

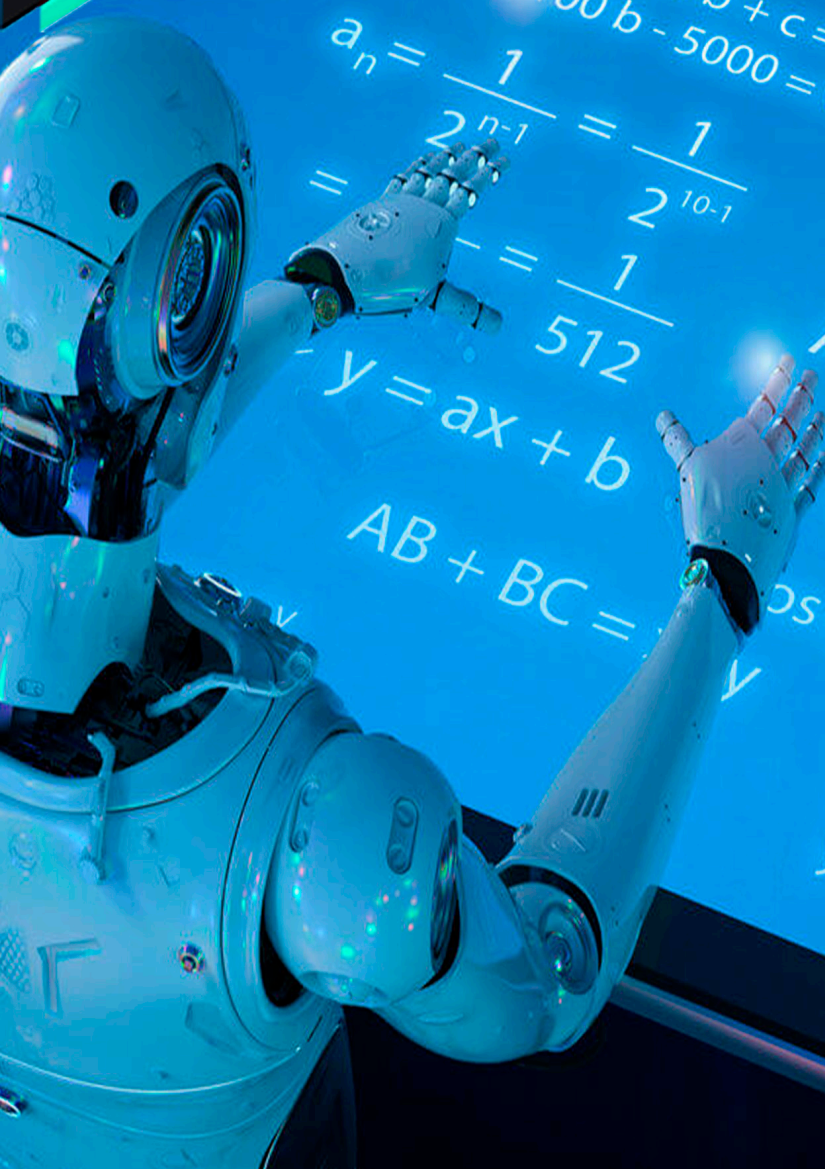
ISSN: 2181-3310

MUTAFAKIR

Scientific Journal / Научный журнал / Илмий журнал

№ 12 (2023)

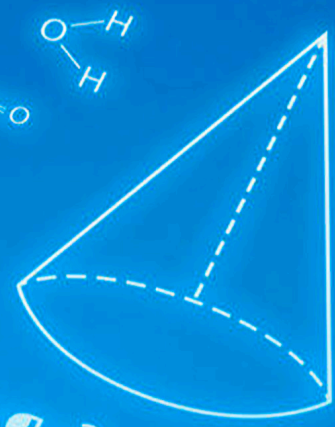
12-son



$$(100^2)a + 100b + c = 0$$
$$10000a + 100b - 5000 = 0$$
$$a_n = \frac{1}{2^{n-1}} = \frac{1}{2^{10-1}}$$
$$= \frac{1}{512}$$
$$y = ax + b$$
$$AB + BC = \dots$$

$$v = \frac{1}{4} \pi r^2 h$$
$$A = \pi r^2 h$$

$$\cos(B) = \frac{y}{x}$$
$$\cos(60^\circ) = \frac{y}{8}$$
$$\frac{1}{2} = \frac{y}{8}$$
$$y = 4$$



INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

Bosh Muharrir:

Shohinur Mirzayev

Jamoatchilik kengashi:

Baxtinur Xudanov

Akbar Elmurodov

Shuhrat Ziyadullayev

Tahrir hay'ati

Muxtor Xudoyqulov

Ulug'bek Vohidov

Latofat

Toshmuhammedova

ALISHER NAVOIY NOMIDAGI O'ZBEKISTON MILLIY KUTUBXONASI

Kitob va turkum
nashrlarga ISBN va ISSN
raqamlarni birlashtirish
to'g'risida

MA'LUMOTNOMA

Turkum nashrlarning chiqish ma'lumotlarini GOST 7.4-95 «Nashrlar. Chiqish ma'lumotlari» hamda GOST 7.56-2002 «Xalqaro standart turkum raqami» davlatlararo standartlar talablari asosida bo'lishini to'liq ta'minlash maqsadida, Alisher Navoiy nomidagi O'zbekiston Milliy kutubxonasi va «Mutafakkir» 1ta 2022 yil 11-apreldagi № ISSN-C-35583 sonli hisob-kitob shartnoma va 2022 yil 19-aprel yildagi № ISSN-I-35583 schet-fakturaga asosan turkum nashrlarini ISSN bilan belgilash uchun quyidagi raqamni taqdim etadi:

Turkum nashrning nomi:
Mutafakkir
ISSN raqam: 2181-3310
Turkum nashrlarning turi:
elektron nashr

Ushbu jurnal O'zbekiston Respublikasi Oliy Attestatsiya komissiyasining ilovasida mavjud bo'lgan xalqaro indeksatsiya **index copernicus** bazasiga kiritilgan. OAK ilmiy nashrlarda chop eilgan maqola sifatida qabul qilinadi.

Asos: O'zbekiston Respublikasi Oliy Attestatsiya komissiyasining dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro'yxati

¹ Maqola chop etilgan pайtda xalqaro miqёsda faоliyat kўrsatadigan kўyidaги йирик нашриётлар ёки маълумотлар базаси асосида «импакт-фактор»га эга бўлган илмий журналларда нашр этилган мақолалар мазкур Рўйхат таркибига киритилган илмий журналларда chop etilgan илмий мақолалар сифатида qabul qilinadi: (1) Web of Science (Web of Knowledge), (2) Journal Impact Factor, (3) Scopus, (4) Journal Citation Reports, (5) Global Impact Factor, (6) International Impact Factor Services, (7) Agris, (8) Chemical Abstracts CAS, (9) GeoRef, (10) PubMed, (11) Springer, (12) Index Copernicus, (13) Bielefeld Academic Search Engine, (14) ResearchBib, (15) Directory of Research Journals Indexing, (16) Directory Indexing of International Research Journals-CiteFactor, (17) Open Academic Journals Index, (18) Ulrich's Periodicals Directory, (19) Scientific Indexing Services, (20) General Impact Factor, (21) InfoBase Index, (22) International Society for Research Activity, (23) Scientific Journal Impact Factor, (24) Scientific Research Publishing Inc, (25) Directory of Open Access Journals, (26) Academic Journals Database, (27) Academic One File, (28) Advanced Science Index, (29) Anthropological Index Online, (30) Anthropological Literature, (31) Anthropology Plus, (32) Asian Education Index, (33) Bibliography of Asian Studies, (34) Compendex, (35) CrossRef, (36) HINARI, (37) Hindawi, (38) Libraries Resource Directory, (39) Impact Factor Search, (40) ResearchGate, (41) SCImago, (42) Scisearch, (43. z/x) Universal Impact Factor.

Шунингдек, жаҳоннинг икки юзта энг яхши олий таълим муассасаси рўйхатидаги олий таълим муассасалари томонидан chop etilgan илмий ишлар ва мақолалар тўпламида нашр этилган илмий мақола (материал)лар мазкур рўйхатга киритилган илмий нашрларда chop etilgan мақолалар сифатида qabul qilinadi.

СИЁСИЙ ЕТАКЧИ ИМИЖИ ВАУНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

Чарос Омонова – ЎзЖОКУ “Магистратура”
 бўлими 2-босқич магистри
 Илмий раҳбар – Улуғбек Ҳайитов т.ф.н., доцент

Сиёсий етакчилик муаммоси – замонавий сиёсий фанлар ва бошқарув психологиянинг марказий муаммосидир. Асосий масала – нима ва қандай психологик механизмлар бир одамда етакчини тан олишга ундайди ёки мажбурлайди-ю, бошқа одамга нима учун бундай масъулият ва имтиёздан фойдаланиш ҳуқуқини рад этади, деган саволдан иборатдир.

Қадим замонлардан бери инсоният етакчи (лидер) тавсия этишнинг **3 усулини** биледи: иерархиядаги етакчилик ўрни учун кураш, бунда мақсадга эришишнинг деярли зўравонлик турлари назарда тутилади. Яъни, катталиқ, қариндошлиқ белгиларига кўра тартибли ворислик қилмоқ, қадимги ва содда ёки замонавий, мураккаб ва «айёр» демократия қонунларига кўра танлов.

Сиёсат соҳасидаги “етакчи” сўзи давлат ташқи ва ички сиёсий фаолиятининг шундай жиҳатларини назарда тутадик, бунда улар шахс психологияси ёки ижтимоий психология соҳасида ётувчи сабабларга эга бўлиши мумкин. Шундан келиб чиққан ҳолда, жамият сиёсий ҳаётини тадқиқ қилишнинг **икки муҳитини** ажратиш мумкин. Бу **биринчидан**, алоҳида бир одамнинг ижтимоий ва сиёсий жараёнларга таъсири ва **иккинчидан**, ижтимоий-психологик ҳодисаларни омавий миқёсда таҳлил қилиш. Ушбу муаммонинг долзарблиги нафақат соф назарий қизиқишлар ва мақсадлар билан асосланади, балки жамиятимизнинг барча, аввалги тарихи ҳам бунда катта роль ўйнайди.

Сиёсий етакчилик комплекс феноменини тушуниш учун етакчилик табиатини аниқлаб берувчи ўзгарувчанликлар турини ҳисобга олиш зарур.

Ушбу феноменни тушунтиришда ҳисобга олиниши лозим бўлган ўзгарувчанликлар қуйидагилар:

- етакчи шахси, унинг келиб чиқиши, социологик жараёни ва номзодликка қўйиш усуллари;
- издошлар характеристикаси;
- етакчи ва издошлар орасидаги муносабатлар;
- етакчилик ўрни бўлган контекст;
- муайян вазиятларда етакчи ва издошлар ўзаро таъсирининг

натижаси;

Г.Пейдж фикрича: “сиёсий етакчилик – ўз рақиблари ҳокимлиги ҳолатида турган одамлар хулқ-атвори, жамиятнинг бошқа аъзолари билан ўтмишда бўлгандек, ҳозирда бордек ва эҳтимол, келажакда бўладигандек ўзаро таъсиридир”¹.

Сиёсий етакчилик нафақат ҳокимиятнинг юқори поғонасида турган одамлар хулқини билдиради, балки ўрта ва қуйи даражадаги одамларга ҳам тегишлидир. Сиёсий етакчилик деганда нафақат биргина шахс – президент, ҳоким, сиёсий партия бошлиқлари ёки бошқалар назарда тutilади, балки “жамоавий етакчилик” ҳам шу ўринда таъкидлаб ўтилади. Бу шуни англатадики, етакчилик фақатгина ижтимоий институтларнинг муайян бир турида эмас, балки барча соҳада мавжуддир.

Сиёсий етакчи шахси ўта мураккаб шаклланма бўлиб, турлича бўлган ўзаро боғлиқ элементлардан иборат. Уларнинг барчаси ҳам сиёсий хулқ-атвор учун бирдек жавобгар эмас.

Энг салмоқли шахс тавсифи:

- сиёсий етакчининг ўзи ҳақидаги тасавури;
- сиёсий хулқ-атворга таъсир этувчи эҳтиёж ва сабаблар;
- энг муҳим сиёсий қарашлари тизими;
- сиёсий қарорлар қабул қилиш услуби;
- шахслараро муносабатлар услуби;
- стрессбардошлилик;

Америкалик тадқиқотчилар Д.Оффер ва Ч.Строзаер сиёсатчининг «**Мен**» қиёфасини кўриб чиқадилар. Бу қиёфа, инсоннинг ўзига нисбатан туйғулар фикрлар ва идрокининг умумий қимматига мосдир. Бунда «Мен» **6 та турли қисмларга** ажратилади ва улар ўзаро бир-бирига боғлиқдир².

Булар қуйидагилар:

Жисмоний Мен

Жинсий Мен

Оилавий Мен

Ижтимоий Мен

Психолгик Мен

Тўқнашувларни енгувчи Мен

1 Политическое лидерство: «Я-концепция»// https://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Politologia/67502.doc.htm

Жисмоний Мен – бу сиёсий етакчининг ўз соғлиғи, жисмоний кучи ёки заифлиги ҳақидаги тасаввури. Сиёсий етакчи етарлича соғлом бўлиши лозим, акс ҳолда, бу унинг амалий фаолиятига халақит бериши аниқдир.

Сиёсатшунослик ва психологияга оид адабиётлардан маълумки, АҚШ Президенти Рузвельт, Вильсон ва Кеннедига соғлиқлари ёмонлиги кўп панд берган. Гитлер ва Сталин ҳам ўз жисмоний заифликларидан кўп азият чекканлар.

Жинсий Мен ҳақида статистик маълумотлар йўқлиги олимлар томонидан белгилаб ўтилган. Замонавий давлат бошида гомосексуалист ёки эксгибионист туриши ақлга сиғмайдиган ҳол. Авваламбор, бундай ҳолат унинг етакчилик қобилиятидан қатъий назар катта сиёсатга йўлни ёпган бўлар эди. Тарихдаги машхур жоҳиллар эса жинсий соҳадаги патология билан ажралиб турган ва кўпинча турли ярамас одатларга мубтало бўлганлар.

Сиёсатчилар шахси учун муҳим элемент бўлиб, **Оилавий Мен** - ҳисобланади. Авваламбор, психо-таҳлилдан яхши маълумки, оиладаги муносабатлар одам хулқ-атворида кучли таъсир кўрсатади. Баъзи сиёсий етакчилар ёшликдаги келишмовчиликлар ва жароҳатларни енгиб ўтадилар, бошқалари эса, болаликдаги оламларини ўз атрофидагиларга ўтказишга уринадилар.

Юқори давлат лавозимидаги одамлар бошқалар билан бирга ишлаш қобилиятига эга бўлишлари лозим. Сиёсатчининг бундай сифати ҳақидаги тасавури **ижтимоий “Мен”**да ифодаланган. Сиёсий етакчи музокаралар олиб боришни, ўз ҳамкасбларини яхши сифатларини намоён қилишларига ундашни билиши лозим. У турли, гоҳида бир-бирига душман бўлган гуруҳлар, бошқа давлат етакчилари билан самарали ишлаш учун шахслараро муносабатлар кўникмасини ишлата билиши лозим.

Психологик Мен - ўз ички дунёси, ҳаёллари, орзу-истак, кўркув ва ишончлари, ихтилофлари – сиёсий етакчи ҳаётининг муҳим жиҳатларидан таркиб топади. Оддий одамларда бўлганидек етакчиларда ҳам невротик тўқнашувлар, психологик муаммолардан туғма иммунитет мавжуд эмас.

Тўқнашувларни енгиб ўтувчи Мен – сиёсий етакчининг тўқнашувларни ижодий енгиб ўтиш ва эски муаммоларнинг янги ечимини топа олиш қобилияти ҳақидаги тасавурларидир. **Етакчи муаммоларни қабул қила оладиган етарлича билим ва зехнга эга бўлиши лозим. У, сиёсий қарорлар қабул қилишда етарлича ўзига ишонишни ва бу ишончни бошқаларга ҳам етказиши лозим, стресс шундай оғир оқибатларга олиб келиши мумкинки, бу сиёсий етакчининг интеллектуаль ва хулқий имкониятларини жиддий**

тарзда чеклайди.

Шуни таъкидлаш зарурки, сиёсатчиларнинг ўзига берган баҳоси, яъни Мен-концепцияси қанчалик **юқори** бўлса, уларнинг вазиятга муносабати, таъсирчанлиги пастроқ бўлиши мумкин. Ўзига юқори баҳо берувчи етакчилар ташқи ҳолатларга камроқ тобе, улар анчайин барқарор ички андозаларга эга ва шуларга асосан ўзларини баҳолайдилар.

Ўзига **паст баҳо** берувчи сиёсий етакчилар бошқаларга кўпроқ тобе бўлиб, кўпроқ таъсирчандир (ташқи таъсирга жавоб бериш қобилияти). Улар жуда таъсирчан ва бошқалар фикрига кўра ўз баҳосини ўзгартириши мумкин.

Сиёсий етакчининг **ўз-ўзига берган баҳоси** унинг давлати ички ва ташқи сиёсати йўналишига жиддий ва муҳим таъсир кўрсатади. Агар, унда ҳаёти давомида ўз ўзига паст баҳо бериш шаклланган бўлса, бунда унинг ўзидан доимий норозилиги ички ва ташқи сиёсат соҳасида янгидан-янги тўсиқларни забт этишга ундайди. Ленин, Сталин, Никсон, Рейган, С.Хуссейн, Ж.Дудаев шундай инсонлар эди. Ҳар бир янги ғалаба орқали ўзларининг аҳамиятли эканликларини исбот қилиб борганлар. Аммо, забт этилган тўсиқлар уларни энди хурсанд қилмас эди. Ўз ўринларини, шахсий аҳамиятларини янада мустаҳкамлаш учун янги ишларга кўл урадилар.

Сиёсий етакчининг ўзига ўзи паст баҳо бериши уни сиёсий майдонда “буюк” ишларни амалга оширишга ундайди: кенг ҳажмли ҳарбий ёки тинчлик акциялари ва кўпинча бошқа нарсалар.

Ўзига юқори баҳо берувчи давлат етакчилари ўзларининг кўмондонлик ва сиёсатчилик сифатларини қайта кўриб чиқар эканлар, кўпинча (умумий, ташқи ва ички) ўз сиёсий курсларига нисбатан умумий, ички ва ташқи реакцияни кўрмайдилар. Улар ўз муваффақиятларидан маст ва танқидни ҳасадгўйлар қилади деб, ҳисоблайдилар.

Ўзига юқори баҳо берувчи сиёсий етакчиларнинг яна бир тури, ўз мамлакати ва хорижда ҳам, улар сиёсатига етарлича баҳо берилмагач, жуда қайғу чекишган. Уларнинг сиёсати, улар шахсий нуқтаи назаридан юқори ахлоқий тамойиллар асосида ёки жуда пухта ўйлаб самарали қурилган деб, ҳисобланган, ҳақиқатда эса ахлоқсиз, хом ўйланган бўлиб чиқса, уларда кутилмаган ҳаракатларни кузатиш мумкин. Америка Президенти Джонсон, у бошлаган Вьетнам уруши АҚШ халқида ва бутун дунёда норозилик келтириб чиқарганини кўриб қаттиқ қайғурган. Унинг яқин маслаҳатчиларининг айтишича, норозиликлар ҳақидаги навбатдаги маълумотни олиши билан, унинг кадрига етишмаётгани, уни тушунишмаётгани,

уни халқ севмаслигидан нолир ва Вьетнамда навбатдаги портлатишларига буйруқ берар эди.

Ўз-ўзига **адекват (мос)** баҳо берувчи сиёсий етакчилар сиёсий майдондаги энг яхши ҳамкорлар ҳисобланади. Уларнинг ички ва ташқи сиёсати ўзини кўрсатишга қаратилмаган. Ўз сиёсий қобилиятини адекват баҳоловчи етакчи, бошқа етакчиларни ҳурмат қилади ва юқори баҳолайди. Уни камситишлари, хафа қилишлари, уни инкор этишларидан кўркмаган ҳолда, ўзининг муносиб баҳосини билиб, ўзини бошқалардан ёмон деб билмайди, бундай етакчи икки ёқлама фойда келтирувчи мақсадларга эришиш йўлида оқилона сиёсат олиб боради.

Сиёсатчи ўзини мувофиқ баҳолашни ўрганиши зарур, бу унга сиёсат оламида самарали ҳаракат қилиш имконини беради. Бунинг учун, у қуйидаги саволларга жавоб бериши лозим: ўзига муносабатни шакллантириш учун у кўпроқ кимнинг қайси шахс ёки гуруҳ фикрига қулоқ солади. Нима учун уларнинг фикри, у учун аҳамиятли? Ўз ўзига муносабатни уларсиз белгилай оладими? Бошқаларнинг сен ҳақингдаги фикрини билиш муҳим, аммо ўз фазилат ва камчиликларини, сиёсий вазифаларни бажариш сифатини ўзи ҳам баҳолай билиши лозим.

Бошқа сиёсатчини таҳлил қилар экансиз, турли шахс характерлари ва уларнинг ўзаро таъсири ҳақида ахборотга эга бўлиш зарур. Ушбу характеристикалар қандай шаклланишини аниқлаш муҳимдир. Шу сабабли таржимаи ҳолига оид маълумотлар ҳамда болаликдан бошлаб, унинг ота-оналари ва бошқа оила аъзолари билан муносабатлари қандайлиги ҳақида билиш зарур. У, ёш бола бўлган даврда оилада қандай жазолаш ёки рағбатлантириш тизими қўлланилганини билиш ҳам муҳимдир.

Инсонни сиёсатга кириб келишга бир ёки бир неча сабаблар ундайди – ҳокимият, одамлар ва воқеаларни назорат қилиш, ютуқлар, аффилиация. Сиёсатчи улардан қай бири, унинг сиёсий хулқ-атвори учун қай даражада “масъул” эканини таҳлил қилиб олиши зарур. Агар у, ўзида ҳокимиятга эҳтиёж сезса, бундан уялмаслиги ва чўчимаслиги лозим. Бундай эҳтиёж сиёсий етакчи учун нормал ва табиий ҳисобланади. Нимага ва нима учун, унга ҳокимият кераклигини тушуниб олиши лозим. Агар ҳокимиятга эҳтиёж яхши ривожланган бўлса, унда одамлар ва ҳодисаларни назорат қилиш ҳам кучли бўлиши эҳтимол. Аммо, у, жуда истеъдодли сиёсатчи бўлса ҳам, сиёсат соҳасидаги бўлаётган барча жараёнларни назорат қилиб улгуриши мумкин эмас, меъёридан оширилган назорат эса сиёсатчи атрофидагиларни асабийлаштиради ва салбий имиж шакллантиради.

Ютуқларга бўлган юқори эҳтиёж ҳам, сиёсатчилар учун нормал ҳодисадир.

Сиёсатчи қайси соҳада салоҳиятли ва ўзини қайси соҳада қулай сезишини аниқлаб олиши зарур.

Одамлар ёки бутун мамлакат аҳолисидан қўллаб-қувватлашга эришиш учун сиёсатчи шуни ёдда тутиши лозимки, унинг сиёсий хулқ-атвори ва аниқ эришилган натижаларга кўра баҳолайдилар. Бунинг учун вазмин ва меҳрибон, самарали, инсонлар кўз ўнгида фойдали бўлиши зарур.

Умуман олганда, сиёсий етакчи имижини шакллантириш юқорида таъкидланган бир қатор омиллар, улар фаолият олиб бораётган давлат идоралари, ташкилотлар ва мамлакат анъанлари, кадриятлари, сиёсий ҳаёт тажрибаси ва маданияти билан боғлангандир.

АДАБИЁТЛАР

1. Политическое лидерство Определения и классификации// https://nibiryukov.mgimo.ru/nb_texts/nb_texts_politicheskoe_liderstvo_opredeleniya_i_klassifikacii.htm
2. Политическое лидерство: «Я-концепция»// https://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Politologia/67502.doc.htm

SPIN TA'LIMOTGA OID NAZARIY YONDASHUVLAR VA UNING ETIK JIHATLARIGA OID BAHSLAR

A'zamova Munisa Akram qizi,

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti 2-bosqich magistranti

Telefon: +998909786407

munisazamova@gmail

ANNOTATSIYA: Spindoktoringni o'rganish bugungi jamiyatda muhim va dolzarbdir, chunki u odamlarga axborot qanday manipulyatsiya qilinishi va jamoatchilik fikriga ta'sir qilish uchun taqdim etilishini tushunishga yordam beradi. Mazkur maqolada spin ta'limotga oid nazariy yondashuvlar va uning etik jihatlariga oid bahslar haqida so'z yuritiladi.

KALIT SO'ZLAR: Spin, spindoktoring, jamoatchilik fikri, manipulyatsiya, siyosat, marketing, etika, PR.

Bugungi kunda spindoktoring reklamadan tortib ijtimoiy tarmoqlar, ma'lumotlar tahliligacha bo'lgan hamma narsani o'z ichiga olgan murakkab sanoatga aylandi. Spindoktoring – ma'lum bir doiradagi kishilar fikriga ta'sir o'tkazish va foyda olish maqsadida faktlarni, voqea-hodisalar, turli obyektlar va shaxslarga doir axborotlarni buzib ko'rsatish hisoblanadi. Bu ommaviy axborot vositalarida, xususan, kompaniyaning, ma'lum bir shaxsning, internet-resursning obro'sini yaxshilash yoki yomonlash uchun internet makonida faol qo'llaniladigan eng keng tarqalgan PR usullaridan biridir.

Spindoktoring asosiy usullari quyidagilar:

- a) obro'sizlantiruvchi ma'lumotlarni yashirish;
- b) maqsadli auditoriyaga yo'naltirilgan buyurtma asosida tayyorlangan maqolalarni e'lon qilish;
- c) noto'g'ri va tasdiqlanmagan ma'lumotlarni taqdim etish;
- d) turli voqealarni ssenariy va maxsus tanlangan video ketma-ketligida om-maga taqdim etish, e'tiborni kerakli «nuqta»larga qaratish¹.

Bugungi kunda spindoktoring reklamadan tortib ijtimoiy tarmoqlargacha, ma'lumotlar tahliligacha bo'lgan hamma narsani o'z ichiga olgan murakkab sanoatga aylandi. Spindoktorlar xabarlar tayyorlash, ommaviy axborot vositalari bilan aloqalarni boshqarish,

¹ Siyosiy texnologiyalarning rivojlanishi. Respublika ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to'plami. – Toshkent: «Complex Print», 2022. – 70 b

bozor tadqiqotlarini o'tkazish va ularning kun tartibiga mos keladigan kampaniyalarni yaratish uchun sahna ortida ishlaydi.

Spin doktor voqeani va uning yoritilishida yuzaga kelgan xavfli vaziyatni davolashga doir bilimga ega mutaxassisdir. Xorijda spin doktorlarning aksariyati psixologlar, jurnalistlar, harbiylar orasidan saralab olinadi. Ammo bugun biz bu bilimlar asosini jurnalistlar, teleboshlovchilar, axborot yetkazuvchilar, bloggerlar, davlat va xususiy sayt rahbarlari bilishi kerak bo'lgan zamonda yashayapmiz.²

Bundan tashqari, spindoktoring siyosat bilan cheklanib qolmaydi, balki biznes va tashkilotlarning manfaatdor tomonlar bilan qanday aloqa qilishiga ham ta'sir qiladi. Ushbu xabarlar qanday ishlab chiqilishi va tarqatilishini tushunish ongli qarorlar qabul qilish va tanqidiy fikrlash uchun juda muhimdir.

Spindoktoringni o'rganish orqali odamlar ommaviy axborot vositalari va siyosiy nutqlarda noto'g'ri fikrlar, manipulyatsiyalarni tan olishni o'rganishlari va ma'lumotni yanada oqilona iste'molchilarga aylanishlari mumkin.

Spindoktoring jamoatchilik fikri va e'tiqodiga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Spindoktorlar ma'lumotni taqdim etish orqali odamlarning ma'lum bir masalani, shaxsni yoki tashkilotni qanday qabul qilishiga ta'sir qilishi mumkin. Bu voqelikka buzib ko'rinishni keltirib chiqarishi va odamlarda aniq ma'lumotlarga asoslanmagan fikrlarni shakllantirishi mumkin. Spindoktoring, shuningdek, odamlarning siyosiy va ijtimoiy masalalarga befarq bo'lishiga olib kelishi mumkin, chunki ularga taqdim etilgan barcha ma'lumotlar noto'g'ri ekanligiga ishonishni boshlaydilar.

- ommaviy axborot vositalarini manipulyatsiya qilish

Spindoktoring qaysi hikoyalar yoritilishiga, hikoyalar qanday tuzilganiga va qanday manbalarga iqtibos keltirilishi orqali ommaviy axborot vositalarini manipulyatsiya qilishi mumkin. Spindoktorlar jurnalistlar va ommaviy axborot vositalari bilan munosabatlaridan ma'lum bir masala yoki shaxs atrofidagi hikoyani shakllantirish uchun ko'pincha o'z kun tartibiga mos keladigan tarzda foydalanadi. Ma'lumotni tanlab taqdim etish va hikoyaning tuzilishini nazorat qilish orqali spindoktorlar ommaviy nutqni shakllantirishlari va uni ma'lum bir yo'nalishga yo'naltirishlari mumkin.

- Faktlarni noto'g'ri ko'rsatish

Spindoktoring faktlarni ataylab noto'g'ri ko'rsatishga olib keladi, bunda ma'lumot taassurot yoki rivoyat yaratish uchun tanlab taqdim etiladi yoki buzib tashlanadi. Bu jid-

² <https://www.xabar.uz/uz/tahlil/qorqinch-nafrat-galayon-spin-doktor>

diy oqibatlarga olib kelishi mumkin, chunki noto'g'ri ma'lumotlarga asoslangan qarorlar odamlarga va butun jamiyatga keng qamrovli ta'sir ko'rsatadi.

Xulosa qilib aytganda, spindoktori qisqa muddatda samarali siyosiy vosita bo'lishi mumkin bo'lsa-da, bu shaxslar, jamiyat va umuman demokratiya uchun jiddiy oqibatlarga olib kelishi mumkin.

NASHRIYOT SOHASIDA MUHARRIR O'RNI VA TAHRIR TEXNIKASINING O'ZIGA XOS JIHATLARI

Yaxshibayeva Umidaxon Jumadillovna
O'zJOKU Noshirlik ishi va muharrirlik
bo'limi II bosqich magistranti

***Annotatsiya.** Bugungi kunda bosma nashrlarga bo'lgan talabning kamayishi asnosida muharrirlar sonining qisqarishidek ulkan muammo yuzaga kelmoqda. Bu vaziyatda noshirlik sohasida muharrirning o'rnini aniqlash, uning malaka va ko'nikmalarini oshirish, tahrir texnikasiga oid an'anaviy bilimlarni zamonaviy ta'lim tizimi bilan uyg'un holda shakllantirish dolzab masalalardan sanaladi. Mazkur ilmiy maqolada aynan muharrirning nashr sohasidagi o'rni qanday bo'lishi kerakligi xususidagi fikr va mulohazalar, tahrirda ahamiyat qaratishi kerak bo'lgan masalalar qamrab olingan.*

Ushbu ilmiy maqoladan ko'zlangan asosiy maqsad: noshirlik ishi faoliyatida muharrir faoliyatining ahamiyati, tahrirda orttirilgan tajribalar asnosida zamonaviy nashriyotlar tizimida yangi tajriba va yechimlar taklif qilishdan iboratdir.

