебник / Под. ред. А.А. Шереля. – М.: Издательство Московского университета, 2000. -С.30.

⁸⁹ Қаранг: Абдусаидов А. Газета жанрларининг тил хусусиятлари. Филол. фан. д-ри. дис. автореф. – Тошкент, 2005; Азимова И. Ўзбек тилидаги газета матнлари мазмуний перцепциясининг психоллингвистик тадқиқи. Филол. фан. номз. дис. автореф. –Тошкент, 2008; Кодиров 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; Абдураи- мова Ш.К. Сўз ўзлаштириш назарияси ва ўзлаштирмаларнинг вақтли матбуот тилида ўзгара бориши. Филол. фан. номз. дис. автореф. –Тошкент, 1995.

санъатини уйғунлаштириб, халқ оммаси учун тушунарли умуммиллий адабий тил” пайдо бўлади, шаклланади ва ривожланади⁹⁰.

Қўлланманинг ушбу қисмида олдимизга қўйилган масалани ҳар томонлама, чуқурроқ ўрганиш мақсадида мамлакатимизда фаолият олиб бораётган иккита йирик ОАВнинг расмий сайтларида (ut.uz, uza.uz) инглиз тилида тарақатилаётган баъзи мақолаларни филологик, ижодий нуқтаи назардан таҳлил қилишга ҳаракат қилдик. Муҳими, уларнинг ҳар иккаласи ҳам жаҳон ахборот 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 таҳлилга тортилди.

Жумладан “Uzbekistan today” газетасининг 2014 йил 25 ноябрь кунги саҳифасида “348та сайёҳлик агентлиги ва туристик компаниялари ташкил этилди” сарлавҳали хабар эълон қилинган⁹¹.

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, айти пайтда 348та сайёҳлик агентлиги ва туристик компаниялари фаолият олиб бораётганлиги ҳақида маълумот берилади.

Агар ушбу материални хабар ёки янгилик жанрига киритадиган бўлсак, матнда 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.

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

⁹⁰ Қодиров П. Тил ва эл. Шарқ юлдузи. –Тошкент, 2003. № 32.

⁹¹ “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 та сайёҳлик фирма ва компаниялари фаолият кўрсатмоқда” шаклида янада нўноқроқ таржима қилинган.

Ушбу газетанинг 6 март кунги саҳифасида “Бизнинг аёллар...” мақоласи берилган⁹². 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 куни”га бағишланган ушбу мақолада баландпарвоз гаплар жуда кўп. Жумладан Мустақилликнинг илк йиллариданоқ 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 мақтанса 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 таҳлилий 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 фазилатлари керагидан ортиқча бўрттирилган.

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

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

этилди⁹³. Аввало, сарлавҳанинг ўзидаги ғализлик, яъни “ривожлантириш” сўзининг такрорланганлиги кўзга яққол ташланади. Демак, бу ерда услубий хатоликка йўл қўйилган.

Ушбу материалда Ўзбекистон Президенти 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.

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

Яна бир 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 шуни кўрсатадики, Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги – ЎЗА саҳифасида инглиз тилида берилаётган материалларда ҳам айрим стилистик камчиликлар мавжуд. Уларда, афсуски, XX асрнинг 70-80-йилларидаги услуб сақланиб қолганлигига гувоҳ бўлиш мумкин.

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

⁹³ “Government to Develop Gulistan City Development Program”. <http://ut.uz/en/business/government-to-develop-gulistan-city-development-program>

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 қилинмаяпти.

Яна мисолларга мурожаат этадиган бўлсак, 2015 йил 25 февраль куни эълон қилинган мақола “Яна бир муҳим поғона” деб номланган⁹⁴. Кўришиб турибдики, бу каби мавҳум сарлавҳа бугунги кун ўқувчисини умуман қизиқтира олмайди.

Ғ.Ҳасанов муаллифлигида тайёрланган ушбу мақолада Самарқанд автомобиль заводида йигирма мингинчи ISUZU NPR82 русумли автоулов ишлаб чиқарилганлиги ҳақида хабар берилади. Тўғри, бу янгилик оламшумул аҳамиятга эга бўлиши, хорижий ўқувчи эътиборини бевосита 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” рукни остида эълон қилинган хабарга “Халқаро кўргазма очилди” деб сарлавҳа қўйилган⁹⁵.

Ушбу агентлик муҳбири Б.Абидов ёзган хабарда таъкидланишича, Тошкентдаги “ЎзэкспоМарказ” павильонида “UzBuild–2015”, “МеbelExpo Uzbekistan–2015”, “Aqua-Therm Tashkent–2015” номли қатор халқаро кўргазмалар иш бошлаган.