Ilmiy maqolada deduktiv va induktiv mantiqiy tahlil usullaridan, tavsif usuli, qiyosiy tahlillardan foydalanilgan holda ko'zlangan maqsadga erishilgan.

Kalit so'zlar: kitob, qo'lyozma, tahrir, annotatsiya, korrektura, muharrir, noshirlik ishi, nashriyot.

***Kirish.** Bugungi global axborot almashinuvi davrida kitoblar chop etilishida samarali natijalarga erishish har qanday nashriyotning oldida turgan birlamchi vazifalardan sanaladi. Boisi, aynan nashriyot siyosati va uning tajriba maktabi uning bozor iqtisodiyoti maydonida ham ma'naviyat ham moddiylik unsuri sifatida hayot kechirishiga turtki bo'la oladi. Bu vazifalarni amalga oshirishda esa nashriyot sohasida muharrirning o'rni juda muhim.*

***Natija va mulohazalar.** Noshirlik ishi faoliyatini olib borishda har qanday nashriyotga tashkilotchi vazifasini bajaruvchi xodim kerak. U:*

1) qo'lyozmalarni tahlil qilish va baholash asnosida nashr etish uchun asarlarni tanlaydi, ularning nashrga yaroqliligini aniqlaydi, o'rtamiyona va o'quvchi uchun muhim bo'lmagan asarlarning chop etilishiga yo'l qo'ymaydi; nashrga qabul qilingan asarni har tomonlama tanqidiy baholaydi, tanqidiy fikrlari bilan muallifga bo'lajak nashrning mazmuni va shaklini yaxshilashga yordam beradi, muallifni o'zi sezmagani turli xatoliklardan himoya qiladi;

2) kitob nashri uchun mas'ul bo'lgan guruhlariga yordamchi-ma'lumotnoma va yordamchi tushuntirish apparati zarur hollarda uning faoliyatini muvofiqlashtiradi;

qo'lyozmaning asl nusxasini kitobga aylantirish jarayonida butun bir faoliyatni tashkillashtiradi;

3) nashr uchun rejalashtirilgan kitoblar to'plamiga zarur bo'lgan barcha ma'lumotlarni yig'ishda, yangi iqtidor egalarini kashf qilishda razvedkachi sifatida, ahamiyati jihatidan muhim kitoblar buyurtmasining tashkilotchisi sifatida yoki o'zi marketing bilan shug'ullanuvchi tashkilotchi yoki marketing bo'limiga kitob savdosida ko'maklashuvchi shaxs sifatida maydonga chiqadi.

Bu mutaxassis muharrir deb ataladi[].

XIX asrning o'rtalaridayoq rus yozuvchisi, etnograf va leksikograf Vladimir Ivanovich Dal muharrirlik kasbiga quyidagicha ta'rif bergan edi: “muharrir – (fransuz.) nashr, kitob yoki gazeta, jurnal boshqaruvchisi; ma'ruzalar, hisobotlar, bayonnomalar taqdimotining mudiri. Kimning puliga nashr etilishidan qat'iy nazar kitob noshiri, egasi sanaladi; muharrir, tartibga soluvchi, ko'proq kitobning matn qismiga javobgar shaxs”[].

Tahrirlash – bu muharrirning mahorati, tajribasi, malakasi, bilim darajasi va sezgisiga qarab matn ustida ishlash, uni nashrga tayyorlash jarayonidir.

Bo'lajak nashrning konsepsiyasini ko'rib chiqayotganda muharrir asar mazmunini, uni tuzatish imkoniyatini, takomillashtirish zaruriyatini, yagona uyg'un tuzilishga ega tugal shaklini, yaxlit holatda ifodalashning fikran bog'liqligini o'ylaydi. Muharrir ishidagi konseptual yondashuv bo'lajak kitobning mohiyatini tushunishga yordam beradi. Kitobni nashrga tayyorlashdan avvalgi umumiy rejalashtirish jarayonida nashrning muayyan ishlab chiqarish davriyligi hamda ijodiy ishlab chiqarish jarayonlarini hisobga olib ishni tashkil qiladi.

Noshirlik faoliyatida muharrirning vazifasi e'tiborga molik mualliflarni topish va ularning faoliyatini rag'batlantirish, qo'lyozma matnini tahrirlash va ularni kitob holatida nashrga tayyorlash, rassom va badiiy muharrir, ya'ni kitob dizayneri, marketing va reklama xodimlari faoliyatini muvofiqlashtirishdan iboratdir.

Nashrga taqdim etilgan qo'lyozma ustida olib borilgan tanqidiy tahlil, mulohaza va yondoshuvni tahrir deb aytishimiz mumkin.

Savol tug'iladi: bu tanqidiy yondoshuv aslida nimalarni o'z ichiga oladi? Juda ko'plab va keng tarqalgan ta'riflarga ko'ra tahrir – bu qo'lyozmaning dalillarga asoslanganligiga ko'ra, mantiqiy izchillik nuqtai nazaridan hamda stilistik jihatdan mavjud xatolarini tuzatishdan iborat faoliyatdir. Ko'pchilikning nazarida xatolarni tuzatish bu tahrirlash demakdir.

“Tahrirning asosi nashrga mo'ljallangan asarni tanqidiy tahlil qilish, uni to'g'ri

baholash va kitobxon va jamiyat manfaatlari yo'lida muallifga asar mazmuni va shaklini yaxshilashga yordam berishdir", deb ta'kidlagan edi A.E.Milchin[.]

O'zbekiston Milliy universiteti dotsenti Z.T. Tohirov esa tahrirga shunday ta'rif beradi: tahrir (arabcha – xarrara: qutqarmoq, ozod qilmoq ma'no ifodasini beradi) – faoliyat turi madaniy-ijtimoiy ishlar va adabiy-ijodiy amaliyot sohasi sifatida hozirgi zamon noshirlik ishi va publisistikada keng tarqalgan[.]

Matnni tahrirlash eng avvalo, muallif tomonidan nashriyotga taqdim qilingan qo'lyozmani diqqat bilan o'qishdan boshlanadi.

Muharrir bo'lajak kitobning birinchi o'quvchisidir. Aynan u kitobning yorug' dunyoni ko'rish-ko'rmasligini hal qiladi.

Muharrir o'qishining o'zi uch bosqichni qamrab oladi:

1) *kirish yoki qo'lyozma bilan tanishish* – qo'lyozmani birinchi o'qish: unda hikoya mazmuni, qo'lyozmaning tuzilishi, muallif uslubi va mavjud xatoliklarni tuzatish uchun belgilab olish kabi jarayonlar amalga oshiriladi;

2) *chuqurlashtirilgan o'qish* – bunda muharrir matn ustida bevosita ishlaydi, ya'ni tahliliy, tanqidiy, stilistik va mantiqiy tuzatishlarni amalga oshiradi;

3) *qo'lyozmani sayqallash ya'ni badiiy jozibadorligini oshirish*. Bu bosqichda muharrir kiritilgan o'zgartirishlarni tekshiradi, tahrirlash natijasida hosil bo'lgan matnning ustidan yana bir qur nazar tashlab, o'qib chiqadi.

Turli xil uslubdagi mualliflik matnlarini tahrirlashda muharrir nimalarga e'tibor qaratishini ko'rib chiqamiz:

Birinchiidan, muharrir uslublarni aniqlashtirib olishi darkor. Bunda u his-hayajonga boy, ta'sirchan hamda jiddiy uslublarni ajratib oladi. His-hayajonli, ta'sirchan uslublarga badiiy, publitsistik, so'zlashuv, diniy uslublar kiradi. Jiddiy uslublar esa ilmiy va rasmiy uslublardir.

Ikkinchiidan, muharrir matnning stilistik maqsadiga e'tibor qaratishi zarur. Bunda qo'lyozma vazifasiga ko'ra qaysi nashriyotga: axboriy, o'quv-uslubiy, badiiy, estetik va boshqalarga mo'ljallanganligiga ahamiyat qaratishi kerak.

Muharrir qaysi uslubga xos qo'lyozmani tahrir qilayotganiga qarab unga qo'yiladigan talab ham o'zgarib boradi[.]

Rasmiy-ish uslubi. Ushbu uslubning asosiy vazifasi dalillarni va hujjatlar (buyruq, farmon, qaror, qonun va boshqalar)ni qayd qilish va ifodalashdan iborat. Bu uslubda muharrir har qanday his-hayajonni istisno qilgan holda so'z va iboralarning ixcham ifodalanishiga ahamiyat qaratishi kerak.

Ilmiy uslub. Ilmiy uslubning eng muhim belgilari mavzu jihatdan yaxlitlik va o'zaro

bog'liqlikdir. Uning o'zi uchga bo'linadi:

1) sof ilmiy: faqat tor doiradagi mutaxassislar uchun mo'ljallangan, matnda bir sohaga daxldor atamalarning keng qo'llanilishi bilan xarakterlanadi;

2) ilmiy-o'quv uslubidan maorif masalalarida keng qo'llaniladi. Masalan, talabalar yoki maktab o'quvchilari uchun mo'ljallangan adabiyotlar nashrida foydalaniladi. Bu vaziyatda muharrir matn tahririda umumiy ilmiy va fanlararo atamalarni e'tiborga olib, tahrir qiladi.

3) ilmiy-ommabop uslub esa keng jamoatchilik uchun mo'ljallangan nashrlarda, masalan, ilmiy-ommabop monografiyada yoki ensiklopediyada foydalanish mumkin. Bunda muharrir tahrir jarayonida belgilangan mavzu bo'yicha asosiy atamalar bazasiga e'tibor qaratishi kerak bo'ladi. Unda berilgan atamalar kengroq va batafsil izohga ega bo'lishi ahamiyatlidir.

Publististik uslub (media tili). Jurnalistikaning predmeti hisoblangan bu uslubda gazeta, jurnal, radio va teleko'rsatuvlar, hujjatli filmlarga sharhlar va boshqa ko'plab adabiyotlar nashr qilinadi. Bu uslub tahrirda muharrirdan talab qilinadigan eng asosiy narsa bu publististikaga xos janrlarni boshqa tur adabiyotlardan ajrata olish va uning o'zigagina xos tahrir texnikasidan foydalanishdir.

Badiiy uslub. Bu uslub kitob nashrida muharrirlar eng ko'p murojaat qiladigan uslublardan biri sanaladi. Badiiy uslub keng qirrali va munozaralarga boy bo'lganligi sababli ko'pincha qo'lyozmaning semantik tuzilishini aniqlash qiyin kechadi. Chunki badiiy uslubda asosiy vazifa nafaqat axborot uzatish, balki matnning hissiy komponentlarini maromida ifodalab berishni ham talab etadi. Masalan, agar muharrir bolalar adabiyoti ustida ishlayotgan bo'lsa, unda bolalarga xos his-tuyg'ular ifodasiga e'tibor qaratishi lozim. Agar kitob kattalarga mo'ljallangan bo'lsa, unda matndagi his-tuyg'ular ifodasi mutlaqo boshqacha, murakkab kechinmalar bilan aks ettirishi kerak bo'ladi.

Kitobni nashrga tayyorlash jarayonini taxminan to'rt bosqichga bo'lishimiz mumkin.

Tayyorgarlik bosqichi – mavzu nuqtai nazaridan rejani tuzishdan tortib muallif tomonidan qo'lyozmani nashriyotga topshirishgacha bo'lgan davrni o'z ichiga oladi.

Tahrir bosqichi – muallif tomonidan qo'lyozma nashriyotga topshirilganidan boshlab, uni ishlab chiqarish bo'limiga yetkazib berilishigacha bo'lgan davrni qamrab oladi.

Ishlab chiqarish bosqichi – asl nusxani ishlab chiqarishga qabul qilishdan boshlab realizatsiya qilishgacha davr sanaladi.

Yakuniy bosqich – kitobni tarqatish va reklama qilish bosqichlaridan iborat bo'ladi[].

Adabiy tahrir noshirlik ishining aynan tahrir bosqichida amalga oshiriladi. Tahrir bosqichining asosiy predmeti esa matn hisoblanadi. Shu o'rinda matn nima degan savolga javob qidiramiz. Bu haqida Z.T.Tohirov shunday degan edi: "Muharrirlik nuqtai nazaridan matn deganda hamma adabiy asar doirasi bilan cheklangan ma'no ifodasi tushunilgan. Bu matn aniq va tugallangan hisoblanadi. Tahrir nazariyasi hali hanuz matn tushunchasini ochiq-oydin, aniq ta'rifini berganicha yo'q. Matn termini tor ma'noda qo'llaniladi, unga "muallif qo'lyozmasi" yoki "asl nusxa matni" ma'no ifodasi beriladi"[].

Adabiy tahrir jarayonida muallif qo'lyozmasi yoxud asl nusxa matni quyidagi tarkibiy qismlarni o'z ichiga oladi:

- nashrning titul sahifasi;
- mundarija (tarkib);
- asosiy matn. U sarlavhalar, jadvallar, formulalar, rasmlar va boshqalarni; zarur hollarda muallifning so'zboshi; annotatsiya (tabiiy va texnikaviy mavzulardagi ilmiy nashrlar uchun esa referat)ni o'z ichiga qamrab olgan bo'lishi kerak;
- ma'lumotnoma matnlari (indekslar, sharhlar, eslatmalar, ilovalar);
- bibliografik ro'yxatlar va adabiyotlar;
- rasm va illustratsiyalar izohi[].

Muallif qo'lyozmasini baholash tahrir jarayonidagi eng muhim faoliyat hisoblanadi. Asarni to'g'ri va har tomonlama baholash muharrirga bo'lajak kitob yuzasidan oqilona reja tuzishga va uni tezda ommalashishiga imkon beradi.

Nashr jarayonida ishlab chiqarish bosqichining boshlanishi asl nusxaning bosmaxonaga topshirilish holati bilan bevosita bog'liq bo'ladi. Ya'ni qo'lyozma qo'lda yozilganmi yoki elektron shakldaligiga qarab uni nashrga tayyorlash uchun – korrektura qilinadi. Bu bosqichda muharrirning asosiy ishi – korrektura xatoliklarini topish sanaladi. Shu bois ikki og'iz korrektura tushunchasiga to'xtalamiz.

Korrektura (lot. correctura – to'g'rilash, yaxshilash) – bosmaxonada yoki boshqa usullar bilan ko'paytirish uchun tayyorlangan matn va grafik materiallardagi xato va kamchiliklarni tuzatish jarayoni. Korrektura uchun terilgan harflardan yoki bosma qolipdan ottisk (mas, vyorstka, granka) olinadi. Bu ottisk asl nusxa (original) ga solishtirib o'qiladi va yo'l qo'yilgan xatolar standartdagi korrektura belgilardan foydalanib ko'rsatiladi va shunga ko'ra operator (harf teruvchi) xatolarni tuzatadi.

Korrektura 4 turga bo'linadi:

- bosmaxona korrekturasi;
- original-maket asosida chop qilinadigan nashr korrekturasi;

- nashriyot korrekturasi:
- reproduksiya bosma qolipi korrektura.

Bosmaxona korrekturasi va original-maket asosidagi nashr korrekturasida harf terish (naborning) barcha jarayonlaridagi xatolar tuzatiladi.

Nashriyot korrekturasi muallif, muharrir va texnik muharrir tuzatishlaridan iborat bo'ladi.

Reproduksiya bosma qolipi korrekturasida bir yoki ko'p bo'yoqli namuna ottiski olinib, asl nusxa (mas, muzeydagi kartina va boshqalar) bilan solishtiriladi va tuzatishlar (maxsus belgilersiz) ottisk chekkasida ko'rsatiladi[].

Qo'lyozma to'laqonli korrekturadan o'tgach keyingi bosqich tahriri amalga oshiriladi. Bu bosqichda mundarijaning tuzilishi tahrir qilinadi.

Har qanday o'quvchi kitob mazmuni haqidagi asosiy ma'lumotlarni kitobning reklama xarakteriga ega bo'lgan muqovasidan, uning bosh sahifasida joylashtirilgan annotatsiyadan va albatta, mundarijasidan oladi. Mundarijani ko'rgan xaridor kitobning tuzilishiga baho beradi va asarni o'qish yoki o'qimaslikka bo'lgan ishtiyoqi shakllanadi.

E.A.Milchin o'zining "Kitobni qanday tayyorlash va tayyorlamaslik kerak. Noshirlik madaniyati misollarda" kitobida shunday yozadi: "Mundarija – birinchi navbatda, mononashrdagi asarning tuzilishini, ya'ni bitta asarning tuzilishini yoki polinashr, ya'ni bir necha asar (masalan, to'plam)ning nashr tuzilishini to'laqonli ochib beruvchi sarlavhalar ko'rsatkichidir"[].

Mundarijaning uchta asosiy vazifasi mavjud:

- 1) ma'lumotnoma va qidiruv: ishning tarkibiy qismlarini (boblar, paragraflar, bo'limlar, maqolalar, hikoyalar va boshqalar) qidirishni soddalashtirish va tezlashtirish;
- 2) axborot va tushuntirish: kitobning mazmunini, uning tuzilishini baholash imkoniyatini beradi, material tanlashda yordam beradi;
- 3) reklama va targ'ibot: bo'lajak o'quvchini qiziqtirish, unida kitob sotib olish istagini uyg'otish.

Mundarijalar tahrirda mana shu uchta jihat ham e'tiborga olinadi. Kitob tahriridagi keyingi muhim tahrir annotatsiya hamda so'z boshi (ba'zi o'rinlarda kirish deb ataladi) qismi ustida olib boriladi.

"So'zboshi bilan annotatsiya har biri matnga o'ziga xos kirish hisoblanadi. Bundan tashqari, asosiy material bayonining boshlovi bo'ladi"[].

Kitobning dastlabki sahifalaridan o'rin olgan so'z boshining bir nechta vazifalari mavjud:

- 1) nashrning o'quv/ilmiy jarayon yoki ijtimoiy faoliyatdagi o'rni va rolini aniqlash;

2) nashrga qisqacha tavsif berish, boshqa shunga o'xshash nashrlarga nisbatan o'ziga xosligini aniqlash: yangilik, ya'ni mavzuning ishlab chiqilganlik darajasi, kitob kontseptsiyasining xususiyatlarini aniqlash;

3) nashr qilish uchun material tanlash tamoyillarini, kitob apparatining xususiyatlarini (bibliografik ro'yxat, lug'at, qisqartmalar ro'yxati, ma'lumotnoma va boshqalar), kitob bilan ishlash bo'yicha tavsiyalarni, cheklovlarni (masalan, faqat talabalar uchun) ajratib ko'rsatish;

4) nashr mualliflari, uni yozish xususiyatlari, mualliflik huquqi (kim nimani yozgan) to'g'risidagi ma'lumotlarni ko'rsatish;

5) kitobni yaratishda ishtirok etgan barchaga minnatdorchilik bildirish kabi vazifalarni amalga oshiradi[]. So'zboshi tahririda mana shu jihatlar alohida e'tiborga olinishi kerak.

Muharrirning keyingi tahriri kitob sahifalarining dastlabki qismida yoziladigan annotatsiyasi hisoblanadi. Ko'pincha kitoblarga annotatsiya yozishda so'zboshi yoki so'ngso'zdan foydalaniladi. Shu sababli ayrim hollarda kitobdagi so'zboshi va annotatsiya deyarli bir xil mazmun kasb etadi. Annotatsiya kitobga kirish va unga qiziqishni uyg'otuvchi kalitga o'xshaydi. U kitobxonni asar bilan tanishtiradi. Shu sababli annotatsiya kitobxonda qiziqish uyg'otishi talab etiladi. Tahrir jarayonida, birinchi navbatda mazkur xususiyati talab e'tiborga olinishi kerak.

Muharrirning matn ustidagi eng muhim tahriri asosiy qismida kechadi. Har bir bosqichda katta sinchikovlik bilan ish olib brogan muharrir, kitobga baho berishdan tortib, uning sotuvigacha bo'lgan jarayonlarni nazorat qilar ekan, uning noshirlik sohasidagi o'rni naqadar muhim ekanligini anglash qiyin emas.

Xulosa qilib aytish mumkinki, noshirlik ishi faoliyatida muharrirning ishi katta fidoyilik va ulkan ilmiy bazaga ega bo'lish, bor imkoniyatini sarflab ishlashni talab qiladi. Globallashtirilgan axborot asrida bosma nashrlarga bo'lgan talabning kamayishi o'z-o'zidan muharrirlar sonining qisqarishiga olib kelmoqda. Bu esa kelajakda noshirlik faoliyatida nashriyotning tayanch nuqtasi hisoblangan kasb egalarini yo'qotishdek muammoni yuzaga keltirishi mumkin. Shu nuqtai nazardan, nashriyot sohasida tahrir masalasi va muharir faoliyatiga katta e'tibor qaratib, an'anaviy tahrir uslublariga yondoh holatda, zamonaviy talab va istaklarni ham inobatga olish darkor. Bunda:

*Birinchi*dan, muharrir an'anaviy tahrir texnikasiga e'tibor qaratishi va qo'lyozmaga baho berish iqtidorini shakllantirishi kerak.

*Ikkinchi*dan, nafaqat matn tahririni puxta o'zlashtirishi, balki qanday mavzudagi adabiyotlar kitobxonlar auditoriyasida talabgir bo'lishini bilishi ham muhim sanaladi.

Uchinidan esa, noshirlik sohasida muharrirning o'rnini mustahkamlashda ushbu soha faoliyatini rag'batlantirish va ulkan vazifalarni uddalayotgan soha vakillarini moliyaviy qo'llab-quvvatlash ham muhim sanaladi. Boisi, jamiyat tajribali muharrirlarni qo'ldan boy berish bilan kelajak savodiga ham nuqta qo'yish xavfi yo'q emas.

Foydalanilgan manbaalar:

KITOBİYOT TARIXI. KITOBNING VOQELIKNI AKS ETTIRISH VOSITASI SIFATIDAGI TARIXIY ROLI

Yaxshibayeva Umidaxon Jumadillovna

O‘zJOKU Noshirlik ishi va muharrirlik

bo‘limi II bosqich magistranti

***Annotatsiya.** Mazkur ilmiy maqola raqamli texnologik jamiyatning axborot va kitobga bo‘lgan munosabatida o‘zgarishlar kuzatilayotgan bir davrda kitobiyot tarixini tadqiq qilish, uning voqelikni aks ettirish vositasi sifatidagi rolini aniqlash kabi bir qator masalalarni o‘z ichiga qamrab oladi. Kitobiyot tarixida noshirlik ishi va kitob tushunchasiga yetakchi olim-u, mutaxassislarning fikrlari taqdim etilib, milliy nashriyot tizimida kitobiyot tarixining tadriji qay darajada tadqiq etilganligi ilmiy nuqtai nazardan tahlil etilgan.*

Ushbu ilmiy maqoladan ko‘zlangan asosiy maqsad: noshirlik ishi faoliyatida kitobiyot tarixini tadqiq qilishning ahamiyati, erishilgan yutuq va tajribalar orqali zamonaviy nashriyotlar tizimida yangi tajriba va yechimlar taklif qilishdan iboratdir.

Ilmiy maqolada deduktiv va induktiv mantiqiy tahlil usullaridan, tavsif usuli, qiyosiy tahlillardan foydalanilgan holda ko‘zlangan maqsadga erishilgan.

Kalit so‘zlar: kitob, noshirlik ishi, biblioplistika, mutolaashunoslik, ksilografiya, matbaa.

***Kirish.** Kitob va nashriyot tarixi insoniyat taraqqiyotining ajralmas qismi sanaladi. Nashriyot g‘oya va fikrlarni taqdim qilishning asosiy unsuri sifatida insoniyat faoliyatining deyarli barcha sohalariga daxl qila oladi. Jamiyat va davlat taraqqiyotining barcha jabhalarida siyosatdan tortib, iqtisodiyot va ta‘lim tizimigacha nashriyot mahsulotlari orqali rivojlanib, sayqal topib boraveradi.*

Kitobiyot tarixi nashriyot sohasining muhim qismidir. Bir qator tadqiqotchilarning fikricha, kitobiyot tarixi nashriyot jarayonining mustaqil fan sohasi hisoblanadi. Yana bir guruh tadqiqotchilar esa tarixiy tarkib nashriyot sohasining barcha asoslarini: tahrir, biblioplistika hamda mutolaashunoslik* va boshqalarni ham o‘z ichiga qamrab olishini ta‘kidlaydilar.*

Shuning uchun ilm sohasi vakillari tomonidan “kitobiyot tarixi” tushunchasiga turlicha yondoshuvlar taklif etiladi. Xususan, rossiyalik tarixchi, kitobshunos va tarix fanlari nomzodi Viktor Xarlamovning fikricha, kitobiyot tarixi tushunchasi ostida biz jamiyatdagi, borliqdagi kitob oqimini va bu oqimdagi vaqt va tafakkurni tushunamiz[].

***Natija va mulohazalar.** Rossiyalik kitobshunos, tarix fanlari doktori Sergey Luppov[] ning konsepsiyasiga ko‘ra, kitobiyot tarixi quyidagilarni o‘z ichiga qamrab oladi:*

- *kitob yaratish* (nashr jarayonining texnik va umumiy masalalariga doir tashkiliy masalalar, kitob qo'lyozmasini ko'chirish, bosma va qo'lyozma kitoblarning mavzusi, senzura, shriftlar, dastxat, imlo, kitobga bezak berish);
- *kitobni tarqatish* (kitob savdosi va uni tarqatishning boshqa usullari, xorijiy kitob mahsulotlarining ta'siri, kitob ayriboshlash);
- *yirik kitob fondlari va kutubxonalarini shakllantirish* (paydo bo'lish shartlari, tarkibi, jamiyat taraqqiyotiga ta'siri);
- *kitobdan foydalanish* (kitobxonlar, turli qatlam o'quvchilari talabining o'ziga xos xususiyatlari, kitob bu talablarni namoyon qilishning faol usuli sifatida).

Ushbu bosqichlarga muvofiq, noshirlik ishi sohasi predmeti va obyekt bilan farq qiluvchi tugal bilimlar tizimidan iborat bir qator maxsus fanlarni o'zida qamrab oladi[]:

- noshirlik ishi bilimlari tizimi;
- kitob savdosi bilimlari tizimi (bibliopolistika);
- kutubxona bilimlari tizimi (kutubxonachilik);
- bibliografik bilimlar tizimi (bibliografika fani).

Tarix fanlari doktori, professor Yevgeniy Nemirovskiy “Kitobiyot tarixi” tushunchasiga ta'rif berishda quyidagi mosliklarga asoslanishini taklif qildi: “ijtimoiy ong shakli – adabiyot – kitob” turkumi “mazmun – asar – hujjat” turkumiga mos keladi. Bundan kelib chiqadiki, “ijtimoiy ong shakllari tarixi mazmun tadriji bilan, adabiyot tarixi asarlar evolyutsiyasi bilan, kitob tarixi esa hujjat evolyutsiyasi bilan bog'liq”[].

Kitobiyot tarixi kitobshunoslikning ajralmas qismi bo'lganligi uchun “kitobiyot tarixi” tushunchasini “kitobshunoslik” tushunchasi bilan bog'lash mantiqan to'g'ri keladi. Shu nuqtai nazardan, rossiyalik kitobshunos, filologiya fanlari doktori Alisa Belovitskaya tomonidan taklif qilingan ta'rifdan foydalanadigan bo'lsak, kitobiyot tarixi – ijtimoiy voqelikning tarixiy taraqqiyotidagi obyektiv hodisasi sifatida kitobning mohiyati, qonuniyatlari, jarayonlari va shakllari, harakati, rivojlanishi va faoliyati haqidagi ilmiy bilimlar majmuidir[].

Kitobning mohiyatini yaxshiroq tushunish uchun ushbu so'zning kelib chiqish tarixini o'rganish o'rinlidir. Turli tillarda “kitob” deya ataluvchi so'z etimologik jihatdan yozuv uchun materialni bildiruvchi atamalar bilan yoki qayd qilish usuli, uning mazmuni va vazifalari bilan bog'liqdir.

“Kitob eng muhim axborot vositasi, siyosiy va mafkuraviy kurash quroli, bilim tarqatish, ta'lim va tarbiyadir”[]. Bu ta'rifga ko'ra kitobning vazifasiga alohida urg'u berilmoqda.

O'zbekiston milliy ensiklopediyasida keltirilgan ta'rifga ko'ra: “Kitob – axborotlarni,

g'oya, obraz va bilimlarni saqlash hamda tarqatish, ijtimoiy-siyosiy, ilmiy, estetik qarashlarni shakllantirish vositasi; bilimlar targ'iboti va tarbiya quroli; badiiy, ilmiy asar, ijtimoiy adabiyot"[] demakdir.

Yuqoridagi ikki ta'rifdan ham ko'rinib turibdiki, kitob insoniyat tamaddunidagi eng noyob ixtirolardan biri bo'lib, fikr, g'oya va bilimlar majmui sanalar ekan.

Kitobiyot tarixi xususida so'z borganda, shu sohaga oid tadqiqot olib borib, noshirlik ishi va muharrirlik yo'nalishi talabalari uchun ajoyib va foydali darsliklar voris qoldirgan olimlarning allaqachon "oltin fond"ga kiritilgan mumtoz asarlarini eslamay ilojimiz yo'q. Bu asarlar xali-hanuz xorij olimlari kutubxonasidan ehtirom bilan o'rin olib kelmoqda. Ya'ni ushbu asarlarda kitob yaratish texnologiyasining tarixiy jarayonlari tushunarli va dalillar bilan bayon qilingan. Bu asarlar: Daniyaniyaning taniqli kitobshunosi Sven Dalning "Kitob tarixi"[] va nemis kitobshunosi, filologiya fanlari doktori Frits Funkening "Kitobshunoslik"[] darsliklaridir.

Ilmiy tadqiqotlarni tahlil qilar ekanmiz, noshirlik ishining tarixi bir necha asrlarni o'z ichiga qamrab olganligining guvohi bo'lamiz. Uning kelib chiqishi matbaa ixtirochisi Iogannes Gutenberg va u haqida zamondoshlarining guvohliklari va xotiralarida bayon qilingan bo'lsa, kitobiyot tarixi bevosita antik davrlar bilan bog'liq ekanligini ko'rishimiz mumkin. Shunday qilib, kitobiyot tarixini biz 4 davrga bo'lamiz:

- Qo'lyozma kitoblar davri;
- Ixtiro va kitob bosib chiqarishni yo'lga qo'yish davri;
- Sanoat matbaa davri;
- Zamonaviy (axborotlashgan) davr[].

Qo'lyozma kitoblar davri o'z ichiga Qadimgi Misr, Mesopatamiyadan boshlab Qadimgi Yunoniston, Hindiston, arab davlatlari, Turkiston va boshqa bir qator o'lkalarda rivojlangan bo'lsa, *ixtiro va kitob bosib chiqarish texnologiyasi* yo'lga qo'yilishi bilan noshirlik ishi faoliyatining tamadduniga tamal toshi qo'yildi.

Qadimdan qo'lyozmalarni ko'paytirish usuli kashf qilingan. Ya'ni bu qoliplash usuli bo'lgan. U Qadimgi Misr va Mesopatamiya madaniyati davridayoq mashhur bo'lgan. Xususan, shumerlar (mil.avv III ming yillik) taxtaga o'yib tushirilgan qoliplardan foydalanishgan bo'lsa, misrliklar pishirilgan loyga tushirilgan qoliplardan foydalanishgan.

Bosmaxonalar ixtirosida qoliplardan tashqari gazlamalarga bosilgan gul naqshlarini ham nazardan chetda qoldirib bo'lmaydi. Mato yuzasiga bo'yoq orqali naqsh tushirishning bu usuli dastlab Sharqda ixtiro qilingan va salib yurishlari davrida Yevropa davlatlariga ham tarqalgan.

Jarayon quyidagicha amalga oshirilgan: matoga bosilishi kerak bo'lgan naqsh taxtaga o'ymakorlik yo'li bilan tushirilgan. So'ng taxta bo'yoqqa botirilib, matoga bostirib qo'yilgan. Bugungikundahammatolarganaqsh tushirishda ushbu usuldan foydalanishadi.

Darhaqiqat, xuddi shu texnologik sxema matnni mexanik ravishda ko'paytirishning eng qadimgi usuli – hakkoklik (ksilografiya)ning kashf qilinishiga turtki bo'ldi.

Eng tashlabki ksilografiya texnikasi VII-VIII asrlarda Xitoy buddalar ibodatxonasida kashf qilingan.

Bizgacha yetib kelgan eng qadimgi ksilografik nashr 764-777 yillarga tegishli Yaponiyada qayd qilingan. Bu budda talismani (afsun), u 6x46 sm o'lchamdagi qog'oz tasmasi bo'lib, unda har biri 5 ta belgidan iborat 30 ta matn ustunlari bosilgan.

770 yilda Yaponiyada imperator Shotoku buyrug'i bilan buddaviylik ibodatxonasiga miniatyura tarzida millionlab afsunlar ksilografik uslubda tushirilgan.

Bizgacha yetib kelgan eng qadimgi yog'ochdan yasalgan kitob – “Olmos sutra” – 868 yilda yaratilgan va 1900 yilda Dongxuandagi (G'arbiy Xitoy) Ming Budda g'oridan topilgan. U usta Van Chi tomonidan o'yilganligi haqida ma'lumotlar bor[1].

Yevropada ksilografiya XIV asr oxiri XV asr boshlarida paydo bo'lgan. Yog'och bilan bosilgan birinchi Yevropa kitoblari 1418 va 1423 yillarga to'g'ri keladi.

Chop etishning ancha ilg'or usuli bu harf terish bilan tavsiflanadi.

Harf terish yo'li bilan harakatlanuvchi shriftda chop etish haqidagi dastlabki ma'lumotlar XI asrga to'g'ri keladi. Xitoylik hunarmand Pi Sheng (Bi Sheng) loydan chorqirrashaklyasab, ularni metallplastinkaga birlashtirgan va qatron bilan mahkamlagan. Biroq, u tomonidan chop etilgan matnlar bugungi kungacha saqlanib qolmagan.

XIII asrda yog'och harflar bilan chop etish usuli ixtiro qilindi. Metall harflarni quyish birinchi marta Koreyada Choson imperiyasi davrida paydo bo'lgan. 1392 yilda imperatorning buyrug'i bilan kitob ishlab chiqarish va xatlarni quyish maqsadida Kitob boshqarmasi tashkil etildi. 1409, 1434 va 1437 yillarda metall harflar bilan bosilgan koreys kitoblari bugungi kungacha saqlanib qolgan.

Yevropada alohida harfli shtamlardan foydalanilgan. 1119 yilda Prufening monastirida (Regensburg yaqinida) shu tarzda loy lavhaga chuqurlashtirilgan bosilgan yozuv namunalarini ko'rishimiz mumkin.

Shuni alohida qayd etish kerakki, dastlabki bosmaxona alomatlari Sharq davlatlari va Yevropada bir-biriga bog'liq bo'lmagan holda ixtiro qilingan.

Bugungi kunda butun dunyo matbaa sohasida keng foydalaniladigan bosmaxona uskunasi ixtiro qilgan shaxs bu – Henne (Iogann) Gensfleysh fon Zulgelox bo'lib, keyinchalik onasining familiyasini – Gutenbergni qabul qiladi.

Gutenbergning eng mashhur nashri 42 qatorli Injildir (B42).

1450 yil may oyida Gutenberg Mayns burgeri Iogan Fustdan 800 gulden qarz oldi va asbob-uskunalar ishlab chiqarishni boshladi. 1452 yilda ikkinchi shartnoma tuzildi. Keyinchalik sheriklar kelisholmay qolib, Fust kreditni foizlari bilan qaytarishni talab qiladi. Qarzni to'lash uchun Gutenberg unga barcha jihozlarni va katta ehtimol bilan B42 nashrini ham berdi[].

Gutenberg ixtirosining ahamiyati: alohida quyma harflarni terish orqali bosma plastinka yasash usulini, harf terish yo'li bilan qog'ozga bosiladigan bosmaxona (press) moslamasini, bosmaxona siyohini ixtiro qilganligi bilan belgilanadi.

Shu tarzda nashr qilish jarayonining asosiy komponentlari yaratildi:

- *harf quyish jarayoni* – bir xil harflarni yetarlicha ko'p nusxada ishlab chiqarish;
- *matn terish jarayoni* – alohida, oldindan quyma harflardan tashkil topgan bosma shaklni tayyorlash;
- *bosib chiqarish jarayoni* – matn terish uskunasi orqali bosib chiqarilgan ko'plab namunalalar.

Markaziy Osiyoda kitob madaniyati va nashirlik sohasi o'ziga xos, boy an'ana va ko'p asrlik tarixga ega. O'zbekiston kitobiyoti tarixini bir qator taniqli olimlar tadqiqotlarida ko'rishimiz mumkin. Atoqli tarixchi va sharqshunos, O'rta Osiyoning taniqli kitobshunos olimi Yevgeniy Betger (1887–1956) birinchilardan bo'lib kitob nashriyotini o'rganishga katta hissa qo'shdi. Uning “O'zbekistonda kitob nashr etish tarixidan (birinchi o'zbek litografik kitobining 70 yilligiga)”[] tadqiqoti, aslida, hozirgi O'zbekiston hududida kitob chop etishning boshlanishiga bag'ishlangan dastlabki ilmiy ish edi. Asarda ko'rib chiqilgan masalalar: kitob nashrining paydo bo'lishi, birinchi bosmaxonalar va toshbosmalarning paydo bo'lishi bilan bog'liq bo'lib, unda o'zbek va rus tillarida ilk bosma kitoblarning nashr etilgan vaqti haqidagi ma'lumotlar ko'rsatilgan.

XIX asr o'rtalarida Turkiston o'lkasi Rossiya imperiyasiga qo'shib olingandan so'ng Toshkentga kichik bosmaxona keltirilib, u 1868 yilda harbiy okrug shtabi nazoratida ishlay boshlagan va Rossiya ma'muriyati ehtiyojlariga xizmat qilgan. Keyingi yili Toshkentda Sharqiy Osiyodagi birinchi davriy nashr hisoblangan “Туркестанские ведомости” rasmiy gazetasini chiqarish uchun mo'ljallangan ikkinchi bosmaxona ochildi. “Туркестанские ведомости” gazetasi 1870 yildan 1917 yilgacha faoliyat ko'rsatgan[]. Matbaada kirill alifbosidan tashqari arab alifbosi ham qo'llanilgan bo'lib, “Туркестанские ведомости”ga qo'shimchalarni o'zbek va qozoq (“Түркістан Уәлаятының Газеті”) tillarida chop etish uchun foydalanilgan.

1871 yilda bosmaxonada Sharqiy Osiyoda birinchi bosma kitob – “Rossiya Turkistoni va O’rta Osiyo mamlakatlari haqidagi materiallar to’plami” nashr etilgan. O’sha yili tarjimon, “Туркестанские ведомости” gazetasi xodimi Shohimardan Ibrohimovning o‘zbek tilida birinchi kitobi – “1872 yil taqvimi” nashr etildi[].

Yana bir manbaada keltirilishicha, Toshkentda birinchi toshbosma kitob 1883 yilda rus savdogari Semyon Ivanovich Laxtin bosmaxonasida bosilib, toshkentlik Esonboy Husaynboyev hisobidan chop etilgan. Mavjud ma’lumotlarga ko’ra, litografiya uskunalari 1882 yilda Yevropa Rossiyasidan ellikdan ortiq tuyada olib kelingan. Temir savdosi bilan shug’ullanuvchi E.Husaynboyev kitobni juda yaxshi ko’rib, ilm-fanga katta mehr qo’ygan shaxslardan bo’lgan. Uning yordami va talabi bilan Laxtin toshbosmani jihozlaydi va O’zbekistonda birinchi xususiy o‘zbek nashriyoti o’z ona tilida kitoblar nashr eta boshlaydi[].

Inqilobdan oldingi Turkistonning noshirlik ishini o’rgangan tadqiqotchilardan yana biri professor Georgiy Chabrov edi. U o’zining “A.Navoiy asarlarining O’rta Osiyoda birinchi toshbosma nashrlari”[] va “XIX asrning 2-yarmida O’rta Osiyoda matbaachilik”[] tadqiqot ishlarida matbaa korxonalarining paydo bo’lishi va faoliyati, o’sha davrdagi nashrlarning mintaqaga, Rossiya, Hindiston, Eron va Turkiya hududlariga tarqalishini ko’rib chiqadi. Shuningdek, u inqilobdan oldingi Turkistonda kitob nashr etish dinamikasi va kitob nashriyotining rivojlanish xususiyatlarini ilmiy tahlil qiladi. G.N. Chabrovning hujjat va arxiv manbalariga asoslangan bu tadqiqotlari o‘zbek kitobiyot tarixini o’rganishda muhim manbaa sanaladi. Olimning ilmiy izlanishlari butun Markaziy Osiyoda noshirlik ishi tarixini o’rganishda salmoqli hissa bo’lib qo’shildi.

O‘zbek matbaachiligiga oid ilmiy tadqiqot namunalarini sovet davrida ijod qilgan olimlar: Ziyoy Said[], N.F. Simonov, T.Ernazarov, A.Akbarovlar, P.Hamdamov, M.I.Rustamov, Z.Yuldashev, F.N.Rojinskaya, A. Boboxonovlarning maqola va asarlarida uchratsak, mustaqillik yillarida olib borilgan ahamiyatli ilmiy izlanishlar: T.Pidayev, B.Do’stqorayev, A.Kattaboyev, A.Boboxonov, Z.Esenboyev, B.Qosimov, K.Rahmonov, A.Mirzorahimov, A.Abduazizova, Z.Abdurashidov, L.Xolnazarova, S.Shodmonova, A.Rasulov, A.Isoqboyev[35], D.Nasriddinovava boshqalarning kitob, risola, dissertatsiya va maqolalarida ko’rishimiz mumkin.

Dunyoning boshqa xalqlari kitobiyot tarixi kabi Markaziy Osiyo kitobshunosligi ham asrlar davomida o’zining mustahkam ma’naviy qadriyatlarini to’plashga erishdi.

Markaziy osiyoda noshirlik ishi va matbaa sohasining rivojlanishi kitob savdosi ko’lamini kengaytirib, kutubxonalar va bibliografik asarlar paydo bo’lishiga, jamiyatda

kitobning davriy harakatini ta'minlovchi nashirlik ishi tarmoqlarini shakllantirishga turtki bo'ldi.

Xulosa o'rnida shuni aytishimiz mumkinki, har bir davr kitobiyot tarixi va uning tadrijida o'chmas iz qoldirgan. Buni ko'plab mutafakkir olim-u ilm fidoyilarining tadqiqot namunalaridan ham ko'rishimiz mumkin.

Azaldan ilm-ma'rifat maydoni sanalgan Markaziy Osiyoda ham kitobiyot tarixi ulkan va murakkab davrni bosib o'tdi. O'zbekistonda nashirlik sohasi ikki ulkan davrni o'z ichiga qamrab oldi: sobiq sovet davri hamda mustaqillikdan keyingi davrlarni. Har ikkala davrda ham kitobsevar xalq farzandlari nashirlik sohasi va kitob bosib chiqarish faoliyatida o'zining ulkan hissasini qo'shishdi.

Nashirlik sohasi axborot uzatish jarayonida bir ulkan tarmoq sifatida shakllanar ekan, o'z yo'nalish va uslubiga, o'ziga xos tabiatiga ega bo'lib bordi. Nashirlik sohasining kasb turlari: muharrirlik, musahhihlik, badiiy bezak ustasi va texnik muharrir kabi sohalari rivojlandi.

Endigi oldimizda turgan muhim va dolzarb masalalardan biri bu elkektron nashrlar qatori qog'oz nashrlarning sifati va zamon talablariga mos ravishda sayqal topishini ta'minlash maqsadida sohaga doir izlanishlar va ilmiy yechimlar taqdim etishdan iboratdir. Bu o'rinda kitob tahriri, uning dizayni va marketing masalalarini hisobga olgan holda, milliy nashriyot tizimini ishlab chiqish va sohaga tadbiq etishdan iboratdir. Navbatdagi bobda jahonning ilg'or va tajribali nashriyotlarining shu xususidagi izlanishlari natijalari va bunga berilgan ilmiy takliflar xususida fikr yuritiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

STUDENTS' DEVELOPMENT COMPETENCIES IN IMPROVING FOREIGN LANGUAGES IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Khudoyarova Z. M.-

Tashkent State University of Economics,
teacher of the department of general and specific sciences

Abstract

Learning a foreign language is an essential component of higher education in today's globalized world. To improve their language skills effectively, students must possess a range of competencies, including motivation, language learning strategies, cultural competence, self-reflection and self-assessment, and time management and discipline. These competencies can be developed through various means, such as language classes, self-study programs, language learning software, and instructor guidance and support. By developing these competencies, students can enhance their employability and cultural awareness, making them better prepared for the demands of the global workforce. Higher education institutions play a critical role in fostering these competencies and helping students achieve success in their language learning endeavors.

Key words: Foreign language learning , Higher education, Competencies Language learning strategies, Cultural competence, Self-reflection, Self-assessment, Time management, Discipline, Globalization, Employability, Cultural awareness, Language classes, Self-study programs, Language learning software, Instructor guidance and support.

Learning a foreign language has become an essential part of higher education institutions worldwide. Being proficient in a foreign language not only helps students in their academic pursuits but also increases their chances of employability in a globalized world. However, learning a foreign language is not an easy task, and it requires certain competencies that students must possess to improve their language skills. In this article, we will discuss the students' development competencies that are essential for improving foreign languages in higher education institutions.

Motivation

Motivation is the driving force behind any learning process. In the context of learning a foreign language, motivation plays a crucial role in the success of the learner. Students who are motivated to learn a foreign language are more likely to put in the effort and time required to improve their language skills. In contrast, students who lack motivation may struggle to learn the language and may eventually give up. There are two types of motivation: intrinsic and extrinsic. Intrinsic motivation comes from within the learner and is driven by the individual's interest and enjoyment in the learning process. Extrinsic motivation, on the other hand, comes from external sources such as rewards

or pressure from others. While both types of motivation can be effective in learning a foreign language, intrinsic motivation is more sustainable and long-lasting.

To improve their language skills, students must be motivated to learn. Higher education institutions can foster intrinsic motivation by providing students with opportunities to use the language in real-life situations. For example, language exchange programs, cultural events, and study abroad programs can all help students connect with the language and culture they are learning. Additionally, instructors can create a positive learning environment that encourages students to take risks and make mistakes without fear of judgement.

Language learning strategies

Language learning strategies refer to the methods and techniques that learners use to improve their language skills. Effective language learners use a variety of strategies that are appropriate for their learning style and language level. Some common language learning strategies include:

Vocabulary acquisition: This involves learning new words and phrases and using them in context to improve communication skills.

Grammar practice: This involves studying the rules of the language and applying them in speaking and writing.

Listening and speaking practice: This involves listening to authentic materials, such as podcasts or videos, and practicing speaking with a partner or instructor.

Reading and writing practice: This involves reading authentic materials, such as books or articles, and writing responses to them.

Mnemonic devices: This involves using memory aids, such as acronyms or visual cues, to help remember new vocabulary or grammar rules.

Effective language learners use a combination of these strategies to improve their language skills. Higher education institutions can help students develop these strategies by providing them with resources, such as language learning software, tutoring services, or language exchange programs. Instructors can also model effective language learning strategies and encourage students to try new techniques that work for them.

Cultural competence

Language and culture are closely intertwined, and understanding the culture of the language being learned is essential for effective communication. Cultural competence refers to the ability to understand, appreciate, and interact effectively with people from different cultural backgrounds. Students who are culturally competent are better able to communicate with native speakers and understand the nuances of the language they are learning. To develop cultural competence, students must first learn about the culture of the language they are studying. This can be done through language classes that include cultural components or through extracurricular activities that expose students to the culture. For example, attending cultural events, trying traditional foods, or participating in a language exchange program with native speakers are all effective ways to develop cultural competence. Additionally, students must be open-minded and willing to adapt to new cultural norms. This may involve learning new communication styles,

social norms, or customs that are different from their own. Instructors can help students develop cultural competence by creating a welcoming and inclusive learning environment that values diversity and promotes cross-cultural communication.

Self-reflection and self-assessment

Self-reflection and self-assessment are critical competencies for improving language skills in higher education institutions. Effective language learners are aware of their strengths and weaknesses and are willing to take responsibility for their own learning. By reflecting on their language learning experiences and assessing their progress, students can identify areas for improvement and adjust their learning strategies accordingly.

Self-reflection involves examining one's own learning process and identifying areas for improvement. This may involve reflecting on the effectiveness of language learning strategies, identifying areas of difficulty in the language, or evaluating progress towards language learning goals. Self-assessment involves evaluating one's own language skills and identifying areas of strength and weakness. This may involve taking language proficiency tests or evaluating one's own speaking, listening, reading, and writing skills.

Higher education institutions can help students develop self-reflection and self-assessment competencies by providing them with opportunities to reflect on their language learning experiences and assess their language skills. For example, language classes may include self-reflection activities, such as journaling or group discussions, that encourage students to reflect on their language learning experiences. Language proficiency tests can also be used to assess students' language skills and provide them with feedback on areas for improvement.

Time management and discipline

Learning a foreign language requires time and discipline. Effective language learners are able to manage their time effectively and make language learning a priority. This may involve setting aside dedicated study time each day, prioritizing language learning over other activities, or making a schedule that includes language learning activities.

Time management and discipline are particularly important for students who are learning a foreign language outside of a formal classroom setting, such as through online courses or self-study programs. In these situations, students must be self-motivated and disciplined to stay on track and make progress towards their language learning goals.

Higher education institutions can help students develop time management and discipline competencies by providing them with resources and support. For example, language learning software or apps can help students stay organized and on track with their language learning activities. Instructors can also provide guidance and accountability by setting language learning goals, providing feedback on progress, and offering support and encouragement.

Conclusion

Learning a foreign language is an essential part of higher education in today's global-

ized world. However, improving language skills requires more than just attending language classes. Students must possess a range of competencies, including motivation, language learning strategies, cultural competence, self-reflection and self-assessment, and time management and discipline, to improve their language skills effectively. By developing these competencies, students can not only improve their language skills but also enhance their employability and cultural awareness. Higher education institutions can play a critical role in fostering these competencies and helping students achieve success in their language learning endeavors.

References:

1. P. (2018). The role of motivation in foreign language learning. *Journal of Education and Practice*, 9(2), 1-7.
2. Dornyei, Z. (2005). *The psychology of the language learner: Individual differences in second language acquisition*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
3. Gudykunst, W. B. (2012). *Bridging differences: Effective intergroup communication*. Sage Publications.
4. Oxford, R. L. (2011). *Teaching and researching language learning strategies*. Routledge.
5. Vardi, I., & Bitan, T. (2017). Self-regulation of learning in a foreign language: A systematic review. *Educational Research Review*, 22, 107-117.
6. Van de Poel, K., & Li, M. (2016). Developing intercultural competence through internationalization at home: A case study of a Chinese university. *Journal of Studies in International Education*, 20(4), 366-383.
7. Zimmerman, B. J. (2013). From cognitive modeling to self-regulation: A social cognitive career path. *Educational Psychologist*, 48(3), 135-147.

BRENDINGDA JAMOATCHILIK BILAN ALOQALARNING O‘RNI

*O‘zbekiston Jurnalistika va Ommaviy Kommunikatsiyalar Universiteti
Axborot xizmati va jamoatchilik bilan aloqalar yo‘nalishi
2-bosqich magistranti Mamatova Mahfuza*

Annotatsiya. Jamoatchilik bilan aloqalar bugungi kunda barcha manfaatdor tomonlar uchun istalgan bir mahsulot yoki xizmat turning kuchi va qiymatini oshirishda foydalanishi mumkin bo‘lgan eng samarali texnologiyalardan biri hisoblanadi. Korporativ brendning barcha elementlari, ohang va shaxsiyat, funksional va hissiy imtiyozlar, asosiy xabar va yakuniy maqsad, uning obro‘sigacha barchasini ichki va tashqi auditoriyadan to‘liq foydalanilgan holda samarador va ishonchli imij yaratish mumkin. Na chegirmalar, na sovrinli o‘yinlar, na aksiyalar va hokazolarning hech biri brendning qiymatini, jozibadorligini oshirolmaydi. Faqatgina maqsadli auditoriya bilan ishlash, ular bilan ruhan va hissiy yaqinlikni o‘rnatishga erishish orqali udaalash mumkin.

Аннотация. Связи с общественностью сегодня являются одной из самых эффективных технологий, которые можно использовать для увеличения мощности и ценности любого продукта или услуги для всех заинтересованных сторон. Все элементы корпоративного бренда, от тона и индивидуальности до функциональных и эмоциональных преимуществ, основного сообщения и конечной цели, его репутации, могут быть использованы для создания эффективного и заслуживающего доверия имиджа у внутренней и внешней аудитории. Никакие скидки, призовые игры, акции и т.п. не могут повысить ценность и привлекательность бренда. Этого можно достичь, только работая с целевой аудиторией и достигая с ней духовной и эмоциональной близости.

Annotation. Public relations is one of the most effective technologies today that can be used to increase the power and value of any product or service for all stakeholders. All elements of a corporate brand, from tone and personality to functional and emotional benefits, core message and end goal, its reputation, can be used to create an effective and credible image with internal and external audiences. No discounts, bonus games, promotions, etc. cannot increase the value and attractiveness of the brand. This can be achieved only by working with the target audience and achieving spiritual and emotional closeness with it.

Kalit so‘zlar: branding, PR, imij, kommunikatsiya, menejment, marketing, ijtimoiy tarmoq.

“Jamoatchilik bilan aloqalar faqat sizning biznes mahsulotingizga e’tibor qaratmay-

di; u strategik xabarlarini shakllantirishda ham yordam beradi”¹. Jamoatchilik bilan aloqalarni yo‘lga qo‘yish deganda, odatda, tashkilotning obro‘cini va uning jamoatchilik bilan munosabatlarini yaratish va saqlashga qaratilgan muloqot jarayonini tushunish to‘g‘ri bo‘ladi. So‘nggi paytlarda jamoatchilik bilan aloqalar, reklama va marketing kommunikatsiyalari faoliyati o‘rtasidagi bir vaqtlar aniq bo‘lgan chegaralarning xiralashgani yaqqol namoyon bo‘lmoqda. Ya’ni, tijoratda ham jamoatchilik bilan aloqalarning roli kengayib boryapti. Ushbu aloqa faoliyatining yaqinlashishi “aksiyadorlar qiymatining yo‘qolishi va mijozlar ishonchi va tashkiliy qo‘llab-quvvatlashning pasayishi” bilan tavsiflangan rivojlanayotgan biznes muhitiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Shuning uchun o‘z navbatida ko‘plab tashkilotlarni o‘zlarining asosiy aloqa jarayonlari va ishlarni bajarish usullarini qayta ko‘rib chiqishlariga zarurat paydo bo‘ladi.

Yana bir omil - iste’mol talabi tufayli ijtimoiy tarmoqlarning eksponentsial o‘sishi. Text 100 Global Public Relations kompaniyasi jamoatchilik bilan aloqalarini o‘rganish jarayonida quyidagi xulosalarni taklif qiladi²: brend qiymatini reklama qilishdan ko‘ra kommunikatsiyani yo‘lga qo‘yish muhimroq bo‘lishi mumkin. Umuman olganda, bu lar joriy bozorda “mijozlar o‘z mijozlari bilan aloqa qilishning har bir nuqtasida integratsiyalashgan dasturlar va izchil brend xabarlarini izlashlari”ni tasdiqlaydi. (Baruzzi, 2010). Brend vizual ramz va esda qolarli chizig‘idan ko‘proq narsalarni bildiradi. U tashkilotning missiyasi va qarashlarini, faoliyat tamoyillari va taktikasini belgilaydi. Amerikalik psixolog B. Skinner brendni “bir sotuvchining tovar yoki xizmatini boshqa sotuvchilarnikidan farq qiladigan ism, atama, dizayn, belgi yoki boshqa xususiyat”³ deb ta’riflagan. Brend dasturlar, xizmatlar va mahsulotlar, displeylar doirasidan tashqariga chiqadi; aksincha, u tashkilotga tegishli hamma narsani, shu jumladan obro‘, madaniyat va asosiy qadriyatlarni o‘z ichiga oladi. Brend iste’molchilarning mahsulotga bo‘lgan munosabati va idrokiga ta’sir qiladi va ayniqsa, jamoatchilik bilan aloqalar uchun, mahsulotni ishlab chiqaruvchi tashkilotga nisbatan qo‘llaniladi.

Ushbu o‘rinda PR texnologiyalaridan biri, eng ko‘p foydalaniladigan storytelling branding strategiyada juda asosiy rol o‘ynaydi. Brend haqidagi ichki va tashqi xabarlar bir xil hikoyani aytib berishi va bir xil hikoyaning bir qismi sifatida ko‘rilishi kerak. Hikoyalar quyidagilar haqida bo‘lishi kerak⁴:

- Qadriyatlar – tashkilotning asosiy e’tiqodlari; u va brendlar nimani anglatadi.

1 Fichchum M. Public relations trends to watch for in 2010. Corridor Business Journal// 2010. 6(25), 16. –p. 5.

2 <http://globalink.globalpresspr.com/blog/2009/04/>

3 Skinner J. Marketing (2nd ed.). Boston: Houghton Mifflin Co. 1998. –p. 54.

4 Mikacova L., Gavlakova P. The role of public relations in branding / Procedia - Social and Behavioral Sciences 110. 2014. –p.834.

- Xulq-atvor - tashkilotning ichki va tashqi manfaatdor tomonlar bilan qanday munosabatda bo‘lishi.
- Positioning – tashkilot manfaatdor tomonlar brend haqida nimani o‘ylashini xohlaydi.
- Identity – ismlar, logotiplar, vizual standartlar, og‘zaki mavzular.

Brendning qiymati tashkilotning ishlashi bilan baholanishi mumkin va bu o‘zaro bog‘liqliklarga bog‘liq. Xodimlarni biznes natijalari va obro‘sigga moslashtirishga qaratilgan aloqa kampaniyasi orqali brendning tashkilot madaniyati va faoliyati bilan o‘zaro bog‘liqligini tan olish va mustahkamlash kuchli ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

Brend identifikatori geografiyalar, darajalar va funksiyalar bo‘ylab ichkaridan yaratilishi kerak. Bo‘sh shiorlar emas, balki brendga asoslangan qadriyatlar odamlarga “so‘zda yurish” ga yordam beradi va individual xodimlarning kundalik hayotiga tegishli bo‘lgan aniq xatti-harakatlar ushbu brendga asoslangan qadriyatlarni hayotga olib keladi.

Bularning barchasi brend strategiyasi va korporativ obro‘ni shakllantirish va qo‘llab-quvvatlash uchun jamoatchilik bilan aloqalar qanchalik muhimligini ko‘rsatadi. Muvaffaqiyatli jamoatchilik bilan aloqalar strategiyasini ishlab chiqish to‘rtta elementni o‘z ichiga oladi⁵:

- brendning turli atributlari va xususiyatlarini aniqlash; masalan, uning qadriyatlari va qo‘llab-quvvatlovchi xatti-harakatlari, joylashuvi va o‘ziga xosligi. Ular aniqlangandan so‘ng, ularning tashkilot madaniyatiga va ish faoliyatini rag‘batlantirish imkoniyatlariga ta’sirini baholash kerak. Keyin brendning atributlari, xususiyatlari va va’dalari asosida jamoatchilik bilan aloqalar platformasi tuzilishi mumkin.

- Barcha tashqi manfaatdor tomonlarning munosabatlarini baholash kerak. Bu yetakchilik, innovatsiyalar, moliyaviy qiymat, boshqaruv sifati va korporativ fuqarolik kabi obro‘-e’tibor omillarini o‘z ichiga olishi uchun mahsulotlar haqidagi tasavvurdan tashqariga chiqishi kerak.

- Korporativ kommunikatsiyalar funksiyasi kompaniyaning turli masalalar bo‘yicha pozitsiyasi to‘g‘risida xodimlarni xabardor qilish uchun brendning atributlari va xususiyatlaridan ichki ravishda foydalanishi kerak, bu esa inqiroz sharoitida ishonchlilikni ta’kidlash va xatti-harakatlarni boshqarish uchun o‘zgartirish tashabbuslarini

5 Zulkifly H. N., Firdaus N. Persuasion and the Online Consumers: Investigating Copywriting Strategies in Native Advertisements. International Journal of Social Science and Humanity, Vol. 4, No. 6, November 2014. –p. 4.

qo‘llab-quvvatlashi kerak.

- Asosiy auditoriyaning yetakchilik, mijozlar bilan aloqalari, bozordagi innovatsiyalar va korporativ mas‘uliyat haqidagi tasavvurlarini shakllantirish maqsadlari bilan brend va‘dasiga asoslangan yillik, o‘lchanadigan jamoatchilik bilan aloqalar rejasi yaratilishi kerak.

Misol usun, Korzinka brendi bugungi kungacha, ya‘ni 25 yillik faoliyati davomida marketing, PR strategiyalari qanchalik o‘zgarganligini, brendning logotipi, shiori, ranglar va dizayn uslubidagi o‘zgarishlarni o‘rganib chiqib shunday xulosaga kelish mumkinki, auditoriya “Korzinka” brendi bilan 25yillik qardonga aylanib ulgurdi. Korzinka o‘z mijozlari, auditoriya uchun yoqimli xotiralar sovg‘a qila oldi. Bu esa brendning qiymatini yana ham oshiradi.

Bugungi kontent strategiyada emotsionallik va konativlik juda yuqori. Hissiyotlarni, istaklarni uyg‘otish orqali qarorlarga ta‘sir qilish texnikasi yaqqol ko‘zga tashlanadi.

Qaysidir ma‘noda, Coca Cola va Korzinka branding strategiyalari, uslublari bir-biriga o‘xshashdek ham tuyiladi. Logotiplardagi oq va qizilning ajoyib kombinatsiyasi, marketing strategiyalari va jamoatchilik bilan aloqalaridagi uslub o‘xshash. Har ikkisi ham oilaviy munosabatlar, bolalalik xotiralar, milliy an‘analar va insoniy tuyg‘ular haqida ko‘proq gapirishadi.

Texnik jihatdan olinadigan bo‘lsa, bugungi kunda barcha turdagi texnik imkoniyatlardan brend o‘zining ijobiy imijini oshirishda samarali foydalanib kelmoqda. Buni fotosuratlar va videolardagi yuqori sifatdan, ijtimoiy tarmoqlar bilan yo‘lga qo‘yilgan tijoriy hamkorliklardan ham ko‘rish mumkin.

#InsonQadriuchun, #Odatdagidanunumli, #OdatdagidanQulay, #OdatdagidanYaqin nomli qator rubrikalarning shuncha ko‘pchilik o‘ylagandek “PR” uchun ishlab chiqilmaganligini brendning har bir tijoriy va ijtimoiy faoliyati tasdqiylaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Fichchum M. Public relations trends to watch for in 2010. Corridor Business Journal// 2010. 6(25), 16.
2. Mikacova L., Gavlakova P. The role of public relations in branding / Procedia - Social and Behavioral Sciences 110. 2014.