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

⁹⁴ “Another Important Milestone”. <https://glosbe.com/en/uz/milestone>

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

Унинг давомидан яна шу рукнда “Байрамолди кўргазмалари очилди” деб номланган хабар берилган⁹⁶. Қизиғи шундаки, бирин-кетин эълон қилинган материаллар деярли бир хил номланган. Ҳар иккаласида ҳам “кўргазма” ва “очилди” сўзлари такрорланади. Журналист С.Шоева Наврўз байрами олдида пойтахт бозорларида дехқончилик маҳсулотлари кўргазмалари ташкил этилганлиги ҳақида хабар беради.

Мақоланинг бошланишиданок хатоликка 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, серқуёш Ватанимиз 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 назаридан бу ерда нафақат мухбир, балки таржимон маҳорати талаб этилади.

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

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

⁹⁶ Festive Fairs Open <http://uza.uz/en/business/14festive-fairs-open-05-03-2015>

Одатдаги босма матн гипермедиа муҳитида қуйидаги хусусиятларни ўзига қўшиб олади:

1. PR матнлар гипер матн шаклига ўтади;
2. Электрон PR матнларнинг паралингвистик хусусиятлари юзага чиқади;
3. Электрон PR матнлар мультимедиа характерини орттириб олади⁹⁷.

Шу ўринда таъкидлаш жоизки, паралингвистика – тилшуносликда лисоний ахборот таркибидаги новербал, яъни нолисоний воситаларни ўрганувчи алоҳида бир бўлим ҳисобланади. Фанда унинг уч хили мавжуд бўлиб, булар: фонацион, 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 таркибига:

1. Иконик (яъни график) воситалар: расмлар, фотосуратлар, жадвал, формула, белгилар;
2. Аудио воситалар (қўшиқ, аудионутқ):
3. Графика, овоз ва динамика интеграциясида вужудга келган замонавий мультимедиа воситаларини ҳам бемалол киритиш мумкин⁹⁸.

Шу ўринда қайд 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 онгига тезроқ таъсир ўтказиш кучига эгадир.

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

⁹⁷ Саенко А.Н. Электронная конвергенция электронных ПР-текстов. Вісник ХНУ. 2009. № 848.

⁹⁸ Компанцева Л.Ф. Специфика нормы и узуса в Интернет-дискурсе. // эл.ресурс: technology.ru/public/uzus/html/

1. Ахборот узатишнинг экстралингвистик параметрлари орасидаги фарқ;
2. Босма ҳамда электрон медиаматнлар ўртасидаги фарқ;
3. Медиаматнларнинг умумий мавзуларидаги фарқ⁹⁹.

Булардан ташқари медиатузилманинг фаол иштирокчиси бўлган телевидениега ҳам алоҳида эътибор қаратилмоқда. Россиялик машҳур телебошловчи В.Познер оммавий ахборот воситалари орасида телеканалларнинг аҳамиятини юқори баҳолайди. Унинг фикрига кўра, бугунги жамиятда телевидение ва кино жамоатчилигининг борлиқ ҳақидаги тасаввурига жуда катта таъсир кўрсатади¹⁰⁰.

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 ma’rifat” ҳамда “Dunyo bo’ylab” телеканаллари эфирга узатила бошланди.

Қарорга кўра, “Madaniyat va ma’rifat” канали трансляциянинг турли замонавий интерфаол шакллари ва усуллари, рақамли ва мультимедиа технологиялар имкониятларидан фойдаланган ҳолда мамлакат аҳолиси ҳамда хорижий ҳамжамиятни Ўзбекистон Республикасининг маданий ва илмий ҳаётида бўлаётган муҳим воқеалар тўғрисида ҳар томонлама хабардор қилади. Шунингдек, юртимиз мусиқа, театр ва тасвирий санъатининг бетакрор намуналарини намойиш этиб, миллий адабиёт ва санъатимизнинг машҳур арбоблари 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

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

¹⁰⁰ Познер В. Прощание с иллюзиями . – М.: Астрель, 2012. – 480, – С. 229.

билан атрофлича таништиради. Ўзбекистон ҳақида юксак бадий ва илмий-оммабоп ҳамда маърифий кўрсатувлар тайёрлаб, уларни ўз эфиридан ташқари бевосита хорижий телеканалларга ҳам тарқатади.

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

“Тележурналистга тавсиялар”¹⁰¹ 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 ортиқ ижодий жамоа меҳнат қилади. Булар репортёрлар, малакали муҳаррирлар, режиссёрлар, телеоператорлар, муҳандис-техник ходимлар, пардозчилар, овоз ёзувчилар, чироқ усталаридан иборат бўлади.