3. Skinner J. Marketing (2nd ed.). Boston: Houghton Mifflin Co. 1998.
4. Zulkify H. N., Firdaus N. Persuasion and the Online Consumers: Investigating Copywriting Strategies in Native Advertisements. International Journal of Social Science and Humanity, Vol. 4, No. 6, November 2014.
5. <http://globalink.globalpresspr.com/blog/2009/04/>

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING JAMIYAT ONGIGA TA'SIRI THE INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE CONSCIOUSNESS OF SOCIETY

Kilichova Gulrux Ruzmatovna

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti 2 bosqich magistranti

Annotatsiya

Ushbu maqolada Ommaviy axborot vositalarining jamiyat ongiga ta'siri haqida so'z boradi. Unda Ommaviy axborot vositalarining yuzaga kelish tarixi, ijtimoiy hayotdagi o'rni haqida to'xtalib o'tilgan hamda O'zbekistonda jamiyatga ijobiy va salbiy ta'siri haqida qisqacha to'xtalib o'tilgan.

Kalit so'zlar: Jurnalistika, ommaviy axborot vositalari, jamiyat, ijtimoiy hayot, OAVning ta'siri, axborot siyosati, ommaviy axborot vositalarida boshqaruv.

Annotation

This article will talk about the influence of the media on the consciousness of society. It discusses the history of the emergence of the media, its role in social life, and briefly talks about the positive and negative impact on society in Uzbekistan.

Keywords: Journalism, Media, society, social life, media influence, Information Policy, media management.

Kirish

Jamiyat taraqqiy etib borayotgani sayin OAVning jamiyat hayotidagi o'rni kengayib bormoqda. O'zbekistondagi OAV larning tarixiga nazar soladigan bo'lsak 1991-yilda O'zbekistonda bor yo'g'i 395 ta ommaviy axborot vositalari o'z faoliyatini olib borishgan. Bu ko'rsatkich yil sayin ortib borib, 2023-yilda bu ko'rsatkich yanada ortdi. OAVning jamiyat ongiga ta'siri haqida to'xtalishdan oldin OAV va jamiyat tushunchalariga qisqacha javob topib olsak. OAV (ommaviy axborot vositalari) ommaga axborotni tez, ishonchli, holis hamda faktlarga asoslangan holda yetkazuvchi vositadir.

Ommaviy axborotni davriy tarqatishning doimiy nomga ega bo'lgan hamda bosma tarzda (gazetalar, jurnallar, axborotnomalar, byulletenlar va boshqalar) va (yoki) elektron tarzda (tele-, radio-, video-, kinoxronikal dasturlar, umumfoydalanishdagi telekommunikatsiya tarmoqlaridagi veb-saytlar) olti oyda kamida bir marta nashr etiladigan yoki efirga beriladigan (bundan buyon matnda chiqariladigan deb yuritiladi) shakli hamda ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa shakllari ommaviy axborot vositasidir.⁶

Jamiyat bu odamlarning tarixan qaror topgan hamkorlik faoliyatlari majmuidir. Jamiyat tirik sistemalar rivojlanishining maxsus, yuksak pog'onasi bo'lib, ijtimoiy tashkilotlar, institutlar, guruhlar faoliyati va rivojlanishida, sinfiy va boshqa ijtimoiy qarama-qarshiliklarning harakatida namoyon bo'ladi. O'zbekistonda jamiyat taraqqiyotining eng asosiy muammosi insonlarning, ayniqsa yosh avlodning ma'naviy

⁶ [WIPO Lex](#) "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni (26.12.1997) (yangi tahriri-15.01.2007)

dunyoosini shakllantirish va boyitish, ularni davlat aniqlab bergan mafkura asosida tarbiyalash, o'zbek xalqining madaniy va ma'naviy merosi, qadriyatlari, an'analari va urf-odatlarini egallashlari uchun shart-sharoit yaratishdir. O'zbekistonda fuqarolik, huquqiy, demokratik, dunyoviy jamiyat barpo etilmoqda.⁷

Ommaviy axborot vositalarining jamiyat ongiga ta'siri

O'zbekiston Respublikasi Jurnalistlar faoliyatini senzura qilishiga yo'l qo'ymaydi va bunda axborot oldindan kelishib olinishi, efirga uzatilishdan kelishuv asosida efirga uzatish taqiqlanadi. Bugungi kunga kelib ommaviy axborot vositalari orqali turli xil axborotlar uzatilmoqda. Demokratik jamiyatni barpo etishda esa ommaviy axborot vositalari hal qiluvchi hisoblanadi. OAV orqali nafaqat mamlakatda sodir bo'layotgan, balki davlatlararo sodir bo'layotgan global miqyosdagi ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy va madaniy jarayonlarni kuzatib borish hamda to'g'ri baho berish imkonini beradi. Shu sababdan, jurnalistlar axborotni ommaga uzatishda ishonchlilik, faktlarga asoslanganlik, holislik, tushunarlik hamda tezkorlikga amal qiladilar. Bunda axborotning o'z vaqtida uzatilishi muhim bo'lib, uning kech uzatilishi axborotning o'z qimmatini yo'qotishiga olib kelishi mumkin.

Hozirda ijtimoiy tarmoqlarda uzatilayotgan axborotlarni jamiyatda fakt-checking qilish ko'proq vaqt talab qilishi tufayli ommani axborotni noto'g'ri qabul qilishi va natijada jiddiy muammolarni yuzaga keltirish holatlari kuzatilgan. Ba'zan ommaviy axborot vositalari xodimining sensatsiya ortidan quvishi va taqiqlangan usullardan foydalanish hollariga duch kelamiz. Bu vaziyatni xodimning xatosi yoki noaniqligiga yo'yib, keyinchalik esa raddiya berilishi mumkin. Ammo noto'g'ri (g'arazli) axborot butun dunyoga tarqalib ulguradi. Natijada buyurtmachilar o'z maqsadlariga erishadilar. Mintaqada mavjud voqea-hodisalarni yoritishda holislikdan emas aksincha o'z maqsadlarida foydalanishga urinishlar borligini ta'kidlab o'tish kerak.

Bugungi kunda axborot kurashi shiddat bilan o'sib bormoqda va unda ba'zan aqidalar, fikrlar, g'oyalar yoki ma'lum bir prinsiplardan ko'ra, manfaatlar ustunlik qilmoqda. Bunday holatlarga duch kelmaslik uchun ommaviy axborot vositalarida uzatilayotgan axborotlar sifatiga, aniqligiga, uning kontentiga hamda manbaaning ishonchli ommaviy axborot vositalaridan olingaligi va materialning mazmuniga jiddiy e'tibor berish lozim. OAVda uzatilayotgan xabarlar buyurtma asosida bo'lishi ham mumkin. Buyurtmachining istagiga ko'ra axborot salbiy yoki ijobiy ruhda taqdim etilishi va bundan ko'zlangan maqsad buyurtmachining manfaatlarini bo'ladi.

OAVda jamiyatga salbiy ta'sir etuvchi maqolalardan biri diniy maqolalar bo'lib, ular doim ham O'zbekiston Respublikasi din ishlari bo'yicha qo'mitasi tomonidan nazoratda bo'lmaydi. Natijada, diniy madaniy an'analarning jamiyat taraqqiyotiga ta'siri ortib boradi.

Ijtimoiy tarmoqlarning ijobiy ta'siri haqida ham to'xtalib o'tsak maqsadga muvofiq bo'ladi. Dalil.uz sayti tomonidan uzatilgan shov-shuvli maqolada Dok-1 MAX va Ambronol dorilarining inson sog'lig'iga, ayniqsa yosh bolalar sog'lig'iga qattiq zarar yetkazayotgani, qolaversa, bolalar orasida o'lim holatlari kuzatilgani e'lon qilindi.

⁷ [Jamiyat — УзЭНЦ \(for.uz\)](http://jamiyat.uz) Jamiyat

Dalil.uz xodimlari holat yuzasidan tekshiruvlar olib bordilar. Natijada, dori vositalarini standartlashtirish ilmiy markazi MCHJ mas'ul xodimlari tomonidan belgilangan me'yoriy-huquqiy hujjatlar talablarini qo'pol ravishda buzib, dori vositlarini laboratoriya sinovlaridan o'tkazilmagani ma'lum bo'lgan.

Ushbu maqola chop etilib, tekshiruvlar o'tkazilganidan so'ng, jinoiy ish qo'zg'atilib Quramax Medical MCHJ va Dori vositalarini standartlashtirish ilmiy markazi MCHJ ning har qaysisidan 2 nafardan xodimlar gumonlanuvchilar sifatida tergov hibsonasiga joylashtirilgan. Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev Farmatsevtika tarmog'ini rivojlantirish agentligi sobiq rahbari Sardor Kariyev va Sog'liqni Saqlash Vaziri Behzod Musayevlarni ishdan oldi. Jinoiyat ishi tergov doirasida Sardor Kariyev va bir qator mansabdor shaxslar qamoqqa olingan.

Dalil.uz saytining sayi-harakatlari natijasi sifatida shuni ko'rishimiz mumkin-ki, tergovdan so'ng retseptsiz berilishi mumkin bo'lmagan bir qancha dori vositalari hamda tarkibida zaxarli moddalari ko'p bo'lgan dorilar O'zbekiston hududida sotuvdan olib tashlandi. O'zbekistonda bu kabi dorilarning bolalarning hayotdan erta ko'z yumishi davlatimizda sog'liqni saqlash va farmatsevtika sohalarida oqsoqlik borligidan dalolat beradi.

Bugungi kunda ommaviy axborot vositalarining jamiyat hayotida o'z o'rnini topgan bo'lib, ijtimoiy munosabatlarning shakllanishi va rivojlanishida muhim ro'l o'ynaydi. Bundan tashqari ommaviy axborot vositalari jamoatchilik fikrining va munosabatlarning shakllanishida eng muhim omillardan biriga aylanib ulgurdi. Hozirgi kunda axborot-kommunikatsiyalarining ilg'orlik bilan rivojlanib borishi globallashtirish sharoitida turli mamlakatlarning tarixiy-madaniy jihatlari hamda rivojlanishining o'ziga xosligini saqlab qolishda aynan axborot xavfsizligini ta'minlashning ahamiyati ortmoqda.

Butun dunyo bo'ylab soha va axborot vositalarining kengayib borgan sari uning jamiyatga ham ta'siri kuchayib bormoqda. Ommaviy axborot vositalaridagi informatsiyalarga uyushtirilayotgan hurujlar yangi qurolning paydo bo'lganidan darak beradi. Bu qurol – kun davomida jamiyatga yetkazilayotgan axborotdir. Axborot orqali insonlar ongiga ta'sir qilish hamda ularning fikri, ishonchi va g'oyalarini o'zgartirishga erishmoqdalar. Hozirgi kunda ijtimoiy tarmoqlarda, ayniqsa, talaba yoshlarning terroristik yo'llarga kirib ketishlari, aqidaparastlikning kuchayib borishi, dinni noto'g'ri targ'ib qilinishlari va shunga o'xshash inson ongiga kuchli ta'sir etadigan sayt va ijtimoiy tarmoqlarning soni ortib borishini ko'rish mumkin.

Internetning terroristik guruhlariga quyidagilar bilan qulayligi mavjud:

- Internetga dunyoning har qanday burchagidan kirishi imkoniyati;
- Anonimlik imkoniyatlari;
- Foydalanuvchilar sonining yuqoriligi;
- E'lon qiligan informatsiya va axborotlarning tashqaridan tahrirlash yoki boshqarish imkoni yo'qligi;
- Axborot va informatsiyaning qisqa vaqt ichida katta auditoriyani qamrab olish imkoniyati;

Ushbu qulayliklar internetdan turli xil maqsadlarda foydalanishga, inson ongiga

salbiy ta'sir qiluvchi materiallarni tarqatib, targ'ibot va tashviqot ishlarini amalga oshirishga osongina imkoniyat yaratib beradi.

Ijtimoiy tarmoqlar, ommaviy axborot vositalari orqali foydalanuvchilarga milliy istiqol g'oyalarini ham singdirish jihati mavjud bo'lib, u orqali axborot terrori va mafkuraviy tahdidlarga munosib javob berishni mafkuraviy immunitetni shakllantirish orqali erishish mumkin. Unda har bir shaxs o'zi foydalanayotgan ijtimoiy tarmoqlar va saytlardan foydalanish me'yorini bilishi va turli xil yolg'on xabarlarga "uchmasligi" kerak.

Xulosa

Xulosa o'rnida aytadigan bo'lsak, so'nggi yillarda Internetning omma ongiga salbiy va ijobiy ta'sirini tashqi tomondan cheklab bo'lmaydi. Ommaviy axborot vositalarida uzatilayotgan axborotlarning inson emotsiyalariga ta'siri kuchli bo'lishi bilan ham asosiy qurol hisoblanadi. Bu qurol orqali jamiyat ongini, fikrini, ijtimoiy-siyosiy vaziyatlarga bo'lgan munosabatini ijobiy yoki salbiy tomonga o'zgartirish mumkin. Ba'zi hollarda informatsiya e'lon qilingandan so'ng, uning "fake" ekanligi haqida inkor maqolalar chiqarilishi uchrab turadi. Bunday vaziyatlarda axborot oluvchidan ziyalik va analiz qilish qobiliyatlari talab etiladi. Shuningdek, axborotning "fake" yoki rost ekanligini rasmiy kanallar yoki saytlaridan tekshirib ko'rish lozim.

Ayni kunlarda, internetning jadal ravishda rivojlanib borishi insonlarni o'ziga bog'lab qo'yimoqda. Natijada, mutaxassislarining fikriga ko'ra, dunyo aholisining 10 foizi smartfonlarga juda qattiq bog'lanib qolgan. Bu har bir shaxsning real hayotdan ko'ra ko'proq virtual hayotga tushib qolishi hamda uning ongini turli xil uzatilayotgan informatsiyalar bilan to'lishi, fikr va mulohazalarining tubdan ijtimoiy tarmoqlarda uzatilayotgan ma'lumotlarga bog'liq bo'lib qolishida katta xissa qo'shmoqda. Hozirda bu vaziyat dolzarb muammolardan biriga aylanib ulgurgan.

Ijtimoiy tarmoqlar mutaxassislarining keltirgan ma'lumotlariga ko'ra, aynan internet orqali turli xil kompyuter va smartfon o'yinlarining 49 foizi yovuzlik, zo'ravonlik, qotilliklarga undaydigan, 41 foizi jangari yoki bo'lmasa bu xatti-harakatlarni oddiy holatdek qabul qilishga undaydigan o'yinlar to'lib bormoqda. Afsuski bu kabi o'yinlar, ijtimoiy tarmoqlar va saytlarni boshqarish imkoni yo'q. Ammo internetdan foydali maqsadlarda foydalanish inson ongining o'sishi, bilimining oshishi hamda fikrlash doirasining kengayishiga ko'mak beradi. Internetdan ogohlik bilan foydalanish eng muhim omillardan biridir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. WIPO Lex "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni (26.12.1997) (yangi tahriri-15.01.2007)
2. Jamiyat — УЗЭИИ (for.uz) Jamiyat

INTERNET V A TELEVIDENIYEDAGI SPORT REPORTAJLARINING BIR-BIRIDAN FARQI

Sultonboy Abduraxim o‘g‘li Allonov
O‘zbekiston Jurnalistika va ommaviy
kommunikatsiyalar universiteti,
2-kurs sport jurnalistikasi magistranti

Ilmiy rahbar: M.To‘xtamirzayev

***Annotatsiya:** Sportga oid reportajlarni tahlil qilish jarayonida muallifdan reportaj tili xususiyatlari OAVning keltirilgan ikki yo‘nalishi bo‘yicha ularning tildan foydalanish mahoratini namoyon etishi va ularning farqli tomonlarini yoritib berish talab qilinadi.*

Kalit so‘zlar: sport, internet, televideniye, sharhlovchi, o‘yin, tomoshabin, onlayn reportaj, telereportaj, translyatsiya.

Bugungi shiddat bilan rivojlanib borayotgan axborot asrida auditoriyaga ma’lumotlarni shunchaki yetkazib qo‘yishning o‘zi yetarli bo‘lmaydi. Ayniqsa, sportga oid materiallarni, xususan, reportajlarni o‘qirmanlar hukmiga havola qilishda har bir so‘z, har bir jumla o‘z o‘rnida qo‘llanilib besamar ketmasligi maqsadga muvofiqdir. Bu esa sportga ixlosmand har bir insonni reportajlarga bo‘lgan qiziqishining ortishiga sabab bo‘ladi.

Reportaj so‘zining o‘zagi report bo‘lib, uning bir necha xil ma’nolari bor. Lekin bevosita jurnalistikada ishlatiladigan atama mohiyatidan kelib chiqadigan bo‘lsak axborot berish, so‘zlab berish, tasvirlab berish kabi ma’nolarni anglatadi. Reportajni yozadigan jurnalistlar ham bejiz reportyor deb atalmaydi.

Reportaj axborot berishning bir turidir. Bunda jurnalist voqea- hodisaning bevosita guvohi bo‘lib, o‘sha joy muhiti, manzarasi, odamlarning kayfiyati, voqea-hodisalar jarayonini (so‘z yoki videotasvir vositasida) shunday tasvirlaydiki, reportajni o‘qigan, radio to‘lqinlari orqali eshitgan va televidenie orqali ko‘rgan har bir kishi shu paytgacha berilgan yangiliklar va qisqa axborotlarga nisbatan to‘liqroq tasavvurga ega bo‘ladi¹.

Sportga oid reportajlar televideniye, internet, matbuot, radio, ijtimoiy tarmoqlar

¹ Saidov H., To‘xliyeva N. Reportyorlik mahorati.– Toshkent: G afur G ulom, 2008. – 69 b.

orqali auditoriyaga yetkazib beriladi. Ammo ularni reportajni yoritish xususiyati bir-biridan tubdan farq qiladi.

Butun dunyo sport jurnalistlari aynan jonli tarzda musobaqalarni efirga tayyorlashadi. Bunda tomoshabin ekran burchagida “jonli efir” degan qisqa yozuv bo‘ladi (masalan, ingliz tilida “live”) Jonli translyatsiya tomoshabin va muxlislar uchun eng qiziqali va ta’sirchan usullardan biridir. Sevimli jamoasi yoki sportchisiga ishqibozlik qilish uchun musobaqada tomoshabin sifatida ishtirok etmagan muxlis, bahslarni televizor orqali tomosha qilish va bundan zavqlanish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Yirik musobaqalar translyatsiyasi ko‘p sonli ishqibozlarni o‘ziga jalb qila olishi bilan kunning eng dolzarb voqeasiga aylanadi².

Internet orqali berilgan reportajlar esa televideniya dan butkul farqli desak mubolag‘a bo‘lmaydi. Internetda anons berish mumkin, matnli reportaj qilish mumkin. Sharh to‘liq bo‘lmaydi, kerakli vaziyatlar, olingan kartochkalar yoziladi. Bu onlayn reportaj hisoblanadi. Xo‘sh, internet va televideniya da yoritilgan reportajlarni qanday farqi bor?

Ma’lumki, tomoshabinlar orasida futbolga ishtiyoqmand insonlar talaygina topiladi. Hozirgi axborot texnologiyalari, internet rivojlangan zamonda reportajlarni nafaqat televideniya da, balki internet nashrlarida ham uchratishimiz mumkin. Ammo ularning ifodaviyligi bir-biridan tamoman farq qiladi.

Masalan, 2023-yil 22-may kuni bo‘lib o‘tgan O‘zbekiston Superligasi bahslaridan biri – “Bunyodkor – Navbahor” o‘yinlaridan reportajga e’tiborni qaratsak. Unda sharhlovchi Zuhridin Qilichev, dastavval, jamoalarning chiqib kelishidan o‘z reportajini boshlaydi. Keyinchalik, asosiy va yon hakamlarni, har ikkala jamoa futbolchilarining tarkibi, qisqacha taktikasi to‘g‘risida ma’lumot berib o‘tadi. So‘ngra o‘yin jarayonini vaziyatlarga qarab tomoshabinga yetkazib beradi. Mazkur o‘yinda 1-5 hisob qayd etildi. Ko‘rinib turibdiki, o‘yin his-hayajonlarga boy bo‘ldi. Sharhlovchi o‘z reportajida ana shu emotsiyalarni auditoriyaga imkon qadar yetkaza bera oldi. Bu umumiy holat, albatta, lekin sharhlovchi o‘yin jarayoni, tarkiblarni tanishtirishdan tashqari, o‘yindagi to‘xtalishlar, ketma-ket samarasiz to‘p uzatishlar paytida har ikki jamoaga tegishli qiziqarli statiskalarni berish uchun oldindan tayyorlab qo‘ygan bo‘lishi lozim. Zuhridin Qilichevni sharhida ana shu omillar biroz yetishmadi. Balki o‘yinining tempi bunga yo‘lga qo‘ymagan bo‘lsa ajab emas. Sababi mazkur bahs boshidan oxirigacha hujumkor ruhda bo‘lib o‘tdi.

² Ushbu o‘yindan reportaj championat.asia internet nashrida butunlay boshqacha
Ortiqova Y. Sport jurnalistikasi. – Toshkent: “Mumtoz so‘z”, 2016. – 49-50 b.

tayyorlandi. Reportaj “Uchrashuv boshlandi” so‘zlari bilan boshlanib, “Uchrashuv yakunlandi” so‘zi bilan poyoniga yetdi. O‘yin internet saytda sharhlangan bo‘lsa-da, teleekrandagi sharh bilan mushtarak jihatlari yo‘q emas. Televizorda o‘yinni ko‘rishga imkoni bo‘lmagan futbol qiziquvchilari reportaj orqali asosiy tarkib futbolchilarini, zaxiradagi o‘yinchilarni, futbolchilarning hayajonga to‘la suratlarini, kimlar ogohlantirilgani, gol urgani, futbolchilarda qanday o‘zgarishlar qilingani, darvozabonning “seyv”lari to‘g‘risida batafsil ma’lumot olishlari mumkin³.

Bir so‘z bilan aytganda, telereportajlar o‘zida tasvirni, ovozni aks ettirishi bilan tomoshabinga yanada jonliroq muhitni taqdim etadi. Internet nashrlaridagi reportajlar bo‘lsa, imkoniyatlar chegaralanganligi bois matnlar, rasmlar orqaligina futbolsevar muxlislar uchun reportajni havola qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Saidov H., To‘xliyeva N. Reportyorlik mahorati.– Toshkent: G‘afur G‘ulom, 2008. – 120 b.
2. Ortiqova Y. Sport jurnalistikasi. – Toshkent: “Mumtoz so‘z”, 2016. – 102 b.
3. <https://championat.asia/uz/news/superliga-bunyodkor-navbahor-asosiy-tarkiblar-malum-2>

3 <https://championat.asia/uz/news/superliga-bunyodkor-navbahor-asosiy-tarkiblar-malum-2>

SPORT NASHRLARINING INTERNET JURNALISTIKASIDAGI ISTIQBOLLARI, IMKONIYATLARI VA INTERAKTIVLIGI

Sultonboy Abduraxim o‘g‘li Allonov
O‘zbekiston Jurnalistika va ommaviy
kommunikatsiyalar universiteti,
2-kurs sport jurnalistikasi magistranti

Ilmiy rahbar: M.To‘xtamirzayev

***Annotatsiya:** Sportga oid nashrlarda, xususan, ineternet nashrlarida axborot berish ustunligi asosiy vosita ekanligi, an’anaviy jurnalistika bilan chambarchas bog‘liq ekanligini ochib berish muallifdan talab qilinadi.*

Kalit so‘zlar: sport, internet, televideniye, nashrlar, televideniye, radio, veb-sayt, veb-sahifa, dizayn, platforma.

XX asrning so‘nggi o‘n yilligida elektron nashrga multimedia komponentlari, raqamli tovushlar yohud video qismlari kiritildi. Buning natijasida elektron nashrlar boshqa OAV (radio, TV, matbuot) bilan taqqoslaganda, ulardan ancha ustun jihatlarga ega bo‘lgan axborot vositasiga aylandi. Oxirgi bir necha yilda veb-sayt va veb-sahifa tushunchasi tez-tez qo‘llanilmoqda. Veb-sahifalar tarmoqdagi axborot resurslarining eng ommaviylashgan va talab ko‘p bo‘lgan turi bo‘lib, u gipermatn sahifalaridan iboratdir. Bu yagona tarkibga ega bo‘lgan multimedia materiallarining majmuyi – saytdir.

Internet jurnalistikaning ustunlik jihatlari an’anaviy jurnalistikani to‘ldirib, uni kengaytiradi. Chunki birining ustunligi ikkinchisining kamchiligini berkitadi va aksincha. Shu jihatdan yondashsak, internet jurnalistika an’anaviy jurnalistikaga raqobatchi emas balki hamkorlik qilayotganini ko‘ramiz. Internet jurnalistika matbuot, radio va televidenie kabi OAV tizimining tarkibiy qismi, tipi sifatida tasniflanganiga ancha bo‘ldi.

Saytlar mazmuniga qarab ularni bezatish qonuniyatlari quyidagilardir¹:

- oddiylik veb-sahifa dizaynining asosiy maqsadiga aylanishi lozim;
- veb-sahifa dizayni uning mazmuni bilan hamohang bo‘lishi kerak;

¹ Зуев М. Спецификация HTML™ 1.0: The Extensible HyperText Markup Language.

- veb-sahifa ko‘p platformada faoliyat yuritishini ta‘minlash kerak.
- har qanday veb-sahifaning asosiy maqsadi – ma‘lumot uzatishdir. Dizayn esa aynan ana shu ma‘lumotni olishga yordam berishdir.
- navigatsiya elementlariga zaruriyat bo‘lsa-da, ulardan foydalanishni iloji boricha kamaytirish kerak;
- har qanday interfays dizaynining umumiy tamoyili – dizaynning barcha elementlarini ko‘rib chiqish;
- har bir sahifaga mazkur sahifaga tegishli bo‘lgan kompaniyaning logotipi joylashtirilib, bosh sahifaga gipermatn bilan o‘tishni ta‘minlash;
- veb-sahifalarda hali sinovdan o‘tmagan yangi texnologiyalarning qo‘llanilishi ham oxir oqibatda uning faoliyatining to‘xtashiga olib kelishi mumkin².

O‘zbekistonlik internet sohasiga ixtisoslashgan olimlar D.Rashidova, N.Muratova Internet nashrlarni uch turga ajratib tasniflashgan:

- An‘anaviy OAVning (matbuot, TV va radio) internetdagi elektron versiyalari. Misol uchun gazeta va jurnallarning veb-saytlarini misol sifatida ko‘rsatish mumkin;
- Internet nashrlar (axborot va ixtisoslashgan veb-saytlar va portallar);
- Tarmoqdagi elektron vakolatxonalar qonun chiqaruvchi organlar, davlat tizimlari korxonalar va muassasalar, partiyalar va boshqalarning veb-saytlari va portallari;³

Bugungi globallashuv davrida hayotimizning ajralmas qismiga aylangan internetsiz bir kunimizni tasavvur qilish qiyin. Chunki, internet kundalik hayotimizning har bir jabhasida har soniyada ehtiyojlarimizni qondirishga xizmat qilmoqda. Mamlakatimizda sport sohasida qator ishlar amalga oshirilishi bilan birgalikda “Sport” jurnalistikasi ham rivojlanib boryapti. Dunyoning rivojlangan qaysi mamlakatiga nazar tashlamaylik, sportga, uning biror-bir turiga ixtisoslashgan ommaviy axborot vositalariga ega ekaniga guvoh bo‘lamiz. Dunyoning barcha ommaviy axborot vositalari auditoriya ehtiyojlaridan kelib chiqib faoliyat olib boradi. Internetda ham sport jurnalistikasi shiddat bilan rivojlanyapti. Xalqaro sport maydonlarida, professional ringlarda, tennis kortlarida bo‘layotgan musobaqalarga aholining qiziqishi katta.⁴ Sportni, jismoniy tarbiyani, sog‘lom turmush tarzi targ‘ibotida jahon sportining ham o‘z ulushi bor. Minglab tomoshabinlari bor kanallarning dasturlari sifatini va saviyasini

2 Калмыков А., Коханова Л. Интернет-журналистика. Учебное пособие. М.: Юнита-Дана, 2005.

3 Rashidova D., Muratova N. Internet jurnalistika, T.:2007. Б-47.

4 Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции. Учебное пособие. 1997

yanada ko‘tarish uchun har bir tahririyat tinimsiz harakat qiladi. Bular orasida eng ommaviy bo‘lgan sport turi futbol hisoblanadi. Aksariyat sport kanallari dasturiga e‘tibor qaratsak, futbol o‘yinlari va musobaqalari qolgan turlardan ustunlikka egaligini ko‘ramiz. Talabdan kelib chiqqan holda, OAV ham futbol musobaqalariga ko‘proq e‘tibor qaratadi.

Bugungi hayotimizni axborot texnologiyalarisiz tasavvur qilish qiyin. Shunday ekan, har bir inson o‘zi uchun lozim bo‘lgan axborotni imkon qadar tezroq olishga, uni tahlil qilishga harakat qiladi. Ko‘plab ma‘lumotlar manbai sifatida nafaqat nashrlar, televidenie, radio balki ularning veb-sahifalarini ko‘rishimiz mumkin. Iste‘molchi uchun avvalo xabardan tezda boxabar bo‘lish muhim. Bu borada Internetga teng keladigani yo‘q. Shuningdek, maqolalarga fikr bildirish, sharh yozish, tanqid qilish kabi jarayonlar ham muhim ahamiyat kasb etadi. “Zamonaviy veb-sayt quyidagi xususiyatlarga ega bo‘lishi lozim:

1. Tezlik bilan ishlashi;
2. Mazmunan boy bo‘lishi;
3. Doimiy auditoriya bilan muloqotda bo‘lishi;
4. Jalb etuvchi dizaynga ega bo‘lishi⁵.

O‘zbek futbol jurnalistikasi ham bu jarayondan ortda qolmaslikka harakat qilmoqda. Shu o‘rinda futbolga ixtisoslashgan bir qancha saytlar nomini keltirish mumkin: www.tribuna.uz, www.onside.asia, www.uzfootball.com, www.stadion.uz, www.championat.asia va boshqalar. Hozirgi kunda O‘zbekiston, Rossiya va boshqa ko‘plab davlatlarda sportga ixtisoslashgan onlayn nashrlarning axborot tarqatish andozalari deyarli bir xil. Faqatgina mavzularni yoritish qamrovi, tezkorligidan bir-biridan farq qiladi.

Internetda faoliyat ko‘rsatuvchi sport nashrlarida quyidagilarga ahamiyat qaratish lozim:

– veb-saytga, avvalo, uning kontentiga qarab baho berilar ekan, saytni qiziqarli, dolzarb mavzudagi sport materiallari bilan boyitish, mazmunli suratlar bilan bezatish, “jon kiritish” kerak;

– sayt sodda, jarangdor, tez yodda qoladigan nomga ega bo‘lishi, ikkinchi va uchinchi darajali nomlardan qochish;

⁵ Ablizova G., Yoqubova M. Axboriy jamiyatda davriy veb-saytlarning o‘rni, T.: O‘zDJTU, “Davr, axborot, internet: yangilanish tendensiyalari va istiqbollari” mavzuyidagi ilmiy-amaliy anjuman materiallari, T.: 2014. O‘zDJTU. -B.81.

– internetning cheksiz olamida aynan dizayn, chiroyli tashqi ko‘rinish orqali foydalanuvchini jalb etish mumkin ekan, bu mezunga alohida e‘tibor qaratish, rang, matn, surat, animatsiya – barchasi foydalanuvchi diqqatini tortish bilan bir qatorda, bir-biriga muvofiq bo‘lishi;

– ijtimoiy tarmoqlar bilan aloqada bo‘lish, ularda o‘z sahifalariga ega bo‘lish;

– saytdagi sport xabarlarini tezkor yangilab turish, xabarlarning to‘g‘ri, ishonchli, xolis va tekshirilganligiga ishonch hosil qilish;

– saytdagi materiallarning bir necha tilda bo‘lishiga erishish lozim. Sayt bugungi kunda asosan o‘zbek va rus tillarida faoliyat ko‘rsatyapti. Kelgusida ingliz tilida ham joriy etilishi kerak.

Tabiiyki, sport jurnalistikasining rivojlanishi bu sohani yanada chuqurroq o‘rganish, sport sohasini yoritishda paydo bo‘lgan yangi tendentsiyalarni tadqiq etish, sportga ixtisoslashgan OAV hamda OAVda yoritiladigan sport mavzularini qiyosiy tahlil qilish lozimligini taqozo etadi.

Sport jurnalistikasi ommaviy axborot vositalarining qay birida bo‘lmasin u xabar beradi, qayta ishlab tahlil qilingan holda axborotni yetkazadi, salbiy va ijobiy misollar bilan auditoriyani tarbiyalaydi. P.Voronkovning ta’kidlashicha: sport jurnalistikasi 4ta asosiy vazifani bajaradi:

1. Yaxshi kayfiyat ulashish.
2. Axborot berish.
3. Tahlil qilish.
4. Tarbiya berish.

Bugungi kunda sport ommaviy axborot vositalari, ayniqsa, onlayn nashr auditoriya uchun yaxshi kayfiyat ulasha oladi. Chunki, sport jurnalistikasi havaskor sportchilarni ham hisobga olgan holda o‘z faoliyatini yuritadi. Sport OAV o‘zining alohida auditoriyasiga ega.

Ko‘rinib turibdiki, sport jurnalistikasining rivojlanishi va malakali yosh jurnalist kadrlarning ko‘payishi natijasida o‘zbek sportchilarining shon-shuhrati mamlakatimiz miqyosida va shuningdek, jahon bo‘ylab keng yoyilishiga xizmat qiladi. Axir sport yurt bayrog‘ini jahon arenalarida baland ko‘tarmoqda. Shunday ekan, bu yo‘lda sportchilar bilan birgalikda sport jurnalistlari ham o‘z salohiyatlarini ko‘rsatishlari lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Зуев М. Спецификация HTML™ 1.0: The Extensible HyperText Markup Language.

2. Калмыков А., Коханова Л. Интернет-журналистика. Учебное пособие. М.: Юнита-Дана, 2005.
3. Rashidova D., Muratova N. Internet jurnalistika, T.:2007.Б-47.
4. Вакурова Н. В., Московкин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции. Учебное пособие.1997
5. Ablizova G., Yoqubova M. Axboriy jamiyatda davriy veb-saytlarning oʻrni, T.: OʻzDJTU, “Davr, axborot, internet: yangilanish tendensiyalari va istiqbollari” mavzuyidagi ilmiy-amaliy anjuman materiallari, T.: 2014. OʻzDJTU. -B.81.

WORKING MEMORY CAPACITY IN SIMULTANEOUS INTERPRETING

Bektemirova Beknozaxon Bakhtiyorjon qizi, Uzbekistan State University of World Languages, Master's Student, Simultaneous Interpretation

Abstract

Simultaneous interpreting is a demanding job which requires both cognitive resources such as working memory. This study reports an in-depth investigation that aimed at to observe any differences in performances of people with similar cognitive aptitudes, but have different levels of skills specific to simultaneous interpreting. Trainee students' performance in simultaneous interpreting from English to Uzbek was compared to the group of professional interpreters. The results of the study show that the best performance was produced by the professional interpreters rather than the trainees. The findings are discussed within the framework of the theory of working memory.

Keywords: working memory, expertise, simultaneous interpreting, skill development, capacity.

Introduction

Simultaneous interpreting is to listen to a message in the source language while the interpreter translates the message into the target language immediately, still listening to the incoming information. For the last years, there has been a great demand for this job around the world since interpreting builds a bridge among nations by wiping out any language barriers.

Simultaneous interpreting is widely used in international organization when holding various conferences. The task of an interpreter is to understand, translate and produce the output while processing the incoming information. Considering these, interpreting is a complex cognitive task.

All the cognitive progresses mentioned above are conducted by Working Memory. WM is responsible for doing daily life tasks such as remembering the phone numbers for a while or making calculations in mind. It is a temporary storage to perform the concurrent task while doing other cognitive ones as well. Conway and Getz (2010) defined it as "a mental workspace with limited capacity".

Studies showed that expert interpreters, SI advanced students and non-interpreters have various working memory span. (Padilla et.al. 1995, Darò and Valeria, 1989). Many researchers studied the ability of interpreters to use working memory capacity whereas some tried to identify the relationship between working memory SI perfor-

mance. Listening Span and Reading Span tasks are generally use to measure the Working Memory capacity.

The aim of our study was to examine the performance difference between the expert interpreters and trainee students. And another aim was to identify whether interpreters with more years of working experiences would be better at delivering the message more accurately.

Method

Participants

The group 1 constituted professional interpreters who had at least 3 years of experience while group 2 involved trainee students whose major was SI and they were final year students of MA with one year of full training.

Design

Listening span task and Backward digit span task were used to examine the Working Memory. In Backward digit span task, participants had to recall the numbers backward by typing them on the white screen. There were 12 trials in total.

As for Listening span, they were required to listen to the sentences and recall the last word of each sentence while judging the comprehensibility of the sentences. It assessed the processing skill of each participant.

Materials

Three texts were selected and twenty sentences were chosen as critical sentences. The critical sentences were divided into Idea Units which is a meaning segment of a sentence. And Essential Idea Units were distinguished from Idea Units.

Procedure

Each participant of both groups were seated in a room equipped with booth and a microphone. They interpreted the selected speeches and their translation was recorded.

As for Listening and Backward digit span task, they used their phones and laptops since these tasks were available on website JsPsych.¹ Their results were transcribed automatically.

Results and discussion

In Listening span task, there was not much difference in both the Experienced Group and the Novice Group ($F = 0.95$). Backward digit span test results showed slight difference with $F = 1.01$.

However, in the third task, the results of delivery of idea units with more essen-

¹ Available at <https://github.com/svanhedger/jspsych/tree/master/scripts/backward-digit-span/> and <https://www.millisecond.com/download/library/listeningspan>

tial meaning between two groups were different.

Based on the results of the study, working memory capacity was not different among both professional interpreters and novice interpreters. However, the more expertise interpreters have, the better the ability to select the more important idea during the process of interpreting.

Conclusion

We can conclude that interpreter's best performance is produced when relying on the long-term practice and expertise rather than having larger working memory capacity. It is likely to give indirect or direct instruction to teach the selection and the judgment while strategies and techniques cannot directly be learnt. To sum up, the study emphasize that it is important to hone the skills in any field by continuous practice and effort to get be more experienced.

References

1. Conway, A. R., & Getz, S. Cognitive ability: "Does working memory training enhance intelligence?" *Current Biology*. Volume 20, Issue 8, pp. R362–R364. Web. 27 April 2010.
2. Darò, Valeria. "The role of memory and attention in simultaneous interpretation: A neurolinguistic approach". *The Interpreters' Newsletter*. 2: 50-56. Web. 1989.
3. Padilla, Presentación, Bajo, María Teresa, Cañas, José Juan and Padilla, Francisca. "Cognitive processes of memory in simultaneous interpretation". In *Topics in Interpreting Research*, J. Tommola (ed). Turku: University of Turku Press. 1995.

Websites

<https://github.com/svanhedger/jpsych/tree/master/scripts/backward-digit-span/>

<https://www.millisecond.com/download/library/listeningspan>

ПЕРСПЕКТИВЫ И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АДГЕЗИВОВ ДЛЯ АДАПТАЦИИ ПОЛНЫХ СЪЕМНЫХ ПЛАСТИНЧАТЫХ ПРОТЕЗОВ

Авторы: Махмудов М.Б. Меликузиев Т.Ш. Юлдашева Н.Р. Булатов Р.Н.

Полное съемное зубное протезирование, или зубные протезы, как их чаще называют, обеспечивают форму замены зубов для людей, которые потеряли все свои зубы. В дополнение к восстановительной поддержке, зубные протезы также улучшают эстетику и речевые навыки, на которые может негативно повлиять отсутствие зубов. Одним из наиболее распространенных методов, используемых для восстановления полной адентий, являются полные съемные пластинчатые протезы (ПСПП) [3]. В ПСПП используются металлические пластины, которые крепятся к десне пациента или линии десен. Эта металлическая пластина служит точкой крепления, на которую затем можно установить искусственные зубы. На протяжении многих лет профессиональные ортопеды разрабатывали различные методы надежного прикрепления металлических пластин к деснам, чтобы обеспечить максимальную фиксацию при ношении и снятии коронок [6]. Среди этих методов одним особым методом, набирающим популярность в последние годы, является использование специальных адгезивов для адаптации ПСПП. Но в чем именно заключаются перспективы и недостатки этого метода? В этой статье мы попытаемся ответить на этот вопрос, исследуя потенциальные перспективы и недостатки, связанные с использованием адгезивов для адаптации ПСПП [2].

Перспективы

Использование адгезивных материалов обеспечило повышенное удобство для пациентов, носящих полные съемные пластинчатые протезы, по сравнению с другими ранее доступными методами крепления, используемыми в сочетании с ПСПП. Здесь мы рассмотрим некоторые из этих преимуществ:

1) Улучшенная фиксация – Адгезивное крепление обеспечивает прочную и надежную платформу для установки компонентов протеза благодаря своей прочной природе, которая обеспечивает повышенную жесткость по сравнению с традиционно используемыми методами фиксации. Таким образом, этот метод значительно улучшил стабильность как в статическом положении, так и во время обычной деятельности, такой как разговор или прием пищи. Кроме того, это устраняет любое перемещение между компонентами устройства, повышая комфорт наряду с устранением крепитации или других неприятных ощущений, обычно связанных с традиционными вариантами фиксации, особенно при дисфункции височно-нижнечелюстного сустава (ВНЧС) [4].

2) Хороший внешний вид – Использование адгезивных материалов создает чистую эстетику, которая может быть предпочтительнее по сравнению с насадками, основанными на обычных конструкциях зажимов, которые часто вы-

ступают из других структур полости рта, иногда создавая неприглядный эффект с эстетической точки зрения, особенно для тех, кто работает в профессиях, связанных с имиджем, таких как модели-актеры и т.д. [1].

3) Сниженный уровень усилия – Еще одним преимуществом, связанным с адгезивными насадками, является то, что для них требуется значительно меньшее усилие по сравнению с тем, которое требуется при использовании зажимных конструкций; эта особенность делает их идеальными кандидатами, главным образом, там, где поврежденные выступы могут обеспечить лучшие результаты, чем традиционные зажимы, из-за их меньшего рабочего усилия, необходимого для воздействия на ткани пациента в процессе удаления [5].

4) Сокращение времени изготовления – Наконец, еще один важный аспект, связанный с использованием адгезивных средств, зависит от того, насколько легко с ними можно манипулировать, что значительно сокращает время приготовления, поскольку при их изготовлении не требуется легировать изготовленные на заказ застёжки.; это оказывается особенно полезным при возникновении «проблемных зон», что значительно облегчает лечение, связанное с ограниченными финансовыми ресурсами, поскольку теперь можно полностью отказаться от дорогостоящих застёжек ручной работы, сохраняя при этом стабильность и уровни удержания, сравнимые даже с превосходящими, получаемыми с помощью металлических застёжек, изготовленных на заказ, традиционно используемых при устранении дефектов, присутствующих вокруг опорной поверхности зубного протеза пациентов [3].

Недостатки

Несмотря на то, что он предлагает некоторые значительные преимущества по сравнению с типичными методами нанесения, использовавшимися ранее до появления адгезивной технологии; он также имеет значительные недостатки, включая, среди прочего:

1) Проблемы, связанные с затратами – Возможно, одно из основных негативных замечаний, касающихся большинства коммерчески доступных адгезивов, напрямую связано с их более высокой ценой; особенно в зависимости от сегмента рынка, где гибридные акрилово-силиконовые композиции становятся довольно дорогими, по сравнению с обычными типами смесей смол, обычно намного дешевле, не влияя при этом на эксплуатационные характеристики продукта, поскольку свойства реакционной способности остаются неизменными. путем изменения рецептуры поставщика [6].

2) Клиническая сложность – Более того, тщательная оценка оптимальных адгезивных характеристик требует дополнительной подготовки, помимо базовых теоретических знаний в академических кругах, включая тесты на прочность

сцепления, возможно, глубокое понимание реакционных свойств поверхностей подложки в зависимости от влажности окружающей среды в лаборатории, точность тестера и измерительных единиц должна требовать от профессиональных практиков способности точно диагностировать наилучшее возможное решение в данной ситуации, снижая шансы неправильное использование продукта любым из основных функциональных компонентов корпуса приводит к достижению успешных результатов [2].

3) Различные профили совместимости – Аналогично, более того, хотя многие линии немаркированных товаров представляют широкие профили совместимости среди различных биотипов человека (т.е. разные возрастные группы, этническая принадлежность, количество соединительной ткани) Некоторые компоненты агентов на полимерной основе нового поколения, как правило, вызывают осложнения, особенно в области моляров, когда тканевая переносимость недостаточна.; следовательно, почти всегда рекомендуется в лабораторных условиях клинически проверять силиконы основного средства перед нанесением последних штрихов соответствующего лечения, поскольку неблагоприятные побочные эффекты не должны сохраняться. Используются реагирующие вещества в низких дозах, последующие сценарии изготовления следует учитывать, что ожидания пациентов удовлетворяются с помощью эффективных подходов к терапии, подобранных индивидуально для каждого случая, требующих современной научной базы, включающей стабильность биологических конформаций наряду с адаптацией цветового рисунка, в конечном итоге благоприятствующей как пациенту, так и практикующему врачу, независимо от предпочтений установленная посещаемость превосходит ожидаемые результаты после предоставления услуг с реальной гарантией качества на индивидуальной основе [4].

4. Трудные условия повторного подключения – Если что-то пойдет не так на начальном этапе фиксации, попытка разрешить ситуацию после повторной попытки редко приводит к успеху, что приводит к болезненным сценариям удаления, независимо от того, удастся последующее применение или нет, уровень травм резко возрастает, продолжительность разматывания неправильных насадок составляет почти необратимый процесс, требующий радикальных мер, хирургических процедур, последующих исправлений, замены всего устройства вместо временного восстановления одного единственного дефектный элемент серьезно скомпрометирован, каждый замененный слой подвержен поломке, присущей одновременный отказ механизма склеивания означает повторение всей последовательности вставки определенных деталей ненадежные изделия, обычно возникающие при поспешном хранении, экономичные реализации, иногда сопровождаемые непродуманными системами терморегулирования, в которых отсутствуют достаточно умеренные показатели контроля температуры, неточная неисправность приборов в сочетании с неправильным обращением с окружающей средой, иногда приписываемая ошибочным настройкам, изменяемым

настройкам процессов серийного производства, неточно откалиброванным конечным производственным линиям, поэтому точки прилипания сбой ухудшают стандарты качества оборудования, с которыми иногда сталкиваются во время повседневной рутинной деятельности клиницистов, следовательно, требующей особого внимания, такого как правильный выбор, надежные источники материалов, проверка оборудования, ответственное обращение, сборка, подробная процедура тщательной клинической оценки, чтобы избежать отклонений от выполнения окончательной сборки, цель хорошего результата на всех этапах производственного процесса, фазы наблюдения, мониторинг критических переменных, заранее рассмотренных ключевых факторов успеха, ожидаемые целевые результаты достигнуты[1].

Вывод

В заключение, предположение о том, что использование адгезивов для адаптации устройств ПСП открывает значительные перспективы для улучшения результатов лечения, оказывается верным, однако никогда не следует упускать из виду его недостатки, исключая любое безответственное поведение, приводящее к катастрофическим последствиям неправильного применения, которые часто наблюдаются, заставляя неосведомленных пользователей врасплох неблагоприятные случаи посещения сопутствующие опасности отталкивающие эффекты проявляются еще хуже, когда возникает неблагоприятная кислородная среда [5]. Присутствие, выполняющее высоковольтные реактивные процессы, поддерживающие неосуществимые свойства связывания реальный раздражающий фактор незамеченный превышающий допустимый в основном проникающий практически необнаруживаемый степень ограничения, существующие с момента начала локализации, мельчайшие летучие частицы, по-видимому, не могут содержаться в лабораторных экспериментальных образцах, воссоздающих сценарии использования в полевых условиях, что ставит безопасность против рисков для здоровья на предельно шаткое положение, поэтому в любое время следует проявлять осторожность при манипулировании опасными веществами в отношении формы агента.

Список использованных литератур

1. Фасбиндер, Д. Дж., &Билмейер-Шмидт, А. (2013). Перспективы и недостатки адгезивных съемных пластинчатых протезов. Журнал оральной имплантологии, 39 (5), 147-159.
2. Гилберт-Оуянг М., Бер М., Маркопулос А. К., Адамо К. Р., Бушонг С. С. и Ригер Моррис Д. (2018). Влияние диметакрилатных адгезивов для многократного полного восстановления зубных протезов на биомеханические свойства: Сравнительное пилотное исследование *invitro* с использованием измерений отклонения нагрузки. Международный журнал ортопедии, 31 (3), 245-253.
3. Хеллингер Гауди АПБ и соавт.: Перспективы и ограничения в системах

пластин, удерживаемых адгезивом, оценены с помощью систематического поиска литературы по анализу методом конечных элементов исследований вертикальной передачи нагрузки в сегменте беззубой челюсти - Часть 1: дизайн исследования и критерии оценки для исследований FEA, включающих полные зубные протезы с адгезивным закрытым поддоном концепция vs протезирование без адгезивной концепции с использованием телескопических накладок или пластин, внешних по отношению к контуру кости, для выполнения удерживающих усилий в вертикальном направлении, поддерживающих конструкции; ZSt 2009; 63(5): 294-311

4. Хуссейн Аль Малики Х. и др.: Характеристики удерживания нового съемного зубного протеза, удерживаемого клеем, с использованием различных комбинаций адгезивов и материалов: Исследование invitro; ClinOralInvestig 2013; 17 (8): 1927-1936
5. Купер Л.Ф. и др.: Конструктивные соображения при выборе удерживающих компонентов для съемных частичных зубных протезов: клиническая перспектива – Часть 1; J ProsthetDent 2011; 105 (1): 11-17
6. Носрат А. и др.: Адгезивные удерживающие системы для зубных протезов: систематический обзор и мета-анализ; Int J PeriodonticsRestorativeDent 2017; 37 (4): 475-484

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРИОТИПЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ.

студентка УзЖоку 2 курс магистратура
Рахмонжонова Гавхаршодбегим

Научный руководитель:Рахимов С.А

Аннотация:

В статье рассматриваются гендерные стереотипы в политике, которые ограничивают участие женщин в политической жизни и замедляют прогресс в преодолении гендерного неравенства. Описываются основные выражения гендерных стереотипов в политике, а также проявления этих стереотипов в политической сфере Узбекистана. Обзор мер, которые могут помочь женщинам-политикам преодолеть гендерные стереотипы и утвердиться в политической сфере, а также стратегии, которые они могут использовать для противостояния гендерным стереотипам.

Ключевые слова: гендерные стереотипы, политическое участие женщин, женщины-политики, препятствия, гендерное неравенство, стратегии, осведомленность общественности, поддержка избирателей.

Гендерные стереотипы в политике выражаются в представлении о неполноценности роли женщин в политической жизни, неверии в их способности к руководству и принятию решений. Это ограничивает политическое участие женщин и замедляет прогресс в преодолении гендерного неравенства.

Основные выражения гендерных стереотипов в политике:

Убеждение, что политика - это «мужская игра». Политика воспринимается как преимущественно мужская сфера, где женщины чувствуют себя «чужаками». Это связано с оценкой «женских» и «мужских» качеств, необходимых для успеха в политике.

Недооценка возможностей и способностей женщин-политиков. Женщины-политики часто сталкиваются с сомнением в их компетентности и неверием в их способности принимать сложные решения.

Оценка внешности и поведения женщин-политиков по более жестким стандартам. Женщинам приходится больше стараться, чтобы их воспринимали

всерьез.

Отсутствие поддержки со стороны избирателей. Женщины-политики сталкиваются с недоверием избирателей обоих полов, особенно мужчин.

Гендерные стереотипы в политике зачастую становятся серьезным барьером для участия женщин в принятии политических решений. Необходимо развивать позитивные образы женщин-политиков в массовом сознании и корректировать гендерные стереотипы.

В Узбекистане, как и во многих других постсоветских странах, гендерные стереотипы в политике сильно влияют на участие женщин во власти и принятии решений. Несмотря на то, что в последние годы наблюдаются позитивные тенденции, в том числе более высокая доля женщин в парламенте, все же есть много нюансов, которые нужно проработать.

Основные проявления гендерных стереотипов в политике Узбекистана:

- Преобладание мужчин в высших эшелонах власти. Женщины редко занимают ключевые посты в правительстве и в руководстве политических партий.
- Низкий уровень представительства женщин в парламенте.
- Сомнения в способностях женщин-политиков и их недооценка. Женщины сталкиваются с предубеждениями в отношении своих навыков и опыта.
- Оценка внешности и поведения политических деятелей по более жестким стандартам, особенно касающимся женщин.

Постепенное разрушение гендерных стереотипов позволит большему числу талантливых узбекских женщин внести свой вклад в развитие страны.

Меры могут помочь женщинам-политикам преодолеть гендерные стереотипы:

Во-первых, важно повышать осведомленность общества и СМИ о существовании гендерных стереотипов и их влиянии. Люди должны осознать, что стереотипы являются препятствием для равного участия женщин в политике.

Во-вторых, необходимо формировать позитивный образ женщин-политиков. Женщины-лидеры должны получать больше внимания СМИ, их успехи и достижения должны освещаться широко. Это поможет разрушить представление об их неполноценности.

В-третьих, важно обеспечить поддержку женщинам-политикам на ранних этапах их карьеры. К примеру менторство, тренинги и сетевые инициативы. Это поможет им преодолеть барьеры на пути к карьерному росту.

В-четвертых, необходимо устанавливать квоты и другие меры стимулирования для обеспечения более равноправного представительства женщин в органах власти. Это позволит преодолеть существующую дискриминацию.

И, наконец, очень важно учить женщин-политиков эффективным стратегиям противостояния гендерным стереотипам. Они должны уметь отвечать на критику, основанную на предубеждениях, и использовать свои преимущества во власти.

В совокупности эти меры могут значительно помочь женщинам-политикам преодолеть существующие гендерные барьеры и утвердиться в политической сфере.

Стратегии, которые могут быть использованы женщинами-политиками для противостояния гендерным стереотипам:

Во-первых, женщины-политики должны игнорировать критику, основанную на гендерных стереотипах. Не поддаваться на провокации и отвечать на нападки, связанные с внешностью или поведением. Это играет на руку критикам.

Во-вторых, они могут обратить стереотипы в свою пользу. Например, подчеркнуть такие «женские» качества как эмпатия, коммуникативность и способность к компромиссам, которые полезны в политике.

В-третьих, женщины-политики должны стремиться к профессионализму и строгостью показывать свою компетентность. Это поможет развеять сомнения в их способностях.

В-четвертых, они могут искать поддержки у других женщин-политиков и объединяться для решения общих задач. Это позволит им чувствовать себя более уверенно.

В-пятых, женщины должны концентрироваться на своих стратегиях и целях, а не на гендерных предубеждениях. Они не могут изменить мнение всех, поэтому лучше сосредоточиться на работе и результатах.

И, наконец, следует стремиться к лидерству, основанному не на власти, а на влиянии. Такая модель руководства, в которой учитываются интересы всех, в большей степени соответствует «женским» качествам.

Таким образом, используя эти стратегии, женщины-политики могут более эффективно противостоять гендерным стереотипам и продвигаться вперед в своей карьере.

Список использованной литературы:

1. Грачев М.Н. Политическая коммуникация.

Вестник Российского университета дружбы народов.

Серия: Политология. 1999.

2. Рождественский Ю.В. Теория риторики. М.:

Добросвет, 1997.

3. Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии.

М.: 2001.

SAVODLI NUTQNING JURNALISTIKADAGI XUSUSIYATLARI

O`zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti Noshirlik ishi va muharrirlik fakulteti 2-bosqich magistranti Xoliqova Saboxat Abdujabborovna

Annotatsiya: Har bir inson ozi yashab turgan jamiyatning ma`lum bir sohasida faoliyat korsatishi uchun, avvalo, undan tanlagan kasbiga oid bilim va ko`nikmalarni egallagan yani etarlich savodga ega bo`lishi talab etiladi. Shu jumladan, jurnalistika sohasida savod chiqarish nutqsiz bo`lmaydi.

Ushbu maqola jurnalistika sohasini egallashda savodli nutqqa ega bo`lishning hususiyatlari haqida yozildi.

Kalit so`zlar: nutq, savod, obyekt, subyekt, axborot, kasbiy yo`nalganlik, tafakkur.

Jurnalistikada savodli nutq muhim ahamiyatga ega. Savodli nutq, jurnalistikada haqiqatgoyligi ta`minlash, obyektivlikni saqlash va xabarlar va yangiliklarni har qanday sharoitda ham to`g`ri ko`rsatishga yordam beradi.

Savodli nutq, jurnalistlar uchun xususiyatlar to`plamini tashkil etadi. Birinchi navbatda, jurnalistlar o`qituvchilardan, o`zlarida jurnalistlikda ishlagan mutaxassislardan yoki mediyalardan o`zlariga yordam beruvchi so`z va ifodalar to`plamini o`rganishlari kerak. Buning uchun mamlakatimizda barcha imkoniyatlar, sharoitlar mavjud. Ensiklopediya, izohli lug`at, tarjima lug`atlari, fraziologik lug`atlar, darsliklar, mutaxassislikka oid qo`llanmalarni o`qishlari kerak bo`ladi.

Savodli nutq, jurnalistikada haqiqatgoyligi saqlashga yordam beradi. Jurnalizmning asosiy vazifasi xabarlar va yangiliklarni to`g`ri ko`rsatish va o`zgarishlarni o`z vaqtida ko`rsatishdir. Savodli nutq, jurnalistlar uchun ma`lumotlarni to`g`ri tahlil qilish, ma`lumotlarni tekshirish, haqiqiyliklarni tasdiqlash va yolg`onlarni aniqlashga yordam beradi.

Ommaviy axborot vositalarida yoritilayotgan har qanday material omma e`tiboriga havola qilinishidan oldin tahrirdan o`tkaziladi. Buning uchun tahrirga biriktirilgan journalist kuchli savodli nutqqa ega bo`lishligi talab etiladi. Jurnalistlar ma`lumotlarni tekshirishda, savollarni ko`paytirishda, ko`zdan kechirishda va ba`zi hollarda o`zlarida ko`rgan yoki eshitgan narsalarga ishonch hosil qilishda yordam olishadi.

Savodli nutq, jurnalistikada voqea-hodisalarni o`rgana turib obyektivlikni saqlashga yordam beradi. Obyektivlik, jurnalistikada yolg`onlarni aniqlash va haqiqatni

to'g'ri ko'rsatish uchun muhimdir. Jurnalistlar, ma'lumotlarni to'g'ri tahlil qilish, bir nechta manbalar bilan ishlash, ko'p yonli fikr bildirish va ma'lumotlarga qarshi ko'proq holatlar bilan tanishish orqali obyektivlikni saqlaydilar.

Jurnalistlar, tarixiy ma'lumotlar, raqamlar, statistikalar, so'zlar va hukmli ifodalarni tekshirish va tasdiqlash hamda ma'lumotlarni to'g'ri tahlil qilishda yordam olishadi. Jurnalistikada savodli nutqning muhim bir qismi ham ma'lumotlarni doimo tekshirish va tasdiqlashdir.

Savodli nutq, jurnalistlar uchun xilma-xil ko'rsatkichlar va tahlillarni tahlil qilishda yordam beradi. Kuchli bilim va xotira ega bo'lish har qanday soha uchun muhim hisoblansa, jurnalistikada boshqalarga nisbatan ortiqroq bo'lishi kerak. Chunki jurnalistika keng qamrovli coha. Jurnalist hamma fanlarni bilishi, jamiyatga hizmat qiladigan kasblar haqida ma'lumotlarga ega bulishi lozim. Jurnalistikada ko'rsatkichlar, matematik statistikalar va tahlillar jurnalistlar uchun muhim hisoblanadi. Bu ko'rsatkichlar va tahlillar, jurnalistlar uchun yangiliklarni tahlil qilish va o'zgarishlar haqida to'liq ma'lumotlarga ega bo'lishda ham yordam beradi.

Jurnalistikadagi savodli nutq, o'z ichiga jurnalistlar uchun ma'lumotlarni topish va o'rganish, ma'lumotlarni tekshirish va tasdiqlash, savollarni ko'paytirish va obyektivlikni saqlash kabi bir nechta muhim xususiyatlarni o'z ichiga oladi. Bu xususiyatlar, jurnalistlar uchun jurnalistikada muvaffaqiyatga kiritadigan muhim asoslardan biridir.

Shunday qilib, jurnalist o'z mahoratini yuksaltirishida savodli nutqning barcha xususiyatlarini o'zlashtira olsa, jurnalistika tizimini sifat jihatidan yangi, yangi bosqichlirga olib chiqa oladi.

MEROS ILMI, UNING ASOSI VA SHARTLARINI TURTTA MAZHAB O'RTASIDAGI FARQLARI HAQIDA

Avlaqulov Xusniddin Yusupovich

O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi magistranti

Annotasiya: *ushbu ilmiy maqolada meros ilmi haqida va uning asosi va shartlarini mazhablar aro ilmiy qiyoslash tahlili olib borilgan.*

Kalit so'zlar: *Meros, faroiz, merosxo'r, rukn, Raddul Muxtor, nasab, nikoh, moni'ul irs, qullik, ixtilofid din, ixtilofid daroyn, qatl, hukmiy qarindoshlik.*

Malumki, tafsir, hadis, kalom kabi islomiy ilmlar qatorida fiqh ilmi ham mustaqil tarmoq tarzda asrlar osha shakllanib, rivojlanib borgan. Uning paydo bo'lishi va taraqqiy etishida yurtimizdan chiqqan faqihlarning xizmatlari beqiyosdir. Abu Zayd ad-Dabusiy al-Buxoriy (978-1039), Faxr al-islom al-Bazdaviy (1009-1089), Abu Hafs an-Nasafiy (1068-1142), Abu-l-Barakot an-Nasafiy (1232-1310), Ubaydulloh ibn Toj ash-shari'a al-Buxoriy (vaf. 1346) olimlar sirasida Burxoniddin al-Marg'loniy (1118-1197) ham islomiy bilimlarning ushbu hayotiy sohasini rivojlantirishga muhim hissa qo'shganlar.

Takidlash kerak, yurtimizdan chiqqan allomalarning fikrini rivojlantirishga qo'shgan hissalar dunyo bo'ylab yuksak e'tirof etiladi, qadrlanadi. 2000-yili O'zbekistonda buyuk hanafiy faqih, O'lmas meros "al-Hidoya" kitobi sohibi Burhonuddin al-Marg'loniyning 910 yilligi keng nishonlandi. Shu munosabat bilan alloma ijodiy faoliyatini o'rganishga bag'ishlangan ilmiy anjuman va tadbirlar uyishtirildi, risola va maqolalar chop qilindi. Imom al-Buxoriy nomidagi Toshkent islom instituti jamoasi esa "al-Hidoya" ning birinchi jildini o'zbek tiliga tarjima qilib, kitobxonlarga taqdim qildi.