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

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 президентликка сайлов жараёнида Ж.Кеннеди ва Р.Никсон ўртасидаги дебат мутахассисларнинг алоҳида қизиқишларига сабаб бўлганлиги маълум. Бу дебатни телевидение орқали кўрган томошабинлар кўпроқ Кеннедига хайрихоҳлик билдирганлар. Чунки ёши каттароқ ва биров ҳаяжондан пешонасини тер босган Никсон қаршисида унинг рақиби анча навқирон ва дадил кўринган. Бироқ, бу дебатни радио

¹⁰¹ Рўзиев Ф., Жўраева Х. Тележурналистга тавсиялар. – Т.: “Sharq”, 2013. – Б. 176; – Б. 145, 146.

орқали эшитганлар аксинча, Никсоннинг далилли, мантикий сўзлари, ақлига тан бериб, уни Кеннедидан устун билганлар. Натижа эса телевидение ва радио аудиториясининг миқдори билан белгиланган. Табиийки, телевидениени кўпроқ киши кўргани боис ҳам Кеннеди тарафдорлари салмоқли қисмни ташкил этиб, унинг сайловда қўли баланд 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 узоқлашиб 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 ортиб боришига сабаб бўлмоқда¹⁰².

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, фикримизча, муаммонинг бошқа ечимларини излаган маъқул. Яъни:

Биринчидан, ташқи таҳдид кучларига нисбатан муносабатни шакллантириш.

¹⁰² Қосимова Н. ва бошқалар. Босма оммавий ахборот воситалари таҳририятлари учун қўлланма. Т.: 2008.

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 таркибий 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 юритаётган 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 тасвирнинг 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

мамлакат медиа-имижини яратишда янада фаолроқ иштирок этишлари лозим.

“Оммавий мулоқот тили” ифодаси адабий тилнинг қўлланишидаги ўзига хосликни, анъанавий истилоҳ билан айтганда публицистик услубнинг тавсифий сифатларини назарда тутди¹⁰³. 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 тутди. Экспертлар таъкидлаганидек, журналистикада адабий тил нормаларидан аниқ мақсадда фойдаланилади. Чунки ҳар қандай ахборотдан кўзланган мақсад, ижтимоий онгни шакллантириш, жамият фикрини ўзгартириш ва йўналтириш, қолаверса, мамлакат ёки маълум бир ҳудуд имижини яхшилаш, обрўсини кўтаришдан иборатдир. Унинг ғоявий ва мафкуравий қудрати ҳам ана шунда.

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

Оммавий мулоқот услуби бетакрор 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 ўтиш керакки, бугунги ўзбек журналистикаси жаҳон ахборот макони архитектуроникасига таркибий бўлим сифатида кириб борар экан, ахборотнинг замонавий жанрлари ва шаклларида фойдаланишни жорий этиш масаласи давр талабидир (Б.А). Яъни бунда ахборот матнига ортиқча безак бериш, сўзларни керагидан ортиқча ишлатиш

¹⁰³ Тошалиев И., Абдусатторов Р. Оммавий ахборотнинг тили ва услуби. Ўқув қўлланма. – Тошкент: Zar qalam, 2006. – Б. 64.

тавсия этилмайд. Чунончи дунё ахборот майдонида пайдо бўлаётган замонавий жанрларнинг барчаси қисқаликка ва тезкорликка йўналтирилмоқда.

Ҳар бир жанрнинг вазифаси ва имкониятларини англаш ҳамда уларга ижодий ёндашиш оммавий мулоқот самарадорлигини таъминлашга, мулоқот усулларини такомиллаштириб боришга хизмат қилади¹⁰⁴. Жанрдан ўз ўрнида фойдалана билиш маҳорати тарқатилаётган ахборотнинг муваффақиятини белгилайди. Шу маънода 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. Анъанавий 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 сиёсий, иқтисодий, ижтимоий ва маданий мавзуларга оид ахборотлар ўзининг бетакрор жанрий хусусиятларига эгадир. Уларда анъанавий услублар билан бирга бугунги ахборот асрига мос шакллардан ҳам самарали фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

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

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

¹⁰⁴ Ўша манба. – Б. 89.

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

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

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

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

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

Ёш мустақил субъектлар медиа-имижини яратишда холислик талаблари ва меъёрлари. 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 қўшилиб 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, муносабатнинг нечоғли холислиги, биринчи навбатда, матбуотда яққол намоён бўлади.