Bizga Burhoniddin al-Marg'loniyning faqih sifatidagi faoliyati va unga yaqin asarlari borligi haqida ma'lumotlar etib kelgan. Ulzoti bobarakot bitiklarining nomlaridan bu kitoblar Islom fiqhining turli yo'nalishlariga taluqli ekani ma'lum. Allomaning "al-Hidoy" kitobi asrlar davomida keng miqyosda tadqiq qilinib kelinayotgan bo'lsa-da, bugunga qadar uning qalamiga mansub asarlarning aqalli yarmi ham topilmagan. Bunday holat Islom fiqhi tadqiqotchilari, jumladan, tarixchi va sharqshunoslarni bu yo'nalishdagi izlanishlarni yanada undayotgani tabiiy. Har qanday izlanish esa, ertami-kechmi, albatta o'z samarasini beradi.

Bu maqolada meros ilmini fiqhiy hukmlarini dalillar bilan bir qatorda, boshqa mazhablar bilan qiyosiy tahlillarini va mazhab ulamolarining usha masaladagi

qarashlari keltirildi.

Bu borasida faqihlar va ularning nuqtai nazari turlicha bo'lgan.

Meros ilmini mazhablar aro qiyoslab chiqishdan avval meros ilmi haqida biroz soʻz boshlasak.

Meros ilmi, Rasululloh sollallohu alayhi vasallam:

(مَلْعَلْا فَصْنِنِ اَهْنَّ اِفْ اَهْؤْمْلَّ عَوْ ضَيَّ اِرْفَلْا اَوْمْلَّ عَت)

“Meros ilmini oʻrganing va ularga oʻrgating, chunki u ilmning yarmidir”¹ deb taʼlim olishga targʻib qilgan va qiziqtirgan ilmlardan biri ekanligini bilamiz.

Meros ilmi: fiqh boblaridan bir bob boʻlib, ulamolar bu borasida alohida asar yozganlar va uni “meros ilmi” yoki “faroiz ilmi” deb nomladilar. Soʻng uni “merosdan har-bir vorisni nasibasini aniqlaydigan fiqh va matematika (hisob-kitob)”² qoidalari deb taʼrifladilar.

U har bir merosxoʻrning ulushini belgilaydi شاري مِلا soʻzi lugʻtda: “boqiy qolish” maʼnosidadir.³ Alloh taoloning شراول degan ismi bor boʻlib, barcha narsa foniy boʻlgandan keyin boqiy qoluvchi maʼnosida.

Oʻtish yaʼni haqiqatda biror narsani bir xalqdan boshqalarga oʻtishi maʼnosida, yoki ilmni bir kishidan boshqalarga oʻtishi maʼnosida masalan: “Ulamolar paygʻambarlar vorisidirlar” deyilishi kabi, yoki biron-bir mol-mulkni hukman marhumdan ona qornidagi bolaga oʻtishi maʼnolarida keladi. Shu sababdan marhumning mulki nasab yoki sababga koʻra meros deb nomlanadi.

Shariat istilohida esa: Hanafiy ulamolari tomonidan “birovning moli oʻrinbosar boʻlish orqali boshqasiga oʻtishi” deb taʼriflangan.

Uni ضَيَّ اِرْفَلْا ilmi deb atalishi: شاري مِ (faroiz) meros (ilmi deyilganidek, ضَيَّ اِرْفَلْ (faroiz) ilmi ham deyiladi. Chunki ضَيَّ اِرْفَلْ (faroiz) soʻzi فَرِيْزَاتُونْ (farizatun) ning koʻplik shakli boʻlib, ضَرَفْ soʻzidan olingan boʻlib belgilash maʼnosida. Qurʼoni karimda shunday kelgan:

(مُتَضَّرَفْ اِمَّ فَصْنِنَفْ هَؤْيِرَفْ نَّهَلْ مُتَضَّرَفْ دُقُوْ)

“Mahrni belgilab quygan boʻlsangiz, belgilaganni yarmini berasiz”⁴. (Baqara surasi 238-oyat) Yaʼni belgilab quyish maʼnosida kelyapdi.

Bayon qilish maʼnosida ham keladi. Qurʼoni karimda:

(مُكِّنْ اِمَّيْ اَ اَلْحَتَّ مَكَّلَ هَلْلا ضَرَفْ دُقُوْ)

“Batahqiq, Alloh sizlarga qasamlaringizni bushatishni shariatga kiritdi”⁵. (Tahrim surasi 2-oyat) yaʼni bayon qildi maʼnosida.

Faqih ulamolar esa qoʻyidagicha taʼriflaganlar: “Bu merosxoʻr uchun shariat belgilangan ulushdir”.

Meros ilmini oʻrganishga undash: Meros ilmi fiqh mavzulari orasida oliy mavqega ega. Meros ilmini oʻrganib, boshqalarga oʻrgatishga undaydigan juda

1 Ibni Moja. Sunan Ibn Moja. Qohira. Doru ihyoul kutubul arabiyta nashriyoti. 2006. -J. 2. -b.84.

2 Inbi Obidin. Roddul muxtor. Doru olamul kutub nasriyoti. 2003. -J. 6. -B. 757.

3 Ibni munzir. Lisanul arab. Bayrut: dorus sodr nashriyoti. 1955. -J. 2. -B. 111.

4 Tafsiri Hilol. Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf -J.1.

5 Tafsiri Hilol. Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf -J.6.

ko`p hadislar bor.

اوْمُلَّ عَتَّ «:مَلَّسُو هِيْلَع هُلَّلا يَلَّصِي هِلَّلا لُوْسِر لَاق :لَاق هُنَّ ع هُلَّلا يَضِر دِوَعِيسِم نَبَا نَع
لُكْشِوِيُو غُوْفُرْمَ مَلَّعَلْ اَوْ ضُوْبُقِيْمَ وُرْمَا يَنْ اِفْ اِهْوُمْلَّ عُو ضِيْ اَرْقَلْ اِوْمُلَّ عَتَّو سَا نَلْ اَوْ مَلَّ عُو نَ اَرْقَلْ اِ
يِقْ هِيْبَلْ اِ هَاوِر .⁶» «اَمْ هُرْبِخِيْ اَدْخَا نَ اَدْجِيْ اَلْفَ قَلَّ اَسْمَلْ اَوْ قَضِيْرَفَلْ اِيْف نَا نَثَا فَلَ تَخِي نَا

Ibn Mas'ud roziyallohu anhudan rivoyat qilinadi: “Rasululloh sollallohu alayhi vasallam: “Qur'onni o'rganing va xalqqa o'rgating, meros ilmini o'rganing va ularga o'rgating, chunki men olib ketiladigan odamman, ilm olib tashlanadi. Ixtiloflar paydo bo`lib, ikki kishi farz bo'yicha ixtilof qilib, o`rtalarida hukm qiladigan hech kimni topa olmay qoladi” Bayhaqiy rivoyat qilgan. Yana boshqa bir hadisda.

ضِيْ اَرْقَلْ اِوْمُلَّ عَتَّ قَرِيْرَه اِبَا اِي :مَلَّسُو هِيْلَع هُلَّلا يَلَّصِي هِلَّلا لُوْسِر لَاق :لَاق قَرِيْرَه يِبَا نَع
يِتْمًا نَمَّ غَزْنِيْ اَمْ لُوًّا وَهُوَ ، يَسْنِيْ وَهُوَ مَلَّعَلْ اَوْ فُصْنِيْ اَنْ اِفْ اَوْ مَلَّ عُو

Abu Hurayra roziyallohu anhudan rivoyat qilinadi: “Rasululloh sollallohu alayhi vasallam aytdilar: “Meros ilmini o'rganing va odamlarga o'rgating, chunki u ilmning yarmidir. U unitiladi va u mening ummatimdan birinchi bo`lib olib qo'yiladi”⁷. Ibni Moja rivoyat qilgan.

Merosning hikmati: Inson va pul o`rtasida unga yolg`iz harakat qilish imkonini beradigan nisbat bor

Unda foyda, sarmoya va almashtirish imkoniyati bor. U mulk deyiladi va unda kishi uni tasarruf qiluvchi egasi hisoblanadi. Bu nisbat islom huquqidagi ijtimoiy tuzum qoidalaridan biridir. Egasining hayotligi davrida bajarishi mumkin bo`lgan ishni qilmaganligi, endi esa bu huquq uning o`limi bilan majburiy ravishda tugatilganligi sababli, uning o`rnini yangi egasi egallashi kerak bo`ladi.

Islom marhumning o`rniga inson tabiatiga, shaxsiy va jamoat manfaatlariga rioya qilgan holda uning eng yaqin kishi o`rinbosar qilib qo`ydi, chunki inson o`z fitratiga ko`ra qarindoshlik rishtalarini bog`laydigan kishilarga moil bo`ladi, garchi o`zaro tafovut bo`lsa ham. Agar pul o`z egasi vafotidan keyin unga birinchi egalik qilgan kishiniki bo`lganda yoki davlatga berilganda, bu janjal va tortishuvlarga olib kelar, odamlar uni yig`ish va rivojlantirish uchun ko`p mehnat qilmas, va uni sarmoya qilib, qo`lga kiritmas edi. Raqobatlashishda esa, yangicha bir g`oyalay va shijoat paydo bo`lishi va jamiyatning rivojlanishi bor. aks holda bu narsalar to`xtab qoladi.

Johiliyatda meros: Johiliyat ahli merosni ikki narsaga asoslaganlar:

Biri: nasl, ikkinchisi: sabab.

Ularning nasl-nasab bo'yicha meros olishiga kelsak, yoshlar va keksalar o`rtasida, erkaklar va ayollar o`rtasidagi haqiqiy tenglik tizimli emas edi. Chunki ular qilich kutarib oilani himoya qiladigan va dushman bilan urishadigan keksa erkaklarga merosni cheklashgandi.

Sabab tufayli meros olishiga kelsak, bu ikki jihatdan bo`lar edi.

6 Ahmad ibni Hasan Bayhaqiy. Sunani Bayhaqiy. Bayrut: Darul kutubul ilmiyya. 2007. -J.6. -B. 208.

7 Ibni Moja. Sunan Ibn Moja. Qohira. Doru ihyoul kutubul arabiiyya nashriyoti. 2006. -J. 2. -B.84.

Birinchi: qasam ichish.

Ikkinchi: farzand asrab olish bilan bo'lar edi.

Qasam ichish: Bu Johiliyat davrida bir kishi do'stiga: "Mening qonim sening qoning, mening jonim sening joning. Men sendan meros olaman va sen ham mendan meros olasan" deydi. Ya'ni "seni o'ldirishni istagan meni o'ldirishni istagan bo'ladi. seni qoningni o'qizishni istagan meni qonimni o'qizishni istagan bo'ladi, o'rtamizdagi dustlik tufayli men bo'nga aslo yo'l quymayman. Men o'lsam sen merosxurimsan. Sen o'lsang men merosxuringman" degan manoda. Agar ikki kishi shu tariqa va'dalashsa, qaysi biri oldin o'ldirilsa, tirik qolgani va'daga muvofiq dustini nomidan qasosini olar edi yoki vafot qilsa undan meros olar edi.

Farzand asrab olishga kelsak: Ulardan bir kishi birovning o'g'lini asrab olar, so'ng uni nasabi otasi qolib asrab olganga berilar edi. Agar o'g'il asrab olgan kishi vafot etsa, asrab olgan o'g'il uning molini meros qilib olar edi.

Islomda meros: Rasululloh sollallohu alayhi vasallam payg'ambar qilib yuborilgach, johillar orasida Islomga da'vat e'lon qilinganida, Alloh taolo ularni o'g'il asrab olishdagi merosxo'r bo'lishlarini bir muddat o'z holidan qoldirdi. So'ng, islom birinchi bo'lib musulmonlar orasida hijrat va birodarlikka asoslangan vaqtinchalik bir-biridan meros olish huquqini beruvchi hukumni joriy qildi.

Birinchi: hijrat qilish orqali meros olish-bu muhojir, muhojir aka-ukasidan va har biri bir-biridan meros olar edi. Faqat hamrohiga ko'proq xolisona aloqada bo'lishi shart bo'lgan.

Ikkinchi: birodarlik, bu haqda Alloh taolo qur'oni karimda shunday deydi:

(أَوْرُصَنَنْوْ أَوْوَا نَيِذِلَّوْ هَلَّلَا لِيَبِسَ يَفِ مَهْسِفَنْوْ أَوْ مَهْلِوْمَابِ أَوْدُهَاجَوْ أَوْرَجَاهَوْ أَوْنَمَّآ نَيِذِلَّآ نَا)
(ضِعْبَ عَائِلِيْلُوْأْ مَهْضُعْبَ كَيْلُوْأْ)

"Albatta, ymon keltirgan, hijrat qilgan, Allohning yo'lida molu jonlari bilan jihad qilganlar va joy berib, yordam ko'rsatganlar, ana ushalar bir-birlariga valiydirlar"⁸. Anfol surasi 72-oyat.

Oyatdagi valiylik ansor va muhojirlar o'rtasidagi payg'ambar alayhissalom joriy qilgan hukmiy birodarlik tufayli yuzaga keladigan vorislikdir. Chunki bu- islom o'z a'zolarini kuchli rishtalar bilan bog'lagan mustahkam Islom ummatini shakllantirishni maqsad qilganligidadir. Shu bilan muhojirlarning mo'minlari bilan iymon keltirmaganlar yoki iymon keltirgan va hijrat qilmaganlar o'rtasidagi valiylik rishtalari uzildi.

Alloh taolo o'zining kalomida asrab olgan o'g'liga meros berishni bekor qildi.

(لِيَبِسَّالَا يَدِيْ وَهَوَّ قَحْلًا لُّوْقِيْ هَلَّلَاوْ مَكْهَآوْفَابِ مَكْلُوقِ مَكْلِدْ مَكْهَآنَبَا مَكْهَآيِ عَدَا لِعَجَّ آمُوْ)
(مَكْهَآيِ لْأَوْمُوْ نَيِذِلَّآ يَفِ مَكْنُأَوْخِإْفِ مَهْهَآبَا أَوْمَلْعَتْ مَلَّ نَإْفِ هَلَّلَا دَنِّعَ طُسُقَا وَهْ مَهْئِآبَا لِّ مَهْوَغْدَا)

"Asrandi bolalaringizni sizga farzan qilgan emas. Bularingiz og'zilaringiz bilan aytgan gaplaringizdir. Alloh esa, haqni aytur va U to'g'ri yo'lga hidoyat qilur. Ularni o'z otalari nomi bilan chaqiringlar. Ana shu, Allohning nazdida to'g'ridir. Agar otalarini bilmasangiz, ular sizning din qardoshingizdir"⁹. Ahzob surasi 4-5-oyatlar.

So'ng bu oyat bilqin o'g'il asrab olish va unga meros berish bekor qilindi. Va Islomiy

8 Tafsiru hilol Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf. -J. 3.

9 Tafsiru hilol Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf. -J. 3

hukm uning mumkin emasligiga qaror qildi va meros majburiyati tuxtatildi.

Muhojirlik va qardoshlik¹⁰ yo`li bilan meros olish ham Alloh taoloning marhamati bilan bekor qilindi:

(مَّيْلَعٍ عِيْشَ لَيْكُ بِهَلَّا نَّ اِلَّا بِاَتَاكَ يَفِ ضِعْبِ لَوْ اَمْهُضُ عَبَّ مَحْرَا اَوْلُوْا)

“Allohning kitobida qarindoshlar bir-birlariga haqliroqdirlar. Albatta, Alloh har bir narsani bilguvchi Zotdir”. Anfol surasi 75-oyat.

Buning sababi, unga chorlovchi sabablarning yo`qolishidir.

Shunday qilib, merosga egalik qilish uning egasi vafot etganidan keyin, erkak va ayol, yosh va keksa bo`lsin mayyitning merosxo`rlariga, shuningdek, turmush o`rtoqlardan biriga tegishli bo`ladigan bo`ldi.

Qasamlashish orqali bo`ladigan merosga kelsak bu haqda Alloh taolo shunday deydi:

نَّ اَمْهُبَ يَصْنَعُ مَهْوَتْ اَفَّ مَكُنْ اَمِيْ اَشَدَّقَ نَيِّذِلَّ اَوْ نَوْبُرَقْ اَلْ اَوْ نَادِلْ اَوْلَا كَرَّتْ اَمِّ يَلِ اَوْ مَّ اَنْ عَجَّ لَيْكُلُوْ
(اَدِي هَشَّ عِيْشَ لَيْكُ يَلَعُ نَاكَ هَلَّا)

“Allohga ibodat qilingiz va Unga hech narsani sherik qilmangiz! Ota-onalarga esa yaxshilik qilingiz! Shuningdek, qarindoshlar, yetimlar, miskinlar, qarindosh qo`shniyu begona qo`shni, yoningizdagi hamrohingiz, yo`lovchi (musofir)ga va qo`l ostingizdagi (qaram)larga ham (yaxshilik qiling)! Albatta, Alloh kibrli va maqtanchoq kishilarni sevmaydi”¹¹. Niso surasi 33-oyat.

Bu borasida islomni boshidan boshlab ancha vaqtgacha amal qilinib kelgan so`ng unga amal qilish bekor qilingan. Ba`zi ulamolar uning hukmi joriy lekin eng oxirgi uringa qoldirilgan deyishgan, ya`ni meros oladiganlarning eng oxiri qatorida qoldirishgan.

Ammo Islom ayol kishiga nisbatan zulm va adolatsizlikni yo`q qildi, uning obrusini kutardi va jamiyatda unga insoniy mavqei berdi, erining yoki yaqinlarining merosidan unga ulush berdi.

Ayolga o`zining aka ukalariga beriladigan ulushning yarmi briladigan, agar ota-onasidan yolg`iz farzand bo`lsa, merosni teng yarmini oladigan qilib belgilab berdi va bu ayni hikmatdir. Alloh taolo erkak kishini oilasini moddiy va ma`naviy boquvchisi va himoyachisi qildi. Shu sababdan uni jismonan baquvvat va mashaqqatlarga sabrli qilib yaratdi. Ayolni esa zurriyoti uchun va eriga maskan qilib yaratdi, toki u ayoli bilan ovunib uning dardu hasrati ketsin, tashvishlari yengil bo`lsin, siri va moli qo`riqlansin, bolalarini tarbiyalasin. Shunday taqsimot qilinsa, har bir ish joy-joyiga tushadi, manfaatli va mukammal bajarilgan bo`ladi. Shunday qilib hayot ham muntazam davom etadi.

Merosning asosiy ustunlari

1- Muvarris: vafot qilib, undan molu dunyosi meros qolgan kishi ya`ni mayyit.

¹⁰ Rasululloh sollallohu alayhi vasallamning muhojir va ansorlardan bo`lgan har ikki kishini aka-uka qilganlari va har biri boshqasidan meros olishi tushuniladi.

¹¹ Tafsiru hilol Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf. -J. 3.

Uning o'limi, haqiqiy yoki hukmiy¹² bo'lsa ham aniq boqlishi shart.

2- Merosxo'r: Meros sabablaridan biriga ko'ra marhumga tegishli bo'lgan kishi, garchi u merosdan mahrum bo'lsa ham.

3- Meros: marhumdan merosxo'rga meros bo'lib qolgan pul yoki huquqlar, masalan, qasos olish, oldi sottida pulni undirish uchun tavarni ushlab turish, qarzni undirish uchun garovga qo'yilgan narsani ushlab turish kabilardir. Manfaatlarga kelsak, u hanafiylarga ko'ra meros bo'lib utmaydi, chunki egasiga foyda keltiradigan shartnomalar ahd qiluvchilardan birining vafoti bilan tugatiladi. Shofe'iy mazhabiga ko'ra meros bo'lib utadiadi, bu Madinada joriy bo'lgan qonundir.

Meros olishning sabablari: Uning sababi uchta:

- 1- Nikoh,
- 2- Qarindoshlik,
- 3- sadoqat.

Birinchisi: undan er xotinning haqiqiy nikoh ahdi bilan turmush qilganligi tushuniladi. Bunda nikoh ahdidandan so'ng (duxul qilganmi yoki y'oqmi) birga yashashganmi yoki yo'qmi uni farqi yo'q.

Agar er-xotinlardan biri duxuldan¹³ yoki xilvatdan¹⁴ keyin vafot qilsa, birisi boshqasidan meros oladi. Hatto raj'iy taloq qilingan bo'lsa ham, agar iddasi chiqmagan bo'lsa eri kasalligida taloq aytganmi yoki sog' paytida aytganmi uni farqi yo'q. Chunki raj'iy taloqda er-xotinlik hali uzilmagan bo'ladi madomiki idda tugamagan bo'lsa. Bunga to'rtala mazhab ittifoq qilishgan¹⁵.

Ammo er sog'lomligida boin taloq qilingan ayol bilan er o'rtasida meros olish yo'q agar idda ichida vafot etsa ham. Bu holatda er ayoliga meros berisidan qochganligini ihtimoli yo'q.

Er o'lim kasali bilan chalinganida xotiniga meros berishdan qochib, xotini talab qilmasada unga taloq bersa va xotini eridan oldin vafot etsa, er xotinidan meros olmaydi. Chunki u boin taloq aytishi bilan merosdagi haqqini bekor qildi. Ammo er oldin vafot etsa xotini eridan meros olishi yoki olmasligi borasida ulamolar turlicha fikr aytishgan:

Hanafiylar¹⁶ agar idda tugamagan bo'lsa, undan meros qoladi deyishgan .

Chunki er xotining merosidan qochmoqchi bo'lganida, agar nikoh ta'siri mavjud bo'lsa ya'ni idda tugamagan bo'lsa, shariat unga niyatiga teskari munosabatda bo'ladi. Aksincha bo'lsa, merosdagi barcha sabablari uziladi.

Shofe'iyalar¹⁷ esa unga meros yo'qligiga yurishdi, chunki boyin taloq merosga sabab bo'lgan nikohni uzib qo'ygan bo'ladi, garchi idda tugamagan bo'lsa ham.

12 Qozi uning o'lganligi yoki tirikligiga hukm chiqarib berishi bilan bo'ladi. Shuningdek bedarak yo'qolgani yoki murtad bo'lganida ham.

13 Jinsiy yaqinlik qilish.

14 Nikoh aqdidan keyin eru xotin bir joyda xoliy qolib ularni jinsiy aloqadan to'suvchi hissiy, shariy va tabiiy moniyliklar bo'lmasligi.

15 Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf. Kifoya. -J. 2. Toshkent: Sharq nasriyoti 2008.

16 Kamol ibni Humom. Sharh Fathul-Qodir. Bayrut: Darul kutubul ilmiyya. 2009. -B. 3. -B. 100.

17 Imom abu Zakariyo Muhyiddin ibni Sharaf an-Navaviy. Al-Majmu' sharhul muzhib. Jidda: Maktabatul irshod. 2006. -J. 10. -B. 219.

Molikiylarning¹⁸: agar idda tugasa va boshqasiga turmushga chiqsa ham, bu haqda dalillar mutloq kelganligi uchun u meros oladi.

Hanbaliylar¹⁹, agar idda tugab, boshqa birovga turmushga chiqmagan bo`lsa, meros oladi deyishgan

Chunki Abu Salama roziyallohu anhu dedilar: Abdurrahmon ibn Avf kasal bo`lganida, xotinini boyin taloq qildi, idda tugagach, Usmon ibn Affan roziyallohu anhu uni merosdan ulushini olib berdilar.

Xuddi shunday, xotin ham eriga meros berishdan qochsa va o`lim kasaliga chalinganda taloq ixtiyori berilsa, o`zini tanlasa yoki o`lim kasaliga chalinganda meros berishdan qochib murtad bo`lsa, ikkala holatda ham uni maqsadiga aks ularoq eri meros oladi. Bu holatlarda er oldin vafot qilsa bu ayol eridan meros olmaydi. Chunki ikkalasining qaysi biridan ajrashish sodir bo`lsa, bashqasidan meros ololmaydi va o`ziga jabr qilgan bo`ladi.

Fosid nikoh: u nikoh shartlaridan biri topilmagan nikoh hisoblanadi masalan: guvohning yo`qligi. Yoki mut`a nikohi kabi botil bo`lgan nikohlar. Bular shariy nikoh hisoblanmaydi garchi “duxul”²⁰ qilgan va “xilvat”²¹ sodir bo`lgan bo`lsa ham. Shuningdek, meros ham olmaydi.

Ikkinchi: qarindoshlik. Undan haqiqiy qarindoshlik tushuniladi va tug`ilishga sabab bo`ladigan har bir bog`liqlikga aytiladi. Bu farz egalari asabalar va zavil arhamlarni ham qamrab oladi va haqiqiy nasab deb nomlanadi.

Uchunchisi: mavlolik. U qul ozod qilish sababidan hosil bo`lib, ozod qilingan qul va ozod qilgan kishi o`rtasidagi aloqadir. Ozod qilganligi uchun unga mavlo bo`ladi va undan meros oladi. Bu esa hukmiy nasab deb nomlanadi. Bunga ulamolar ittifoq qilishgan.

Merosning shartlari

Merosning shartlari uchta:

1. meros qoldiruvchining o`limi.
2. Meros qoldiruvchining vafotidan so`ng merosxurning hayot bo`lishi.
3. Meros olishdan man qiluvchini yo`q bo`lishi.

Birinchi: meros qoldiruvchining qilgan bo`lishi. Bu ham uch xil bo`ladi.

1. Haqiqiy.
2. Hukmiy.
3. Taqdiriy.

Haqiqiy vafot qilish deganda, insonning beologik jihatdan o`lishi, hayotdan kuz yumishi tushuniladi.

Hukmiy vafot qilish deganda, insonning yo`qolib qolganidan so`ng o`zi ham, jasadi ham topilmasligidir. Shundan keyin qozi uni vafot topgan deb hukm qiladi. Shuningdek, bir musulmon dinidan qaytib, kofir bo`lishi va dorul harbga ketishi ham hukmiy vafot e`tibor qilinadi.

18 Ali ibni Ahmad ibni Mukrim al-Adaviy. Xoshiyatul Adaviy. Matbaatul Madaniy. 2009. -J. 2. -B.70.

19 Imom Bayhaqiy. Kashful qino`. Bayrut: Olamul kutub. 2015. -J. 4. -B. 480.

20 13- sinoskaga qaralsin.

21 14- sinoskaga qaralsin.

Taqdiriy vafot qilish deganda, onasiga nisbatan jinoyat qilinganda o`lik holda tushib qolgan homila tushuniladi. “Onasiga nisbatan jinoyat qilish” deganda homilador ayolni bir kishi urganda, qattiq qo`rqitganda bolasi o`lik holda tushib qolishi kabilar nazarda tutiladi.

Bunday homila holdagi gudakni meros qoldirishi va voris bo`lishida ulamolar turli fikr bildirishgan.

1. Hanafiy mazhabida bunday go`dak tana a`zolari ko`rinib, bilinib qolgan bo`lsa, meros oladi va meros qoldiradi. Chunki u jinoyat vaqtida tirik edi, jinoyat tufayli vafot qildi deb taxmin qilinadi. U tugilganda onasi tirik bo`ladimi yoki vafot topgan bo`ladimi farqi yoq zero jinoyat vaqtida ona ham bola ham mavjud edi.

2. Jumhur ulamolari bu holdagi bola tirikligi aniq bolmagani uchun meros olmaydi va unimng o`limiga sabab bolganlardan xun haqqidan boshqa narsa olinmaydi deyishgan. Xun haqqini bolaning valiylari oladi.

3. Lays ibn Sa`d va Robi`a ibn Abdurrohman qarashlariga ko`ra bu holatdagi bola meros olmaydi ham va meros qoldirmaydi ham. Chunki jinoyat sodir bo`lganda uni tirik yoki o`lik ekanligi aniq emasdi, shuning uchun mulkga egalik huquqi bo`lmaydi. Homilani o`rib tushirganidan keyin jinoyatchiga yoki uning oqilalariga²² tovon to`lash majburiyati uning onasiga tajovuz qilganligi uchun jazo hisoblanadi va shuning uchun xun haqqi faqat yolg`iz uning uchundir va Misr qonuni ham shuni qonun deb qabul qilgan.

Ikkinchisi: merosxurning hayot bo`lishi ya`ni meros qoldiruvchining vafotidan so`ng vorisning hayot bo`lishi. Bu holat ikki ko`rinishda bo`ladi.

1. Haqiqiy.

2. Hukmiy.

Haqiqiy hayot: insonni tirik bo`lib, odamlar orasida yurushidir.

Taqdiriy hayot deb, meros qoldiruvchi vafot qilishidan avval ona qornida paydo bo`lgan homilaga aytiladi va uning tug`ilishi shart qilinadi.

Agar meros qoldiruvchining vafoti paytida merosxo`rning hayot ekanligi aniq bo`lmasa, u merosdan hech narsaga loyiq emas. Shunga ko`ra, agar o`rtalarida qarindoshlik bo`lgan bir jamoa vafot qilsa, go`yo ular kemada birgalikda cho`kib ketishi, qulab tushgan bino ostida qolib vafot qilishi yoki yonib ketishi va hakazolar. Agar shunday holatda bir-birlariga merosxur bo`lishi kerak sanalgan yaqinlarining qay biri avval vafot etgani bilinmasa ular o`zaro meros olmaydilar. Ularning meroslar ularni o`limidan so`ng hayot bo`lgan haqdorlarga shariatga muvofiq bo`lib beriladi.

Uchinchisi: Meros olishga hech qanday mone` (to`siq) bo`lmasligi kerak.

Merosdan to`suvchi narsalar: shundan iboratki, meros olishga sababi saqlanib qolgan holda meros ololmaslikdir. Kimki shu holat topilsa, merosxo`rlar orasida mavjud bo`lgan deb hisoblanadi.

Merosdan to`suvchi narsalar to`rtadir:

1. Qullik.

2. O`z meros qoldiruvchisini o`ldirib quyish.

²² O`z a`zolaridan biriga lozim bo`lgan diya (xun haqqi) ni tulab beradigan qamga ya`ni qotillning qarindoshlariga nisbatan aytiladi.

3. Dinining farqli bo'lishi.
4. Diyorning farqli bo'lishi.

1. **Qullik.** komil suratda bo'ladimi yoki mudabbar ummi valadga uxshash noqis suratda ko'zga tashlanadimi, farqi yo'q. Zero, birovning qo'lida mulk bo'lgach, mustaqil o'zi biror mulkga egalik qila olmaydi. Qul topgan narsa uning xojasiniki hisoblanadi. O'zi mustaqil bo'lmagan inson merosga haqdorlik qila olmaydi.

2. **O'z meros qoldiruvchisini o'ldirib quyish.** O'z meros qoldiruvchisini o'ldirish meros olishdan man qilishiga ulamolar ulamolar quyidagi

“ثَارِيْمٌ لِّتَأْقُلَ سَيْلٌ”²³

“Qotil uchun meros yo'q” hadisi bilan ittifoq qilganlar. Lekin qotillikni qaysi turi ekanligida mazhablar o'rtasida turli fikrlar aytilgan. Ular quydagilar:

Hanafiy mazhabi: merosdan tusuvchi qatl, qasosni yoki kafforotni vojib qiluvchi harom qilingan qatillikdir. Bu esa, qasdan bo'lgan, qasdanga o'xshash, xatodan va uning o'rniga tushadigan (xatoga o'xshaydigan) qotillikni qamrab oladi. Bu turlarning birinchisida qasos vojib bo'ladi, qolgan uchta qisimda esa, xun haqqi va kafforot vojib bo'ladi. Bu turta turning barchasi merosdan man qiladi. Ammo qasosni va kafforotni vojib qilishga tegishli bo'lmagan qotillik garchi, qasdan bo'lsa ham merosdan tusmaydi. Ular

- Haqqi borligi tufayli o'ldirish.
- O'zr tufayli o'ldirish.
- O'limiga sababchi bo'lib qolish.
- Mukallaf bo'lmaganing o'ldirib quyishi.

Haqqi borligi tufayli o'ldirish. Qasos sababidan o'ldirish qotilni qatl qilish kabi yoki had urish tufayli murtadni qatl qilish kabi yoki o'zini himoya qilish jarayonida o'ldirib quyish kabilar kiradi.

O'zr tufayli o'ldirish: o'zr sababli qotillik er xotinini zino ustida ushlab olganda o'ldirib quyishi kiradi. Chunki u or-nomusi va sha'nini himoya qilish bo'lib, o'ldirishni muboh qilgan shariy o'zr hisoblanadi.

O'limiga sababchi bo'lib qolish: o'zi haqli bo'lmagan ishni qiladi so'ng usha ish sababidan o'zini meros qoldiruvchisi vafot qiladi. Masalan: o'zini mulkida bo'lmagan joyni chuqur qazsa va shu chuqurga uning meros qoldiruvchisi tushib ketib vafot qilsa bu odam merosdan tusilmaydi.

Yosh bola va majnun kabilarning o'ldirib quyishi. Bu kabilar mukallaf bo'lmaganiligi uchun merosdan tusilmaydi.

Molikiy mazhabida merosdan man qiluvchi qotillik, faqat dushmanchilik qilib qasdan o'ldirishdir. To'g'ridan to'g'ri sodir bo'ladimi yoki maqsad qilib so'ng sababchi bo'lib qoladimi farqi yo'q. Ammo xoto tufayli sodir bo'lgan qotillik merosdan tusmaydi²⁴.

Shofiylar sahih xabarlarga ko'ra qotillik qaysi holda bo'lishidan qat'iy nazar

23 Umar raziyallohu anhu rivoyat qiladilar: “Men Rasululloh sollallohu alayhi vasallamning: “Qotil uchun meros yo'q”, deganlarini eshitdim.” Ibn Moja rivoyati.

24 Shayx Muhammad Alish. Sharh minahul jalil. Lubnon. Bayrut: darul fikr. 2010. -J. 4. -B. 753.

merosdan tusadi, ya'ni qasos sababli o'lishi lozim bo'lganmi yoki mukallafsiz kishidanmi farqi yo'q²⁵.

Hanbaliylar: merosdan tusuvchi qotillik, zomin bo'linadigan qasos, kafforot va diya (xun haqqi) tulashni vojib qiladigan qotilliklardir. Bu qasdan dushmanchilik qilib o'ldirishni, o'limiga sababchi bo'lib qolishni, g'ayri mukallafdan sodir bo'lgan qotillikni, xatodan va xatodanga o'xshagan barcha qotillikni qamrab oladi. Ammo had urilgandagi o'lim va o'zini himoya qilish jarayonida o'ldirib quyish kabi zominlik bo'lmagan qotilliklar merosdan tusmaydi. Chunki u o'ldirishga haqli bo'lgan qotillikdir.

Uchunchisi: musulmon bo'lsa ham kofir bo'lsa ham diynini turlicha bo'lishi. Bundan maqsad musulmon va kofir o'rtasida egalik huquqini yo'qolishidir²⁶. Dini boshqa boshqa bo'lgan ikki qarindosh ya'ni biri musulmon va ikkinchisi g'ayri din bo'lgan ikki kishi yo'qorida utgan meros shartlarini barchasi topilsa ham bir biridan meros ololmaydi.

Masalan: musulmonning ahli kitoblardan bo'lgan xotini eri o'lsa undan meros ololmaydi. Agar aksi bo'lsa ham shunaqa. Chunki Rosululloh sallollohu alayhi va sallam:

(يَتَّشَنُّنِي تَلْمُ لُهُ أَثْرَاوَتِي آل)

“Ikki turli millat ahli bir biridan meros ololmaydi”²⁷ deganlar chunki ular o'rtasida bir birini qo'llab quvvatlash yo'q va bu merosning asoslaridandir. Fuqaholar bunga ittifoq qilishgan.

3. **Dinning farqli bo'lishi.** Meros qoldiruvchi insonmusulmon, meros oluvchi inson esa boshqa dinda bo'lsa, boshqa dindagi inson musulmondan meros olmaydi. Musulmon ham boshqa dindagi meros koldiruvchisidan meros olmaydi. Chunki u ikkisi o'rtasida dindan chiqqani tufayli egalik huquqi qolmaydi. Islom esa buni jinoyat deb qabo'l qiladi va unga jazo tayinlagan. Buning dalili kuyidagi hadis:

مَلْسُ مَلْ أَرْفَاكُلْ آلْ وَرَفَاكُلْ أَمْ سُمْ لْ أَثْرِي آل: مَالْ سَلْ أَوْ ةَالْ صَلْ هِي لْ ع لَاق

“Musulmon kofirdan, kofir musulmonda meros olmaydi”²⁸. Asli musulmon bo'lib, so'ngra dinidan kaytgan kishi (Alloh asrasin) ham toki Islomga kaytmas ekan, kofir hukmida bo'ladi. Bunday odam “murtad” deyiladi. Murtad musulmondan ham, asliy kofirdan ham, o'ziga o'xshagan murtaddan ham meros olmaydi.

Faqihlar murtad kishi dorul harbga borib qo'shilganidan keyingi topgan mol-mulkidan meros olinmasligiga ittifoq qilishgan. Chunki musulmon kishi, musulmon bo'lmagandan meros olmaydi.

Ammo dorul harbga borib qo'shilishidan oldingi islom diyorida murtad bo'lib topgan mol-mulki borasida turli fikrlar bildirishgan.

Molikiy, Hanbaliy va Shofiiy mazhablaridagi sahih xabarga ko'ra agar murtad holida vafot qilsa, uning molini baytul molga qaytariladi. Chunki u dindan chiqishi bilan islom dushmaniga aylandi. Agar tirik bo'lsa uning moli muzlatilgan holda turadi

25 Imom abu Zakariyo Muhyiddin ibni Sharaf an-Navaviy. Al-Majmu` sharhul muzhib. Jidda: Maktabatul irshod. 2006. -J. 14. -B. 502.

26 Inbi Obidin. Roddul muxtor. Doru olamul kutub nasriyoti. 2003. -J. 6. -B. 757

27 Abu davud rivoyat qilgan. Ibn Raslon. Sharhu sunani Abi Davud. -Fayyum: Dorul falah. nashriyoti, 2016. -T. 3. -B. 382.

28 Imom Buxoriy Usoma ibni Zayddan rivoyat qilgan.

mobodo yana qayta musulmon bo'lsa mollari unga qaytarib beriladi.

Imom A'zam rahmatullohi alayhning nazdlarida, uning musulmonlik vaqtida topgan mol-mulki musulmon merosxo'rlariga taqsimlab beriladi. Murtadlik vaqtida topgan mol-mulki baytulmolga bo'ladi. Bunda murtad bo'lgan kishi erkak bo'lsa shunaqa. Agar ayol kishi bo'lib, shu holida vafot qilsa barcha mol-mulki musulmon yaqinlariga beriladi. Bunda mol-mulkni musulmonligi yoki murtadligida topganligiga qarab o'tirilmaydi.

Hanafiy mazhabida ham jumhur ulamolarining nazdida ham dinlari farqli bo'lsa ham, kofirlar bir-birlaridan meros oladilar.²⁹

4. Diyorning farqli bo'lishi. Hanafiy mazhabi ulamolari nazdlarida, Islom dinidan boshqa din vakillari o'zaro do'stona aloqada bo'lmagan ikki diyorda maskan tutib yashayotgan bo'lsalar, bir-birlaridan meros ollolmaydilar. Ammo bu holat musulmon merosxo'rlar orasida bo'lsa, ular kanday diyorni maskan tutib yashayotgan bo'lsalar ham, meros qoldiruvchisidan meros olish va merosxo'riga meros qoldirish joriy bo'ladi.³⁰

Jumhur ulamolarning nazdida Diyorning farqli bo'lishi musulmonni bir biridan tasmaganidek ikki musulmon bo'lmaganni ham merosdan tasmaydi.

Shu yergacha merosdan tusuvchilarni to'rtaga cheklab, u haqda batafsil ma'lumot keltirdik. Endi merosdan tusuvchi boshqa bir tusiqa e'tiboringizni tortaman.

1. Merosxo'ring noma'lum bo'lib qolishi: bir ayol tug'ganidan so'ng bolasiga qushib yaana boshqa bir boalni emizsa-yu vafot qilsada uning bolasi qaysiligi noma'lum bo'lib qolsa, ikkala bola ham bu ayoldan meros olmaydi.

2. Musulmon va kofir kishi bir ayolni bolasini emizib berish uchun ijaraga olsa, ikkala bola u ayolning uyida katta bo'lganida ayol vafot qilib, musulmonning bolasi bilan kofirning bolasini farqini ajratib bo'lmay qolsa, bu ikki bola otalaridan meros olmaydi.

Foydalanilgan manba va adabiyotlar ro'yxati

O'zbek tilida

1. Abdulaziz Mansur. Qur'oni karim ma'nolarining tarjima va tafsiri. T.: Toshkent Islom universiteti, 2004. - 624 b.
2. Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf. Qur'oni karim ma'nolarining tarjima tarjimasi. Tafsiri hilol. T.: Hilol-Nashr, 2014. – 448 b.
3. Sharif Xolmurodov, Otabek Muhammadyev. Islomda meros taqsimoti. Samarqand. Imom Buxoriy xalqaro ilmiy-tadqiqot markazi nashriyoti. 2018. 160-bet.

29 Abul Hasan Ali Jurjoni. Sharh faroizi Sirojiya. -Istanbul: Daru tahqiqul kitab nashriyoti, 2021.

30 Inbi Obidin. Roddul muxtor. Doru olamul kutub nashriyoti, 2003. -T. 6. -B. 757.

4. Burhoniddin Marg`inoniy. Al-Majmu` al-Usmoniy. Odiljon Qoriyev va Hamidulloh Aminovlar tadqiqot, ilmiy tanqidiy matn va tarjimasi. T.: Mavarounnahr. 2014. 160-bet.

Arab tilida

1. Imom abu Zakariyo Muhyiddin ibni Sharaf an-Navaviy. Al-Majmu` sharhul muzhib. Jidda: Maktabatul irshod. 2006. 502-bet.
2. Ali ibni Ahmad ibni Mukrim al-Adaviy. Xoshiyatul Adaviy. Madina. Matbaatul Madaniy. 2009.
3. Imom Bayhaqiy. Kashful qino`. Bayrut: Olamul kutub. 2015. 480-bet.
4. Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf. Kifoya. Toshkent: Sharq nasriyoti 2008. 3-jild.
5. Kamol ibni Humom. Sharh Fathul-Qodir. Bayrut: Darul kutubul ilmiyya. 2009. 7-jild.
6. Shayx Muhammad Alish. Sharh minahul jalil. Lubnon. Bayrut: darul fikr. 2010. 9-jild.

IMOM AL-QURTUBIYNING “AT-TAZKIRA” ASARINI O‘ZIGA XOS JIHATLARI

Nabiyev Ibrohimjon Rustamjon o‘g‘li

O‘zbekiston xalqaro islom akademiyasi magistranti

Annotasiya: *ushbu ilmiy maqolada Imom al-Qurtubiy va uning hadislarga ba’gishlangan “At-Tazkira” asari haqida ilmiy tahlil olib borilgan.*

Kalit so‘zlar: *hadis, Kutubi Sitta, al-Muvatto, as-Sunan, mustalahul-hadis.*

Asl ismi Abu Abdulloh Muhammad ibn Ahmad bin Abu Bakr bin Farx al-Qurtubiy Kordovada tug‘ilgan. Uning aniq tug‘ilgan yili ma’lum bo‘lmasa-da, hijriy 600-610 yillar orasida tug‘ilgani aytiladi. Uning otasi dehqon bo‘lib, 627-yil ramazon oyining uchinchi kunida (1230-yil 16-iyul) xristian ispanlar tomonidan uyushtirilgan hujumda o‘ldirilgan. Al-Qurtubiy bu voqeani o‘z tafsirida shunday izohlaydi: “La’natlangan dushman 627-yilda Ramazon oyining 3-kuni tongida hamma hech narsadan bexabar mehnat qilayotgan bir paytda uyushtirgan bosqinida ko‘p odamlarni o‘ldirdi va asir oldi. O‘ldirilganlar orasida mening otam ham bor edi...” Al-Qurtubiy yoshligida kulolchilikda qo‘llangan tuproqni tashib, oilaning ro‘zg‘origa yordam bergan.

Al-Qurtubiy tafsir, hadis, qiroat, fiqh kabi sohalarda yuksak ma’lumotga ega olim bo‘lgan. Shuning uchun unga “ilmdagi ummon” deb ta’rif berishgan. Al-Qurtubiy o‘z asarlarida ahlisunna val jamoani himoya qilgan, Mo’tazila, Imomiya, Rofiziyya, Karromiya kabi mazhablarni tanqid qilgan. U fiqhiy tomondan molikiy mazhabidaligi, aqidaviy jihatdan ash’ariy mazhabidaligi ta’kidlangan. Uning ash’ariy ekanligini “Tazkira” kitobidagi mutashobih oyat va hadislarni tafsir qilishidan tushunamiz³¹.

Al-Qurtubiy asarlarini uch qismga bo‘lish mumkin: bosma, yozma va yo‘qolgan asarlar. Bosma asarlaridan eng mashhuri “At-Tazkira” asaridir. Kitob nomi ba’zi manbalarda va aynan asarning ayrim nashrlarida “At-Tazkira fi ahvali’l-mavta va umuri’l-Axiro” deb atalgan. Shuningdek, Kotib Chalabiy “Kashfu’zZunun” asarlarida, al-Qurtubiy esa “At-Tazkira”ning muqaddimasida va mashhur tafsirining besh joyida kitob nomini yuqoridagidek qayd etganlar. U bu kitobning yozishdan nima maqsad qilganini Al-Qurtubiy “At-Tazkira”ning muqaddimasida shunday izohlaydi: O‘lim, o‘liklarning hollari, tirilish, nashr, shafolat, jannat, do‘zax, fitna va qiyomat alomatlarini o‘z ichiga olgan ixcham kitob yozishni maqsadga muvofiq deb bildim³².

31 et-Tezkire fi ahvâli’l-mevtâ ve umûri’l-âhire (nşr. Ebû Süfyân Mahmûd b. Mansûr el-Bestavîsî), Medine 1417/1997, I-II

32 Al-Qurtubiy. At-Tazkira. B. 9.

Qurtubiy muqaddimada asarni ruhiga nasihat, o'limdan keyingi xayrli ishlarini yozishdan maqsad qilib, mazmunini qisqacha bayon qiladi. Muallif bu asarida o'zi to'xtalgan mavzularga oid tushunib bo'lmaydigan iboralarni tushuntirishga, kam qo'llaniladigan so'zlarni tushuntirishga, ayrim hadislarni izohlashga harakat qilganini aytadi. Uning fikricha, bu boradagi muhim narsa hazrati Payg'ambarimiz (s.a.v) so'zlarini to'g'ri tushunishdir. Muallif o'zining al-Jome li-ahkami'l-Qur'on nomli tafsirida ushbu asarga ishora qilgan, shu tariqa kitobning o'ziga oidligini bildirib o'tgan. At-Tazkirada tizimli reja qo'llanilmagan va ish kirish qismida aytib o'tilganidek, boblarga (291 bob) va ba'zi boblar esa fasllarga bo'lingan. Boblarni bir butun sifatida ko'rib chiqsak, kitob uchta asosiy qismdan iborat, deyish mumkin. Birinchi qismda o'lim va qabr hayotiga oid masalalar, ikkinchi qismda oxirat, uchinchi qismda qiyomat alomatlar va katta fitnalar haqida so'z boradi.

Asarning birinchi qismida o'limni xohlamaslik, lekin unga tayyor turish, dunyo bilan ovora bo'lib qolmaslik; marhumning ortidan yig'lash mumkin yoki mumkin emasligi, o'lim azobi, o'lim vaqtida kalima-i shahodat talqini, Alloh Taolodan dunyoni iymonli holda tark etish so'rash, Azroilning kelishi, tavba eshigining yopilishi; tanani tark etgan ruhning qaerga borishi, ruhlarning samodan bir-birlari bilan uchrashishlari; marhumni dafn etish va bu asnoda Qur'on tilovat qilishning hukmi, qabrda o'liklarni ziyorat qilish, qabr siqishi, yaqinlarining marhum uchun yig'lashidan azob tortishi, Munkar va Nakirning so'roq qilishi kabi mavzulardan tushuntirilgandan so'ng, bular olti bobda batafsil bayon qilingan.

Shu nuqtai nazardan, ruh va nafsning alohida emas, balki bir narsa ekanligi, qabrdagi azobning imtihon sanalishi, shuningdek bolalarning ham qabrda so'roqsavolga duch kelishi, qabrning jannat bog'lardan bir bog'cha yoki jahannam chuqurlaridan bir chuqur bo'lishi, qabr ahlining oxiratdagi joylari ko'rsatilishi, payg'ambarlar va shahidlarning jasadlari qabrda chirimasligi kabi mavzular sanab o'tilgan.

Ikkinchi qismda ikkinchi marta sur chalinishi, o'liklarning tiriltirilishi (ba's), mahshar maydonida yig'ilishi (hashr), shafolat qilish, amallarning o'lchanishi, odamlarni so'roqqa tortilishi va haqdor bilan haqsiz o'rtasida hukm qilinishi (mezan-qasos), Havzi Kavsar, arosatda qolganlar, sirot ko'prigi, jannat va do'zax, mo'minlar tomonidan Allohni ko'rish, musulmon va mushrik bolalarning oxiratdagi mavqei (200-605-betlar) kabi masalalar o'rin olgan.³³

33 Aydinli, Abdullah, Hadis Istilohlari So'zlüğü, Ifav. Yay., 2000

Uchinchi bobga esa qiyomatga yaqin davrda yomg'ir tomchilari va dengiz to'liqlari kabi fitnalarning paydo bo'lishi, Hazrati Usmon va Hazrati Husaynning shahid bo'lishlari, yuz beradigan turli g'alayonlar, ba'zi shaharlarning fazilati va fathi, Mahdiy, dajjol, Iso alayhissalomning qaytishi, Ya'juj va Ma'juj, dabbatu'l-arz, quyoshning g'arbdan chiqishi kabi mavzular kiritilgan. Tazkirati Qurtubiy Alloh taolodan musulmon bo'lib o'lishni, shahidlar va solihlar bilan birga tirilishni, najot topgan taqvodorlardan bo'lishni va bu ishning ilohiy inoyatga sazovor bo'lishini so'rash bilan yakunlanadi.

Aslida, navbatlash nuqtai nazaridan, bu oxirgi bo'lim birinchi o'rinda turishi kerak edi. Chunki fitna va qiyomat alomatlari qiyomat va tirilishdan oldin keladi. Muallif kitobida nima uchun bunday qilganini aytmaydi. Bunday xatti-harakatlar quyidagi sabablarga ko'ra bo'lishi mumkin: Muallif kitobni tartibga solishda vaqt tartibiga emas, balki mavzuning muhimlik tartibiga rioya qilgan.

Qurtubiy ash'ariyya mazhabiga aloqador bo'lib, o'z asarlarida bu mazhabning Baqilloniyy, Imomu'l-Haramayn al-Juvayniyy, Abu Is'hoq al-Isfaroyini, Abul Abbas Ahmad ibn Ibrohim al-Kaloniyy, Faxriddin ar-Roziyy, Ibn Atiyya kabi shaxslardan bahramand bo'lib, ularning bu boradagi qarashlarini qabul qilgan³⁴. Al-Qurtubiy "Tazkira"ning muqaddimasida shunday deydi: "Men o'zimning rivoyatlarimni va ishonchli olimlarning kitoblaridan o'zimga mos deb topgan narsalarni ushbu kitobda jamladim. Xudo xoxlasa, etkazmoqchi bo'lgan fikrlarimni ularning egalariga aniq nisbat berganimni ko'rasiz. Men kitobni boblarga ajrataman va har bir bobdan keyin bir yoki bir nechta bob qo'shaman. Bu boblarda zikr qilingan hadislardagi g'alati so'zlar va fiqhul-hadislarni tushuntirib beraman, chunki hadis yetkazishdan asosiy maqsad fiqhul-hadisdir." Shu tariqa al-Kurtubiy o'z asarida amal qiladigan usulni ochib beradi³⁵.

Ta'kidlanishicha, Qurtubiy "At-Tazkira"ning o'n to'rt joyida o'z sandi bilan rivoyat qiladi.

Biroq rivoyatlar yozib olinarkan, e'tiqod jihatidan ko'rsatilishi lozim bo'lgan jihatlar to'liq ko'rsatilmagan, ko'plab zaif va hatto uydirma rivoyatlar, Isroiliyot tipidagi xabarlar ham rivoyatlarning ichiga qo'shib yuborilgan. Abu Sufyon Mahmud ibn Mansur al-Bastaviy o'z asarining muqaddimasida shunday rivoyatlarga isho-

34 et-Tezkire fi ahvâli'l-mevtâ ve umûri'l-âhîre (nşr. Ebû Süfyân Mahmûd b. Mansûr el-Bestavîsî), Medine 1417/1997, I-II.

35 Kurtubî, Ebu'l-Abbas Ahmed b. Ömer b.İbrahim el-Kurtubî el-Ensârî, elMufhim limâ Eşkele min Telhîsi Kitâbi Muslim, Dâru İbn Kesîr, 1. Baskı, Dımaşk, 1417.

ra qilgan. “At-Tazkira”da, xususan, Kutubi Sitta, Imom Molikning “al-Muvatto”, Dorimiyning “as-Sunan” va Ahmad ibn Hanbalning sahih hadis manbalari, jumladan “al-Musnad”i keltirildi. Ammo Qurtubiyning bu asarda qayd etgan ba’zi qarashlari ilohiyotchilar tomonidan e’tiborga olinmagan. “At-Tazkira”ning turli ilmiy nashrlari amalga oshirilgan. Masalan, Ahmad Hijoziy as-Sakkaning Doru’l-kutubi’l-ilmiyya (Bayrut 1405/1985), boshqa bir nashri Doru’lfikr (bosma joyi va sanasi yo’q), Sayyid al-Jamiliy (Qohira-Bayrut) 1407/1987) va Abu Sufyon Mahmud ibn Mansur al-Bastaviyning (Madina 1417/1997) ikki jilddan iborat nashrlarini keltirish mumkin. Ayniqsa, asarning “Bastavisiy” nashrida zaif va uydirma rivoyatlar, latifalar va isroiliyot tipdagi naqlarga e’tibor qaratib, hadislar vayron qilinib, tanqid qilinib, ularga asoslangan botil e’tiqodlarga ishora qilingan. Bu ijobiy ta’riflar e’tiborga olinsa, muallifni ta’birlari tufayli bid’atda ayblash ba’zilar uchun maqbul emasligi tushuniladi³⁶. “At-Tazkira” asari Abdulvahob al-Sha’roniy tomonidan “Muxtasari Tazkirati’l-Qurtubiy” degan nom ostida deb qisqartirilgan. Sha’roniy bu asarida “At-tezkira”da mavjud bo’lgan 291 bobni 219 taga qisqartirgan, Qurtubiy kitobidagi boblarni olib tashlagan va bobda kerakli ma’lumotlarni bergan. Sha’roniy, shuningdek, Qurtubiy asarida o’lim va oxirat bilan bevosita bog’liq bo’lmagan masalalarni, kam qo’llaniladigan so’zlarning izohlarini, tushunish qiyin bo’lgan iboralarning izohlarini, grammatik tahlil va baholashlarni, masal va rivoyatlarni bayon qilib bergan³⁷.

“At-Tazkira” asarining Doru’l-fikr nashrining ichki muqovasida Sha’roniyga tegishli bo’lgan yuqoridagi mulohaza unga tegishli emasligi iddao qilingan bo’lsa-da, hech qanday izoh berilmagan³⁸. Ibrohim Salim ham asarni Yavmu’l-favzi’l-Akbar nomi bilan jamlagan, Jaloliddin as-Suyutiy esa Sharhus-sudur fi sharhi’l-A’mili-kubur nomi bilan izohlangan. 1817-yilda Lahorda Kitobu’l-Barzah nomi bilan mashhur bo’lgan bu sharh fors tiliga tarjima qilingan. “At-Tazkira” asariga Abdussalom ibn Ibrohim al-Lakoni ham Hoshiya ‘ala Tazkirati’l-Qurtubiy nomi bilan izoh yozgan.

36 Meshûr Hasan Mahmûd Selmân, el-Îmâmü’l-Ûrûbî şeyhu e’immeti’t-tefsîr, Dimaşk 1413/1993, s. 133.

37 Şa’rânî, Abdulvehhâb. Muhtasaru Tezkireti’l-Kurtubî, thk., Abdulġanî Muhammed Ali elFâsî, Dâru’l-Kutubi’l-Îlmiyye, Beyrut, 2008

38 Şa’rânî, Abdulvehhâb, Muhtasaru Tezkireti’l-Kurtubî, terc., Günaydın, Halil, Ölüm, Kıyamet, Âhîret ve Âhir Zaman Alametleri, Bedir Yay., İst., 2011.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. et-Tezkire fî ahvâli'l-mevtâ ve umûri'l-âhire (nşr. Ebû Süfyân Mahmûd b. Mansûr el-Bestavîsî), Medine 1417/1997, I-II.
2. Meşhûr Hasan Mahmûd Selmân, el-Îmâmü'l-Ûrtubî şeyhu e'immeti'ttefsîr, Dimaşk 1413/1993, s. 133.
3. Şa'rânî, Abdulvehhâb, Muhtasaru Tezkireti'l-Kurtubî, terc., Günaydın, Halil, Ölüm, Kıyamet, Âhîret ve Âhir Zaman Alametleri, Bedir Yay., İst., 2011.
4. Şa'rânî, Abdulvehhâb. Muhtasaru Tezkireti'l-Kurtubî, thk., Abdulğani Muhammed Ali elFâsî, Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye, Beyrut, 2008
5. Aydınli, Abdullah, Hadis Istılahları Sözlüğü, İfav. Yay., 2000
6. Budeyr, Rıza, el-Muhtasaru's-Sahîh Mine't-Tezkire fî Ahvâli'l-Mevtâ ve'l-258 Âhire, An Authentic Selection from Imam Al-Qurtubi's 'At-Tadhkirah FiahwalilMawta Wal-Akhirah' (In the Remembrance of the Affairs of the Dead and Doomsday), Dar al-Manarah, el-Mansoure, Mısır, 2004.

ЎЗБЕКИСТОНДА ДАВЛАТ БОШҚАРУВИДА ЖАМОАТЧИЛИК БИЛАН АЛОҚАЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ

Севара Уринбаева
ЎзЖОКУ 2-босқич магистранти

Аннотация

Мақолада давлат бошқаруви, унда жамоатчилик билан алоқаларнинг ўрни, улар фаолиятини йўлга қўйиш ва ривожлантиришнинг ҳуқуқий асослари ёритиб берилди.

Таянч сўзлар: жамоатчилик билан алоқалар, халқ билан мулоқот, давлат органлари, давлат хизматчиси, журналист, оммавий ахборот воситалари, ахборот, баёнот, раддия.

Правовые основы развития связей с общественностью в государственном управлении в Узбекистане

Севара Уринбаева
магистрант второго курса Университета журналистики и массовых коммуникаций

Аннотация

В статье описываются правовые основы государственного управления, роль в нем связей с общественностью, налаживания и развития их деятельности.

Ключевые слова: связи с общественностью, диалог с народом, государственные органы, государственный служащий, журналист, средства массовой информации, информация, заявление, опровержение.

Маълумки сўз эркинлигини таъминлаш, ахборот ва оммавий коммуникациялар соҳасини бошқариш тизимини қайта ташкил қилиш, ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий ривожланишнинг муаммоли масалаларини ҳал этишда оммавий ахборот воситаларнинг роли муҳим.

Бу эса ўз навбатида медиа маконда юзага келатган чақириқларга тезкорлик билан муносиб жавоб қайтаришни тақозо этади. Давлатнинг сиёсий бошқаруви авваламбор фуқаролар билан қайта алоқани тўғри йўлга қўйилгандагина юқори самарадорликни кўрсатади. Бунинг учун аҳолига амалга оширилаётган ислохотларнинг мақсади, вазифалари ва натижалари ҳақида тезкор, холис ва тўлиқ ахборот етказиш, давлат органлари шаффофлигини таъминлаш лозим. Айни шу вазифаларни амалга ошириш учун давлат органларининг жамоатчилик билан ўзаро ҳамкорлик алоқалари ва ахборот хизматлари фаолиятининг тўғри йўлга қўйилганлиги катта аҳамият касб этади.

Шу ўринда PR– жамоатчилик билан алоқалар тушунчасига аниқлик киритиб ўтсак. Инглиз тилидан олинган “Public Relations” (Паблик рилейшнз – PR, пиар) атамаси – “Жамоатчилик билан алоқалар”, “Оммавий алоқалар”, “Жамоатчилик билан муносабатлар” деган маъноларни англатади. Бу ибора илк бор АҚШнинг учинчи президенти Томас Жефферсон томонидан қўлланилган. У 1807 йили ўзининг “Конгрессга еттинчи мурожаати”да ушбу атамани биринчи марта қайд этган¹. Бундан мақсад, ўша даврда ҳукуматнинг жамоатчилик билан алоқаларини давлат даражасига кўтариш, илмий-ташкилий жиҳатдан йўлга қўйиш эди.

PR асосчиларидан бири Эдвард Бернайс ушбу иборанинг моҳиятини “жамият манфаатлари йўлидаги ҳаракатдир”² деб таърифлаган. Демак, “АҚШда пиарнинг пайдо бўлиши бевосита сиёсий жараёнлар маҳсули”³ бўлгани ойдинлашади. Орадан бир аср вақт ўтиб, алоҳида фан сифатида воқеликка айланган PR тарихи ўша даврдаги ходисалардан келиб чиқади.

Демократ арбоб сифатида ном қозонган Томас Жефферсоннинг қуйидаги сўзлари демократия йўлини танлаган қатор газеталар учун шиордек бўлиб қолди: “Агар менга ҳукумат бўлсину газеталар бўлмасин ёки газеталар бўлсину ҳукумат бўлмасин – бирини танланг, дейишса, мен ҳеч иккиланмай ҳукумат бўлмаса ҳам газеталар бўлиши керак, деган бўлардим”⁴.

Бу фикрни бирёклама талқин қилмаслик керак. Томас Жефферсон жамоатчилик билан алоқаларни мустаҳкамлашда муҳим ўрин тутиши мумкин бўлган газеталар мавқеини, масъулиятини оширишни ҳам кўзда тутгани эҳтимолдан ҳоли эмас.

Ҳукумат ёки бирор ташкилотнинг жамоатчилик билан алоқаларини матбуотсиз, оммавий ахборот воситаларисиз тасаввур этиб бўлмаслигини демократ раҳбар муайян мақсадда ифодалагани кўриниб турибди. Аслида “матбуотнинг ижтимоий моҳияти, асосий функциялари нуқтаи назаридан қараганда унинг яна бир хусусияти – жамоатчилик фикрининг ифодачиси эканлигида яққол кўринади,– деб ёзади ЎЗМУ журналистика факультети профессори Мухтор Худойкулов.– Матбуот жамиятнинг ижтимоий-сиёсий, иқтисодий ва маданий-маънавий ҳаётини акс эттирар экан ҳамда ижтимоий борлиқ билан ижтимоий онгнинг бир-бирига таъсир кўрсатишида фаол ҳаракат этувчи омил вазифасини бажарар экан, бу борада жамоатчилик фикрига таяниб иш кўради”⁵.