Айниқса, Ғарб давлатлари томонидан тарқатилаётган айрим ахборотлар оқидамида холислик принципларига риоя қилинмаётганлигига гувоҳ бўлмоқдамиз. Вазият шундай экан, айтилган даврда жавобини кутаётган баъзи бир муҳим ва долзарб саволларга ушбу фаслда атрофлича жавоб излашга 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, уйғунлигига эришиш учун нималарга 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

“фактларнинг ҳис-ҳаяжонларсиз ва фикрлардан холи ёритилиши¹⁰⁵” эътиборга олинади.

Россиялик колумнист А.Архангельскийнинг фикрига кўра, “матбуот объективлиги” бир-бирдан принципиал тарзда фарқ қилувчи субъектив фикрлар мажмуи; турли хил журналлар, газеталар ва телеканалларнинг мавжудлиги¹⁰⁶ билан изоҳланади. Баҳсли мавзунинг биртомонлама ёритилиши демократик эмас, балки тоталитар журналистиканинг белгиси ҳисобланади¹⁰⁷.

Холислик ҳақидаги ушбу ва бошқа назарий тамойилларга таянган ҳолда, мамлакат имижининг ОАВда шаклланиши жараёнида холислик 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

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

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

¹⁰⁷ Арндт Х. Истоки тоталитаризма. Х. Арндт; Пер. с англ. / Под ред. М.С. Ковалевой, Д.М. Носова. М-- ЦентрКом, 1996. – С. 672.

(жами 10та): “Воқеаларни 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 геосиёсий масалалар бўйича эксперт Д.Муитов қайд этганидек, “ҳар қандай мустақил давлат ташқи сиёсат юргизар экан, албатта, у ўз миллий манфаатларини кўзлайди”¹⁰⁸ ва бунга шак-шубҳа йўқ. Ҳақиқатан ҳам ҳозирги даврда “геосиёсий жараёнларнинг глобаллашувида ахборот омили муҳимдир. Бунда минтақаларда геосиёсий рақобатнинг кучайиши ҳамда ахборот таҳдидларининг ўзига хослиги, ташқи сиёсатнинг ахборот таъминоти – давлатнинг стратегик мақсади ҳисобланиши керак”, дейди Д.Муитов.

Аммо, гувоҳи бўлаётганимиздек, “бугунги ташқи сиёсий тарғиботнинг умумий тамойилларидан фойдаланишнинг самараси паст”лигича қолмоқда¹⁰⁹.

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

Ўйлаймизки, нафақат манбаларни танлашда, балки ҳар қандай катта-кичик маълумот, факт ва рақамлардан фойдаланишда журналист ҳаққонийлик принциpidан чекинишга ҳаққи йўқ. Зеро, ҳаққонийлик холисликнинг илдизи, ўзак томири ҳисобланади. Бироқ жиддий ва ўта нозик 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.

Касбга фидойилик, тўғрилиқ, тенглик, бурч каби тушунчаларга асосланган касбий этика бугунги кунда катта ва кенг қамровли йўналишга

¹⁰⁸ Муитов Д. Геосиёсат ва журналистика. – Тошкент: “TURON-IQBOL”, 2014. – Б. 152.

¹⁰⁹ Шу манба. – Б. 151.

айланмоқда. Касбий профессионализм ҳамда этика бирлашмоқда ва у янги илм сифатида баҳоланмоқда. Шундай экан, ҳозирги кунда касб ва этика тушунчаларини алоҳида-алоҳида 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, айти 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 ҳамиша, ҳатто инсоннинг индивидлик давридан бошлаб, кишилик жамиятида фаолият юритишига кўникма ҳосил 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 беради¹¹⁰.

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

Кўпинча ахлоқий меъёрлар инсоннинг маданиятига, тарбиясига, қолаверса атроф-муҳитга муносабатига кўра белгиланади. Булар:

- муомала маданияти;
- тарбия;

¹¹⁰ Алимов Б. Халқаро имижни оширишда профессионал этика нормаларининг ўрни ва роли// “Ўзбекистон матбуоти”. 2014 йил, 2-3сонлар.

- миллий урф-одатлар, кадриятлар;
- билим-савия;
- бошқа динлар ва урф-одатларни тушуниш, ҳурмат қилиш;
- ирсий келиб чиқиш.

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

Ташқи:

- Инсоннинг ташқи кўриниши;
- Муомала маданияти;
- Маълум ҳаётӣ жараёнда ўзини тута билиши ва ҳқ.

Ички:

- Дунёқараши;
- Тафаккури;
- Ксб-кори;
- Бошқа одамларга муносабати ва ҳқ.

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

Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Бош Ассамблеяси томонидан 1948 йил 10 декабрь куни қабул қилинган Инсон Ҳуқуқларини Ҳимоя қилиш Умумжаҳон Декларациясининг 19-моддасида “Ҳар бир инсон фикр ва сўз эркинлиги ҳуқуқига эга, бу ҳуқуқ четдан аралашувсиз ўз фикрига эга бўлиш эркинлиги, маълумот излаш, тўплаш, уларни ҳар қандай чегарадан қатъий назар истаган матбуот 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

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: *“Киши туғилмайди бошда тож билан, туғилар эркиликка эҳтиёж билан”*. Бу ҳуқуқнинг қонун ҳужжатлари билан ҳимояланганлиги эса шахснинг эътиқоди ва яшаш жойи, миллати, турмуш тарзи ва ҳ.к.лардан ташқари ҳар қандай мамлакат ва унинг фуқаролари тўғрисида ўз фикрини очиқ айта олиш имкониятини яратади.

Ана шу ҳуқуқларнинг сувистеъмол 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. Собиқ совет тузумида ҳам инсоннинг фикр эркинлиги, сўз эркинлиги, эътиқод эркинлиги узоқ йиллар давомида топталгани ва миллатлар 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 ва давлат қонунлари халқ манфаатларига қай даражада хизмат қилиши устидан жамоатчилик назоратини ўрнатади.

Маълумки, ОАВнинг эркин фаолият юритиши мамлакатда демократик жамият ҳукмрон 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 жавобгардирлар. Цензурага йўл қўйилмайди”**, дейилган.

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

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

Айтайлик, маълум бир мамлакатда кечаётган ижтимоий-сиёсий ўзгаришларни жамоатчиликка етказаетган журналист қайси бир маънода сиёсий куч 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 мақсадлар, 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 мамлакати манфаатларидан воз кечиб бошқа бир халқнинг тақдирини кўпроқ ўйлаши мумкин. Тарихда бунга мисоллар бисёр: 20 йилдан ортиқ 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 шахсга, унинг касбига эҳтиёж сезган жамият олдидаги бурчини ҳис эта олишини таъминлашда ёрдам беради.

Шундай қилиб, “касбий одоб-ахлоқ спецификасини ўрганувчи илм бу касбий этикадир”¹¹¹. 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, ғурур каби тушунчалар жойлашади;
- иккинчи қаватда – касбий этика принциплари;
- учинчи қаватда – шахсий касб этикаси меъёрлари туради¹¹².

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 юритувчи касб эгалари халқаро, умумий ахлоқ меъёрларига риоя қилишлари керак бўлади¹¹³.

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

¹¹¹ Писаренко В.И., Писаренко И.Я. Педагогическая этика. Минск. 1973. – С. 37.

¹¹² Лазутина Г.В., Технология и методика журналистского творчества. Методические указания. М.: 1998. – С. 72.

¹¹³ Писаренко В.И., Писаренко И.Я. Педагогическая этика. Минск. 1973. – С. 28.

амал қилавермасликларини 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”¹¹⁴. 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”¹¹⁵. У мазкур фикрнинг исботи сифатида айни вақтда “Ўзбекистон матбуоти” журнали ва “Маърифат” газетаси таҳририятларининг ўз ОАВ ташкилоти миқёсида амал қиладиган касбий ахлоқ қоидаларига 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 республикамизда бу борада амалга оширилган ишларнинг дебчаси эканлигини қайд этади.

¹¹⁴ Қодирий А. Кичик асарлар. - Т.: Ғ.Ғулом нашриёти, 1969.

¹¹⁵ Дўстмуҳаммад Х.Н. Журналистнинг касб одоби муаммолари. –Т.: Янги аср авлоди. 2007. – Б. 71.

Х.Дўстмухаммаднинг фикрига кўра, бугунги ахборот асрида журналист этикаси масаласи ҳар қачонгидан ҳам муҳимроқдир: “Интернетда айtilган фикр чегара билмайди, бу ўзига хосликнинг хавотирли жойи шундаки, дейлик, Республикамиз ҳудудида юз берган бирор воқеа-ҳодиса борасидаги интернет “ижодкорлари”нинг қарашларини дунёнинг олис бир бурчагида яшаётган, яъни воқеликдан узоқдаги кишилар ҳам ўқишади. Шахсий-субъектив ижодни ўқиган олисдагилар қарашларига қанчалик чалқаш, чалғитувчи таъсир кўрсатишини тахмин қилиш қийин эмас, албатта”¹¹⁶.

“Қобуснома”да шундай сўзларни ўқиш мумкин: “Тилингни яхши хунар била ўргатгил ва мулойим сўздин бошқа нарсани одат қилмағил. Нединким, тилга ҳар нечук сўзни ўргатсанг, шуни айтур, сўзни ўз жойида ишлатғил, аммо ноўрин ишлатилса, гарчанд у ҳар нечук яхши сўз бўлса ҳам ёмон, нобоп эшитилур. Шунинг учун беҳуда сўзламағилки, фойдасиздур...”¹¹⁷.

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, ҳар 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 мустаҳкамланмаган ва бу билан боғлиқ алоҳида кодекс ишлаб чиқилмаган эди. Маълумки, 1921 йилда журналистик ташкилотларнинг Гонолулудаги (Гаваи) йиғилишида америкалик Жеймс

¹¹⁶ Шу манба. 75-б.

¹¹⁷ Кайковус. Қобуснома. - Т.: Ўқитувчи, 2011. – Б. 38.

Браун томонидан “Журналист ахлоқ қоидалари”ни қабул қилиш таклифи киритилди. Аммо Браун ишлаб чиққан қоидалар муомалага киритилмади. Бироқ унинг таклифи асосида Швеция, Бразилия, Финляндия каби мамлакатларда махсус журналистик фаолиятдаги дастлабки меъёрлар ишлаб чиқилди. Шундай қилиб, 1923 йилда АҚШда 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 ҳужжатда 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 олий мақсад қилиб, энг аввало, сўз эркинлиги ва инсонларнинг ахборот олиш ҳуқуқи кўйилган. Унда “Ҳақиқатни ҳар вақт, ҳатто бу фактлар сенга, иккинчи, учинчи томон ва ҳоказоларга ёқмас ва ёзишга мажбурсан. Бироқ шу билан бирга ҳар бир шахс ғурури, ор-номусини ҳурмат қил, виждонга қарши чиқма ва ҳеч кимдан пора олма. Йўл кўйилган хатоларни ҳар бир демократик институтни ҳурмат ва умуминсоний ахлоқ меъёрларига риоя қил”¹¹⁸, дея таъриф берилган.

Бундан ташқари 1983 йилда дастлаб Прага шаҳрида, сўнгра Парижда ўтказилган халқаро ва маҳаллий журналистик ташкилотларнинг консултатив 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 кучга эга эканлигини алоҳида таъкидлаб ўтишимиз жоиз. 1983 йил 20 ноябрь куни Парижда профессионал журналистларнинг халқаро ва минтақавий ташкилотлари аъзолари томонидан қабул қилинган “Журналистларнинг

¹¹⁸ Д.Э.Мур Принципы этики. М.: Прогресс. 1984. – С. 42, 59.

халқаро этика принциплари”нинг иккинчи тамойида журналистнинг объектив реалликка содиқлиги, яъни воқеа-ҳодисаларни ёритишда холислик принципини бузмаслиги кераклиги қатъиян белгилаб қўйилган. Демак, ҳозирги даврда ҳам халқаро медиа маконда ўзини профессионал мухбир деб биладиган ҳар қандай шахс холислик категориясига бўйсунishi шарт.

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

Агар Журналистика фанининг ривожини Ўзбекистонда 1949 йилдан, яъни Ўрта Осиё Давлат Университетининг 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 бадиий ижоднинг барча тури, шунингдек публицистикага ҳам бевосита ўз таъсирини ўтказганлигини инкор этиб бўлмайди.

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

Бу зиёлилар 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 матбуот вакилларини, шу жумладан ёзувчи шоирларни фақат ва фақат сиёсатни тарғиб этишга, эски турмушни ёмонлашга, синфий душманларга қарши курашишга чақирди. Натижада инсоний ахлоқ ва одоб тушунчаларига муносабат ҳам ўз-ўзидан ўзгарди. Шунга кўра матбуотда 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 матбуотда 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 ниқоби остида аҳолининг кўнглига ғулғула солган, нотўғри ахборотлар тарқатган нодавлат, халқаро радиостанцияларнинг фаолияти ҳам бир қатор журналистларнинг ўз касбий ахлоқий нормаларига амал қилмаганликларини кўрсатди. Уларнинг аксарияти турли ноқонуний йўллар билан ахборот тўплаш ва уни асосланмаган тарзда кенг жамоатчиликка тақдим этиш йўлини тутдилар.

Айни пайтда сариқ (кўнгилочар) матбуотда 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 титкилаш 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 етказиш. Гўёки халқ манфаатларини ўйлайдигандек бўлиб кўринадиган бундай журналистларнинг аксарияти моддий бойлик тўплаш умидида бўладилар.

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

Бугунги даврда глобал ахборий қарама-қаршиликлар 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 тазйиқлар, ахборий таҳдидларга қарши курашувчи, тезкорлик билан жавоб қайтарувчи, керакли ўринда ҳимояда турувчи шахс сифатида камол топишлари керак.

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

Умуман касб ахлоқи ва унинг меъёрларига таяниб иш кўрувчи журналист доимо ўқувчилар орасида ҳурматда 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, ишончлилик касбий этика кодексларида устивор йўналиш этиб белгиланган.

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

Кундалик 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.Авраамовнинг таъкидлашича, “касбий кодексларда мазкур талаблар турли вазиятларда аниқлаштирилади”¹¹⁹. 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.

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

¹¹⁹ Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М.: 1992. – С. 37.

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

Халқаро сиёсий йиғилишларда мамлакатимиз раҳбарияти томонидан бугун ахборот асри муаммолари билан боғлиқ муҳим фикрлар билдирилади. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.Каримов “кўз ўнгимизда замонавий дунёнинг геосиёсий, 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 миқёсда ўзгартириб бораётган ва инсониятнинг тинч хотиржам ҳаёт кечиришига тўсқинлик қилаётган масалалар қамраб олинган.

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

Ҳар бир соҳа вакиллари бу атамани ўз ҳолича ўз соҳасига мослаган ҳолда қўллаб келмоқда. Бевосита ахлоқшунослик нуқтаи назаридан оладиган бўлсак, глобаллашув атамасига мувофиқ XXI асрда дунёда ягона ахлоқ, этика нормалари қарор топиши башорат қилинмоқда¹²⁰.

Глобаллашув жараёнини белгилаб берувчи асосий омиллар сифатида қуйидагилар эътироф этилади:

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

¹²⁰ Б. Умаров. Глобаллашув зиддиятлари.Т. “Маънавият”, 2006. – Б. 9.

трансмиллий корпорациялар ва молиявий марказлар шаклланиши;

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

Умуман олганда жамиятнинг ахборатлашуви бундан кейин ҳам маданиятларнинг қоришуви 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 мафқуравий иммунитетни кучайтиришимиз зарур”¹²¹лиги ҳақида “жамиятимизнинг мафқуравий 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”¹²² сингари мулоҳазаларига қайта-қайта мурожаат этамиз.

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

¹²¹ Каримов И. Юксак маънавият – енгилмас куч. – Тошкент: Маънавият, 2008. – Б. 119.

¹²² Шу манба. – Б. 127.

ривожда жаҳон журналистикасида қабул қилинган халқаро ҳуқуқий меъёрларга суянилади, дейилади. Лекин ҳар қандай халқаро ҳуқуқий меъёрлар миллий менталитетга хавф 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, ирқи ва эътиқодига нисбатан бағрикенглик хусусияти ўзбек халқининг азалий кадриятлари сифатида тан олинган. Бу анъанавий тамойил, маълумки, давлат сиёсати даражасида амалга оширилмоқда.

Журналист ўзи ва фаолияти ҳимоясини 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 тўплаш, тўплаган 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 тариқа ташкиллаштирилса журналистнинг иши пухта бўлади, ахбороти тўлақонли тайёрланади. Оммавий ахборот воситаларида журналист ахлоқи, журналист тилининг равонлиги, юридик ва адабий тил қоидаларига риоя этиш масалалари ҳам журналист касб ахлоқининг муҳим таркибий қисмлари ҳисобланади.

Бошқа қатор қонун ҳужжатларида ҳам журналистларнинг касбий этика нормалари қоидалари қатъий белгилаб кўйилган. Жумладан, Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида”ги, “Журналистик фаолиятини ҳимоя 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 кутилган натижаларни бермаяпти. Яъни ҳаётдаги объектив ҳолат сунъий тарзда шакллантирилаётган имижни қўллаб-қувватлашга етарли даражада асос бўлолмаяпти.

Боз устига объектив ҳолат 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, оқми ёки қора – бекитишга шошилмаслик керак. Тактик нуқтаи назардан ахборотни ўз вақтида, керакли миқёсда, имижга мослаб (унга путур етказмайдиган даражада, керак бўлса, уни мустаҳкамлайдиган йўсинда) тайёрлаш ва узатиш лозим. Лекин бунда таваккалчиликка 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 камрови 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 қўшимча чора-тадбирлар кўришни талаб этади;

– он-лайн журналистика мутахассисларини пухта тайёрлашимиз керак. Бундан ташқари интернетдаги маълумотларни филтрдан 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 қўникмаларга эга бўлишлари керак:

- Журналистиканинг мавжуд ҳуқуқий ва ахлоқий асослари;
- Инсон маънавияти ва ахлоқига оид этика категориялари ҳақида;
- Миллий қадриятлар, урф-одатларнинг 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, бадий асарларни фан нуқтаи назаридан ўрганиши ва олган билимларини амалда қўллай 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 даври 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 тўплам”, - Тошкент, 1997.
2. Каримов И.А., Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид , барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари. – Т.: “Ўзбекистон”, 1997. – 326 б.
3. Каримов И.А., Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда. – Т.: “Ўзбекистон”, 1999. – 48 б.
4. Каримов И.А. Миллий истиқлол мафкураси – халқ эътиқоди ва буюк келажакка ишончдир. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг “Фидокор” газетаси мухбири саволларига берган жавоблари. – Т.: “Ўзбекистон”, 2000. – 32 б.
5. Каримов И.А. Конституция – юртимизда янги ҳаёт, янги жамият барпо этишнинг 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, ислоҳотлар йўлидан изчил бориш – асосий вазифамиз. – Т.: “Ўзбекистон”, 2004. –64 б.
8. Каримов И.А. Империя даврида бизни иккинчи даражали одамлар, деб ҳисоблашар 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 тараққиётнинг янги босқичида. Т.: Ўзбекистон, 2005. – 144 б.
 13. Каримов И.А., Юксак маънавият – енгилмас 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 Президенти И.А.Каримовнинг “Мамлакатимизда демократик ислохотларни 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.

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. Хочикетцаль 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 (интернетда 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. Малюгин 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.

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 ривожлантиришнинг 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 (янги ланиш ва равақ топиш жараёнлари). –Т.: Akademiya, 2007. – 399 б.
41. Саидов Ҳ. Матбуот – миллий манфаатлар ҳимоячиси. – 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. Қудратхўжаев Ш.Т. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. –Т.: “Ўзбекистон”, 2011. – 96 б.
45. Қудратхўжаев Ш.Т. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. –Т.:, 2010.
46. Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. – Т.: “Zar qalam”, 2003. – 40 с.
47. Рашидова Д., Муратова Н. Интернет журналистика. –Т.:, 2007. – 138 с.

48. Қосимова 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.: Вагриус, 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. “Тўртинчи ҳокимият” (Ўзбекистон Руспубликасининг қонунлари, қарорлари ва бошқа ҳужжатлари тўплами) – Т.: Мехнат.-2003.) ОАВ тўғрисида. Ўзбекистон республикасининг қонуни. 24.04.1997. 26.12.1997й.
58. Рўзиев Ф., Х.Жўраева. Тележурналистга тавсиялар. - Т.: “Sharq”, 2013. – 176 б.
59. Имиж яратиш технологиялари ва сиёсатда уларнинг қўлланилиши. Гулнора Нишонова. Олий журналистика курсларида ихтисослашув

- масалалари мавзуида II илмий-амалий семинар материаллари. Тошкент. Гафур Гулом номидаги НМИУ, 2013.
60. Оммавий ахборотнинг тили ва услуби / Тошалиев И., Абдусатторов Р. Ўқув қўлланма. – Тошкент: Zar qalam, 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/
 63. Гусякова А.В. Типологические характеристики способов передачи Информации в печатных и электронных СМИ XXI века. Вестник ЧГПУ. 2011. №8.
 64. Прощание с иллюзиями / Владимир Познер. – М.: Астрель, 2012. – 480, С. 229.
 65. Д.Муитов. Геосиёсат ва журналистика. – Тошкент: “TURON-IQBOL”, 2014. – 184 .
 66. Д.М.Тешабоева. Оммавий ахборот воситаларида нутқ маданияти. – Т.: “Fan va texnologiya”, 2011, 224 бет.

**Қўшимча адабиётлар,
авторефератлар, илмий ишлар:**

1. Горский И.Н. Информационно-семиотические ресурсы периодической печати в формировании имиджа Беларуси. Белорусский 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 магистрлик 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 матбуоти” журнали, 2007 й. 5-сон.
6. Қосимова Н. Интернет журналистикаси янги соҳа. “Ўзбекистон матбуоти” журнали, 2010 й. 1-сон.
7. Абатуров А. Медиатехнологии 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. “Ташқи сиёсатда давлат имижининг аҳамияти” мавзuida магистрлик 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. Lenta.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.Сушненкова. 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
2. gov.uz
3. senat.gov.uz
4. mfa.uz
5. uza.uz
6. jahonnews.uz
7. mtrk.uz
8. mediabay.uz
9. mmf.uz
10. whitehouse.gov
11. kremlin.ru
12. 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
17. narodnoeslovo.uz
18. 12.uz

19. История возникновения социальных сетей. Кто был первым?

<http://vsetke.ru/post/20447276>