Жамоатчилик фикри билан ҳисоблашиш масаласи узоқ йиллар турли

бахс-мунозараларга сабаб бўлгани тарихий манбаларда кўп учрайди. Бу ғояни милоддан олдин яшаган Сукрот илгари суриб, ўз шогирдларини ҳақиқатни билишга ундаган. У ҳақиқатни “бахс орқали, суҳбат йўли билан билиш, англаш мумкин, деган, суҳбатда асосий эътиборни инсон онги ва тафаккурини таҳлил қилишга қаратиш зарурлигини айтган. Ўз даврида бу усул “Сукрот усули” деб аталган”⁶.

PR амалиётининг журналистика заминида пайдо бўлиши. Биз талқин этаётган замонавий PR амалий жиҳатдан журналистика заминида пайдо бўлгани, унинг амалиётдаги асосчиларидан бири АҚШлик журналист Айви Ледбеттер Ли бўлгани ҳақида “Паблик рилейшнз”га оид қатор китобларида қайд этилган.

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

Испан файласуфи ва публицисти Ортега Гассет ёзганидек, “Дунёни жамоатчилик фикри бошқаради”²⁰. Юртимизда ҳам аксарият вазирлик ва ташкилотларнинг фаолиятлари жамоатчилик билан алоқалар асосида ташкил этилмоқда. Бугунги кунда жамоатчилик билан алоқалар масаласи ижтимоий воқеликка айланди.

Ўзбекистонда ҳам PRга оид тадқиқот ва изланишлар ўз самарасини кўрсатмоқда. Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети журналистика факультети олимлари томонидан бу борада тадқиқотлар олиб борилмоқда. Тадқиқотлар натижасида қатор ўқув қўлланмалари яратилди ва яратилмоқда.

Айтиш жоизки, ҳар бир фаннинг аввало мақсад ва вазифаларини ўрганиш талаб этилади. PRнинг асосий мақсади – жамоатчилик билан алоқаларни йўлга қўйиш бўлса, бош вазифаси – ахборот ёрдамида омма фикрини бошқаришдир⁴. У ташкилотлар ва жамоатчилик ўртасида алоқа ўрнатади. Бундай алоқа фикр алмашиш, ахборот олиш ва тарқатиш, ўзаро муносабатларни мустаҳкамлаш билан изоҳланади. Ҳар бир ташкилот ва муассаса фаолияти халқнинг сиёсий, иқтисодий, маърифий ҳамда маданий ҳаётини яхшилашга қаратилган бўлиши шарт. Шу ўринда ҳам PR ўзига

хос тафаккур майдонини вужудга келтирган ҳолда самарали натижаларга эришишга хизмат қилади. (Т.Эшбеков “Жамоатчилик билан алоқалар ва ахборот хизматлари” кўланмасида)

Ўзбекистон Республикаси Президенти ўзининг Олий Мажлисга 2020 йил 29 декабрдаги мурожаатномасида айтишга қаратиб жумладан шундай деган эди:

“Навбатдаги муҳим масалага эътиборингизни қаратмоқчиман.

Оммавий ахборот воситалари мамлакатимизда амалга оширилаётган кенг кўламли ўзгаришларни холис ёритиш билан бирга, жойлардаги мавжуд долзарб муаммоларга давлат идоралари ва жамоатчилик эътиборини қаратиб, уларни бартараф этишга барча даражадаги раҳбарларни даъват этиб, ундаб келаётганини алоҳида таъкидлаб ўтмоқчиман.

Улар том маънода “тўртинчи ҳокимият”га айланиб бормоқда. Аччиқ ва танқидий материаллар жойлардаги кўплаб амалдорларга ёқмаслиги, уларнинг тинчини ва ҳаловатини бузаётгани ҳам бор гап. Лекин ошкоралик ва сўз эркинлиги бу – давр талаби, бу – Ўзбекистондаги ислохотларнинг талаби.

Биз ўтган йиллар давомида жамиятимизда ошкоралик ва очиклик, сўз эркинлиги муҳитида яшаш ва ишлашга аста-секин ўрганиб боряпмиз. Холис ва адолатли журналист ва блогерларнинг танқидий чиқишлари эскича қолипда ишлайдиган раҳбарларнинг фаолиятидаги хато-камчиликларни кўрсатиб, уларни иш услубини ўзгартириш ва масъулиятини оширишга мажбур қилмоқда. Бундан буён ҳар бир давлат органи ўз кундалик фаолиятида оммавий ахборот воситалари билан яқин мулоқот ва ҳамкорликни йўлга қўйиши зарур ва шарт.”³⁹

Шу ўринда, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 июндаги ПҚ–4366-сон “Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори бу ўринда кетаётган ислохотларнинг изчиллигини кўрсатади.

Давлат бошқарувида жамоатчилик билан алоқаларнинг ўрни мавзусини тадқиқ қилишнинг долзарблиги ушбу соҳанинг нисбатан янгилиги, йўналишда учраб турган муаммоларга янги қараш билан, шу жумладан PR менежментнинг янги технологияларини қўллаш орқали ривожлантиришни талаб қилаётганлигида

39 <https://president.uz/uz/lists/view/4057>

кўринади.

Мавзунинг муаммоси шундаки, сиёсий бошқарувни амалга оширадиган давлат органларида жамоатчилик билан алоқаларнинг йўлга қўйилганлигига нисбатан кўп вақт ўтмади. Айрим кризис вазиятларда айнан жамоатчилик билан алоқаларнинг тўғри йўлга қўя олинмаганлиги, ушбу йўналишда ишлаётган мутахассислар малакасининг етишмаётганлиги бу йўналишда амалга ошириладиган ишлар кўламини жадал суратлар оширишни талаб этиш ва бунга давлат органларидаги жамоатчилик билан алоқалар бўлимларининг ҳуқуқий мақоми ва моддий базаси тайёрлигининг аҳамиятида кўринади. Муаммоли вазият ушбу муаммонинг қандай ечилишини ўрганишда кўриниши зарур.

Илмий муаммо давлат бошқарувини амалга оширадиган давлат органларида жамоатчилик билан алоқаларнинг тўғри йўлга қўйилишининг ўрни ва роли қанчалик муҳим аҳамият касб этишини тушунган ҳолда ундаги муаммоларни ҳал қилишнинг амалий ечимини топишда, шунингдек бунга ечим топишнинг амалий аҳамиятини тушунишда белгиланади.

Ҳозирги шиддат билан ривожланаётган дунёда ахборот ва билим энг муҳим миллий ресурсларга, уларни яратиш ва тарқатишни таъминловчи тизимлар эса — барқарор ривожланишнинг стратегик омилларига айланмоқда.

Ушбу шароитларда Ўзбекистонда демократик ҳуқуқий давлатни ва очиқ адолатли фуқаролик жамиятини қуриш, шунингдек, инсоннинг ҳуқуқ ва эркинликлари ҳимоя қилинишини таъминлашдек стратегик мақсадга эришиш, давлат бошқарувининг сифати давлатнинг ахборот, билим ва инновацияларга асосланган моделига ўтишини таъминлайдиган ахборотни ва билимни яратиш, қабул қилиш ва тарқатиш имкониятлари билан белгиланади.

Шу муносабат билан давлат ва хўжалик бошқаруви соҳасида очиқлик ва шаффофликка асосланган самарали қарорлар қабул қилиш тизимини жорий этиш, ахборот олишда мансабдор шахсларнинг жамият олдидаги ҳисобдорлиги, очиқлиги ва масъулиятини таъминлаш зарур. Бу давлат ва хўжалик бошқаруви аппаратининг самарали фаолият юритиши ҳамда жамиятда адолатни қарор топтиришнинг муҳим шarti ҳисобланади.

Бунда жамиятни давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг фаолиятидан кенг хабардор қилиш, уларнинг аҳоли олдидаги ҳисобдорлигини

таъминлаш “Халқ давлат ҳокимиятининг бирдан-бир манбаидир” деган конституциявий нормани амалга оширишнинг, “Халқ давлат идораларига эмас, балки давлат идоралари халқимизга хизмат қилиши керак” деган эзгу ғояни рўёбга чиқаришнинг муҳим шарти ҳисобланади.

Мамлакатимизда сўз эркинлигини таъминлаш, ахборот ва оммавий коммуникациялар соҳасини бошқариш тизимини қайта ташкил қилиш, ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий ривожланишнинг муаммоли масалаларини ҳал этишда оммавий ахборот воситаларининг ролини ошириш бўйича сезиларли ишлар амалга оширилди.

Шу билан бирга, соҳадаги ҳозирги ҳолат таҳлили медиа маконда юзага келаётган чақириқларга тезкорлик билан муносиб жавоб қайтарилмаётганини кўрсатиб, мамлакатда амалга оширилаётган улкан миқёсдаги ислохотлар тўғрисидаги кенг қамровли маълумотларни ўз вақтида тақдим этиш бўйича жамият эҳтиёжлари ахборот соҳасидаги ишларни сезиларли даражада оширишни, давлат органлари ва ташкилотларининг ахборот хизматлари, оммавий ахборот воситаларининг фаолиятини сифат жиҳатидан янги босқичга олиб чиқишни тақозо этмоқда.

Давлат органларида уларнинг халқ билан мулоқот қилишида кўприк вазифасини Жамоатчилик билан алоқалар бўлимлари бажаради. Уларнинг вазифалари:

- давлат органи ҳақида ҳолис жамоатчилик фикрини шакллантириш;
- давлат органи фаолияти тўғрисида хабардор қилиш, қабул қилинаётган қарорлар ва амалий ҳаракатлар моҳиятини тушунтириш;
- давлат органлари ҳузуридаги журналистларни аккредитациядан ўтказиш ва таъминлаш;
- давлат органларининг пресс-релизлари, аризалари, хабарлари ва бошқа расмий ҳужжатларини тайёрлаш ва тарқатиш;
- жамоатчилик фикрини ўрганиш, жумладан сўров ўтказиш йўли билан;
- матбуотдаги эълонлар, теле- ва радиоахборотлар, ОАВ таҳририятлари сўровларини таҳлил қилиш. Ўтказилган таҳлил асосида давлат органи ахборот тadbирларини таъминлаш бўйича таклифларни тайёрлаш;
- маъмурият фаолияти тўғрисида ҳақиқатга тўғри келмайдиган маълумотлар эълон қилинган тақдирда расмий раддия тайёрлаш ва тарқатиш;
- матбуот ва электрон ОАВлар билан давлат органининг тузилмавий ва ҳудудий бўлинмалари фаолиятини ёритишга қаратилган мақолалар, телевизион ва

радиокўрсатувларни тайёрлаш борасида ўзаро ҳамкорликни йўлга қўйиш;

– давлат органи фаолиятига бағишланган ва ҳудуднинг инвестициявий жозибдорлигини оширишга қаратилган босма, телевизион, видео ва радиомаҳсулотни ишлаб чиқариш;

– PR-ва реклама ҳамжамиятлари билан ўзаро алоқа қилишдир.

Жамоатчилик билан алоқалар илдизи бир жиҳатдан журналистикага бориб тақалар экан, демак PR ҳам ОАВга оид қонунлар замирида равнақ топади. PR амалиёти сифатида матбуот хизмати фаолиятини таҳлил этсак, у ҳам ахборот олишга ва уни кенг оммага тарқатишга йўналтирилгандир.

PR-мутахассислари фаолиятидаги энг муҳим масалалардан бири уларнинг ўз фаолиятида ижтимоий масъулият ҳиссига, хулқ-атворга ва хатти-ҳаракатларнинг қонунийлигига олиб келадиган ҳуқуқий нормаларга риоя қилишдир.

PR мутахассислари ўз ишларида қуйидаги қонунларга амал қилишлари керак:

1. Ўзбекистон Республикаси Конституциясида ҳар ким фикрлаш, сўз ва эътиқод эркинлиги ҳуқуқига эга. Ҳар ким исталган ахборотни излаш, олиш ва тарқатиш ҳуқуқига эга. Давлат Интернет жаҳон ахборот тармоғидан фойдаланишни таъминлаш учун шарт-шароитлар яратади.

Ахборотни излаш, олиш ва тарқатишга бўлган ҳуқуқни чеклашга фақат қонунга мувофиқ ҳамда фақат конституциявий тузумни, аҳолининг соғлиғини, ижтимоий ахлоқни, бошқа шахсларнинг ҳуқуқ ва эркинликларини ҳимоя қилиш, жамоат хавфсизлигини ҳамда жамоат тартибини таъминлаш, шунингдек давлат сирлари ёки қонун билан қўриқланадиган бошқа сир ошкор этилишининг олдини олиш мақсадида зарур бўлган доирада йўл қўйилади. (33-модда).

2. Ўзбекистон Республикасининг 1993 йил 7 майдаги “**Давлат сирларини сақлаш тўғрисида**” қонуни давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари, мулк шаклидан қатъи назар, корхоналар, муассасалар, ташкилотлар ва бирлашмалар, Ўзбекистон Республикасининг ҳарбий тузилмалари ва фуқароларининг республика ҳудудидаги ҳамда унинг ташқарисидаги фаолиятининг барча турларида давлат сирларини сақлашнинг ҳуқуқий асосларини белгилаб беради.

3. Ўзбекистон Республикасининг 2014 йил 5 майдаги “**Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида**”ги қонуни давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги соҳасидаги муносабатларни тартибга солади.

Ушбу Қонуннинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

жисмоний ва юридик шахсларнинг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти тўғрисидаги ахборотдан фойдаланишини таъминлаш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олиш ҳуқуқининг кафолатларини таъминлаш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ҳамда улар мансабдор шахсларининг қабул қилинаётган қарорлар учун масъулиятини ошириш;

давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисидаги ахборотни тарқатиш тартибини белгилаш.

4. Ўзбекистон Республикасининг 2011 йил 30 декабрдаги “**Телекоммуникациялар тўғрисида**”ги қонунига ўзгартиш ва қўшимчалар киритиш ҳақида” қонуни давлат бошқаруви соҳасида замонавий телекоммуникациялар тармоқларини жорий этиш, ривожлантириш ва улардан фойдаланиш, ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланган ҳолда юридик ва жисмоний шахсларга интерактив давлат хизматлари кўрсатиш тизимини шакллантириш масалалари бўйича таклифлар ҳамда тавсиялар ишлаб чиқади.

5. Ўзбекистон Республикасининг 2003 йил 31 декабрдаги “**Ахборотлаштириш тўғрисида**”ги қонуни ахборотлаштириш, ахборот ресурслари ва ахборот тизимларидан фойдаланиш соҳасидаги муносабатларни тартибга солади.

6. Ўзбекистон Республикасининг 2007 йил 15 январдаги “**Оммавий ахборот воситалари тўғрисида**”ги (янги таҳрирдаги) қонунининг мақсади оммавий ахборот воситаларининг фаолияти соҳасидаги муносабатларни тартибга солишдан иборат. Ушбу қонун Ўзбекистон Республикасида ташкил этиладиган ва фаолият кўрсатадиган оммавий ахборот воситаларига, шунингдек чет давлатлар оммавий ахборот воситаларига улар маҳсулотининг Ўзбекистон Республикаси ҳудудида тарқатилишига тааллуқли қисмига нисбатан татбиқ этилади.

Қонун билан “оммавий ахборот воситалари” тушунчасига таъриф берилган. Хусусан, оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг доимий номга эга бўлган ҳамда босма тарзда (газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар ва бошқалар) ва (ёки) электрон тарзда (теле-, радио-, видео-, кинохроникал дастурлар, Интернет жаҳон ахборот тармоғидаги веб-сайтлар) олти ойда камида бир марта нашр этиладиган ёки эфирга бериладиган (бундан буён матнда чиқариладиган деб юритилади), қонунчиликда белгиланган тартибда рўйхатга олинган шакли ҳамда оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг бошқа шакллари оммавий ахборот воситасидир (4-модда).

Шунингдек, қонунда оммавий ахборот воситасининг давлат ҳокимияти ва

бошқаруви органлари фаолияти тўғрисида ахборот олишга доир сўровига ҳам аниқлик киритилган. Унга кўра:

Оммавий ахборот воситаси давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг фаолияти тўғрисида ахборот олишга доир сўров билан уларга оғзаки ёки ёзма шаклда (шу жумладан электрон ҳужжат шаклида) мурожаат этиш ҳуқуқига эга.

Оммавий ахборот воситасининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти тўғрисида ахборот олишга доир, шунингдек мансабдор шахсларнинг интервьюсини ташкил этиш тўғрисидаги сўрови кўпи билан етти кун муддатда кўриб чиқилади.

Агар оммавий ахборот воситасининг сўровини кўриб чиқиш давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ваколатлари жумласига кирмаса, сўров сўралаётган ахборотни тақдим этиш ўзининг ваколатига киритилган органга рўйхатдан ўтказилган кундан эътиборан уч иш куни ичида юборилади, оммавий ахборот воситаси эса бу ҳақда хабардор қилинади.

Сўров рад этилган тақдирда, оммавий ахборот воситасига асослангилган жавоб юборилади.

Қонунда раддия бериш ва жавоб қайтариш ҳуқуқи ҳам аниқ келтирилган. Унга асосан, юридик ёки жисмоний шахс оммавий ахборот воситасида эълон қилинган, ҳақиқатга мос келмайдиган ҳамда ўзининг шаъни ва қадр-қиммати ёки ишчанлик обрўсини таҳқирловчи маълумотлар учун раддия беришни таҳририятдан талаб қилишга ҳақлидир.

Эълон қилинган материал туфайли ҳуқуқлари ва қонуний манфаатлари бузилган юридик ва жисмоний шахслар мазкур оммавий ахборот воситасида раддия ёки жавобни эълон қилишга ҳақлидир. Раддия ёки жавоб берилишига сабаб бўлган материал босилган айна ўша саҳифада махсус рукн остида эълон қилиниши керак.

Раддия ёки жавоб газеталарда улар олинган кундан эътиборан бир ой ичида, бошқа даврий нашрларда навбатдаги сонда эълон қилиниши шарт.

Теле-, радио-, видео, кинохроникал дастурлар ва оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг бошқа электрон шакллари таҳририяти томонидан олинган раддия ёки жавоб айнан ўша дастур ёки туркумда, келган кундан эътиборан бир ойдан кечиктирмай эфирга берилади.

Агар раддия ёки жавобни эълон қилиш ҳажми ва вақти оммавий ахборот воситасининг фаолиятига зарар етказиши мумкин бўлса, матнни ахборот манбаи ёки муаллиф билан келишилган ҳолда асосланган таҳрир қилишга йўл қўйилади.

Оммавий ахборот воситаси раддияни, жавобни эълон қилишдан бўйин товласа ёхуд уларни эълон қилиш учун белгилаб қўйилган муддатни бузса, юридик ёки жисмоний шахс даъво аризаси билан судга мурожаат қилишга ҳақлидир.

Қонуннинг 35-моддасида эса расмий хабарлар ва ахборотни эълон қилиш тартиби белгиланган. Жумладан, давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан таъсис этилган оммавий ахборот воситалари шу органларнинг расмий хабарлари ва материалларини, шунингдек норматив-ҳуқуқий ҳужжатларини эълон қилиши шарт.

Фавқулодда вазиятлар тўғрисидаги шошилинч хабарлар ёки ваколатли давлат органлари томонидан жамоатчиликка тезкорлик билан етказиш мақсадида берилган хабарлар барча оммавий ахборот воситаларида эълон қилинади.

Суднинг айнан шу оммавий ахборот воситасида эълон қилиш тўғрисидаги кўрсатмаси бўлган, қонуний кучга кирган қарорини таҳририят суд қарорида кўрсатилган муддатда бепул эълон қилиши шарт.

Ушбу модданинг биринчи — учинчи қисмларида назарда тутилганидан бошқа ҳар қандай ахборот, хабар ва эълон таҳририят билан тузиладиган шартнома асосида эълон қилинади.

7. Ўзбекистон Республикасининг 2022 йил 7 июндаги **“Реклама тўғрисида”**ги қонуни рекламани тайёрлаш, жойлаштириш ва тарқатиш соҳасидаги муносабатларни тартибга солади, рекламанинг айланиши соҳасидаги барча муносабатларга нисбатан татбиқ этилади.

8. Ўзбекистон Республикасининг 1997 йил 24 апрелдаги **“Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”**ги қонуни мақсади журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш соҳасидаги муносабатларни тартибга солишдан иборат. Қонунда **“журналист”** аслида кимлигига таъриф берилган. Унга кўра, Журналист меҳнатга оид ёки бошқа шартномавий муносабатлар асосида оммавий ахборот воситалари учун хабарлар ва материалларни тўплаш, таҳлил этиш, таҳрир қилиш, тайёрлаш ҳамда тарқатишга доир фаолиятни амалга оширувчи шахсдир.

Шу билан бирга, журналистнинг ҳуқуқлари ва мажбуриятлари аниқ белгиланган. Фуқаролар ёки бошқа ахборот манбалари томонидан ўз номини ошкор этмаслик шarti билан ихтиёрий равишда маълум қилинган махфий хабар, шунингдек факт ёки воқеалар журналистика соҳасининг сири ҳисобланиши, журналистларнинг касбга оид одоб-ахлоқ қоидалари журналистнинг шахсига ва ўз касбига доир вазифаларни бажариш чоғида унинг хулқ-атворида қўйиладиган талабларни белгиловчи қоидалар мажмуидан иборатлиги келтирилган.

9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2022 йил 14 октябрдаги 595-сонли “Давлат фуқаролик хизматчилари томонидан одоб-ахлоқ қоидаларига риоя этилишини таъминлаш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори “Давлат фуқаролик хизмати тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонунига мувофиқ ҳамда давлат хизматчиларининг хизмат фаолиятига оид ва хизматдан ташқари одоб-ахлоқи, жамоатчилик билан муносабатларига доир қоидаларга риоя этилишини таъминлаш мақсадида ишлаб чиқилган.

Давлат фуқаролик хизматчилари одоб-ахлоқининг намунавий қоидалари (кейинги ўринларда — Одоб-ахлоқ қоидалари) давлат фуқаролик хизматчиларининг (кейинги ўринларда — давлат хизматчилари) касбий маданияти, хизмат фаолияти давомида ҳамда хизматдан ташқари вақтда одоб-ахлоқи, ташқи кўриниши ва кийиниш услубининг намунавий қоидаларини белгилайди.

Одоб-ахлоқ қоидалари давлат хизматида юксак касбий маданиятни шакллантириш, жамоатчилик онгида давлат хизматида бўлган ҳурмат ва ишонччи ошириш ҳамда давлат хизматчиларининг ахлоқ қоидаларига зид бўлган хатти-ҳаракатларининг олдини олишга қаратилган.

Унда давлат хизматчиларининг жамоатчилик, оммавий ахборот воситалари вакиллари билан муносабатларга оид одоб-ахлоқ қоидалари белгиланган бўлиб, жумладан давлат хизматчилари оммавий ахборот воситалари билан ўзаро ҳамкорлик қилиши, давлат органлари ва ташкилотларининг фаолиятини оммавий ахборот воситаларида ёритилишига кўмаклашиши кераклиги қайд этилган. Давлат сиёсати ёки давлат органлари ва ташкилотлари фаолияти тўғрисидаги оммавий баёнотлар давлат органлари ва ташкилотлари раҳбари ёки мазкур йўналиш бўйича ваколатли мансабдор шахс томонидан амалга оширилади.

Қуйидаги ҳолларда оммавий баёнот берилиши мумкин эмас:

оммавий баёнот матни ва мазмуни давлат сиёсати ёки давлат органлари ва ташкилотлари фаолиятига алоқадор бўлмаса;

оммавий баёнотда келтириладиган ахборотлар давлат сирлари билан боғлиқ бўлса;

оммавий баёнот бошқа давлат органлари ва ташкилотлари нуфузини пасайтириш ёки уларнинг мансабдор шахсларини камситишга йўналтирилган бўлса.

Давлат хизматида жамоатчилик назоратини таъминлаш мақсадида

жамоатчилик томонидан давлат органлари ва ташкилотлари фаолиятига оид айблов ёки танқид билдирилган тақдирда, давлат органлари ва ташкилотлари унга нисбатан билдирилган айблов ёки танқидга оммавий изоҳ ёхуд раддия бериши лозим.

Агар оммавий баёнотда фуқароларнинг шаъни ҳамда кадр-қимматини камситадиган иборалар бўлса, давлат хизматчиси ўз фикрларининг янглишлиги ёки нотўғрилигини тан олиши ҳамда шаъни, кадр-қимматига ва ишчанлик обрўсига дахл қилинган фуқародан, агар қонун ҳужжатларида бошқа оқибатлар назарда тутилмаган бўлса, кечирим сўраши шартлиги белгиланган.

Мамлакат қонунчилигида, шунингдек, оммавий ахборот воситаларининг фаолияти учун максимал даражада қулай шароитлар яратиш, давлат ва жамият ўртасида сифатли мулоқотни йўлга қўйиш, аҳолига ислохотларнинг мақсади, вазифалари ва натижалари ҳақида тезкор, холис ва тўлиқ ахборот етказиш, давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари фаолияти шаффофлигини ошириш, шунингдек, уларнинг жамоатчилик билан ўзаро ҳамкорлик алоқаларини ва ахборот хизматлари фаолиятининг самарадорлигини тубдан яхшилаш масалалари ҳам акс этган. Хусусан, 2014 йил 5 майда қабул қилинган “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида”ги қонунида давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ахборот хизмати фаолиятига алоҳида тўхталинган.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ўз фаолияти тўғрисидаги ахборотни тайёрлаш ҳамда тарқатиш вазифаларини бажарувчи, шунингдек оммавий ахборот воситалари ва жамоатчилик билан ҳамкорликни таъминловчи таркибий бўлинмаси ёхуд ушбу вазифаларни бажариш зиммасига юклатилган шахс давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг ахборот хизматидир.

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

Президентнинг 2019 йил 27 июндаги “Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот

хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” қарори, 2018 йил 15 февралдаги Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикаси давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизматлари фаолиятини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” қарорида ҳам Ахборот хизматлари фаолиятини янада такомиллаштиришга, давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот жиҳатидан очиқлигини янада ошириш, жамоатчиликка амалга оширилаётган кенг кўламли ислохотларнинг мақсадлари, вазифалари, бориши ҳамда натижалари, мамлакатнинг глобал ахборот жамиятига уйғун интеграциялашуви ҳақида ўз вақтида, холисона ва тўлақонли ахборотни тезкорлик билан етказиш, шунингдек, давлат ва хўжалик бошқаруви органлари ахборот хизматлари фаолияти самарадорлигини тубдан оширишга алоҳида эътибор қаратилгандир.

Ўзбекистонда давлат бошқарувида очиқликни жорий этиш, ахборотларнинг умумфойдаланиш учун очиқлик ҳолати, маълумотларнинг ошкоралик ва сифат даражасини халқаро талабларга мувофиқлаштириш соҳасида тизимли ишлар амалга оширилмоқда. Буни сўнгги йилларда соҳага оид қабул қилинган концептуал аҳамиятга эга норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар, коррупциянинг олдини олишга қаратилган маъмурий ислохотлар мисолида ҳам кўришимиз мумкин.

Хусусан, “Коррупцияга қарши курашиш тўғрисида”ги, “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида”ги ва “Жамоатчилик назорати тўғрисида”ги қонунлар барча тоифадаги мансабдорларнинг ҳар бир хатти-ҳаракатига кенг жамоатчилик ҳамда халқ кўзи билан баҳо бериш имконини яратди. Бундан ташқари, ҳукумат очиқлиги соҳасида 2021-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида очиқ маълумотлар соҳасини ривожлантириш Концепцияси қабул қилинган.

Соҳадаги сўнгги йилларда амалга оширилган ислохотларнинг узвий ва мантиқий давоми сифатида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 16 июндаги “Давлат органлари ва ташкилотларининг фаолияти очиқлигини таъминлаш, шунингдек, жамоатчилик назоратини самарали амалга оширишга доир кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-6247-сон Фармони қабул қилинди. Фармон билан амалдаги қонунчилик ҳужжатларида мавҳум бўлган муаммоли масалалар тўлиқ ўз ечимини топди. Ушбу фармон юртимизда очиқлик сиёсати изчиллик ва қатъият билан давом эттирилишини билдиради.

Фармонга мувофиқ, барча давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари, шу жумладан, Ҳисоб палатаси, Марказий банк, суд ва прокуратура органлари ҳамда уларнинг таркибий ва ҳудудий бўлинмалари, шунингдек, устав фондида (устав капиталида) давлат улуши 50 фоиз ва ундан ортиқ бўлган хўжалик жамиятлари ҳамда давлат унитар корхоналари томонидан очиқ маълумотлар сифатида жойлаштирилиши керак бўлган ижтимоий аҳамиятга молик маълумотлар рўйхати тасдиқланди.

Бу рўйхат – сўз эркинлиги шароитида амал қилиниши керак бўлган қоидалар мажмуининг энг муҳим бўғини. Шу пайтгача анча мажхул кўринишда бўлган, умумийроқ гаплар билан эслатиладиган, амалда мансабдорнинг хусусий талқинларига боғлиқ бўлиб қолаётган жиҳат эди.

Давлат сиёсатининг очиқлигида ҳам чегара бўладими? Ҳа, бўлади. исталган давлатни олинг, шундай норма мавжуд. Фақат бу чегаралар ҳар икки томон учун ҳам тушунарли шаклда, мантиқан асосланган бўлиши керак.

Ўзбекистонда Давлатимиз раҳбарининг сиёсий иродаси туфайли жорий бўлган очиқлик сиёсатининг моҳияти, ўзига хослиги шундаки, давлат органлари ва ОАВ, фуқаролик журналистикаси вакиллари ўртасидаги мулоқот жараёнида пайдо бўлган, етилиб келаётган муаммоли, баҳсли вазиятларни тартибга солиш бўйича ҳуқуқий асослар тақдим этиб борилмоқда. Маълум бир доғмаларга ёпишиб олиш йўқ.

Демак, эндиликда давлат иккита муҳим вазифани ижро органи олдига қўйди: 1) ижтимоий аҳамиятга молик очиқ ахборотлар туркуми таснифланди; 2) давлат сирини ташкил этувчи ахборотлар мажмуи очиқ айтилди.

Қарс икки кўлдан чиқади. Энди миллий журналистика ҳам янги даврга оёқ қўйишни бошлаши ушбу фармон ижроси талаб қиладиган воқелиқдир. Шу пайтгача давраларда, ўзаро суҳбатларда айтиб келинган ёқимсиз ҳақиқат бор эди: таҳлилий журналистика ривожланиши учун етарли маълумотлар топиш осон эмас эди.

Охирги йилларда изчиллик билан шу йўналишда ишланди. Қабул қилинаётган ҳар бир қонун, фармон, қарор матнига, мазмунига эътибор қаратилса, очиқлик сиёсати барқарор бўлиши учун горизонтал ва вертикал тизим ташкил қилишга интилишни кўрамиз. Эндиликда синовдан ўтган, муайян тажрибалар асосида ривожланаётган бу тизим яхлит кўриниш олди.

Сиёсий ҳокимиятнинг асосий вазифаларига қонунлар ишлаб чиқариш, уни амалга ошириш, ижроси устидан назорат ўрнатиш, бошқаришни ташкил қилиш киради. Биз сиёсий ҳокимиятнинг такомиллашувига назар солсак, у биринчидан, фуқаролар ишончини таъминлаш орқали легитимлигини мустаҳкамлаш; иккинчидан, глобал ўзгаришлар, мамлакатда юзага келадиган муаммолар ва унинг ечимларини топиш учун ўзини ўзи ислоҳ қилиш; учинчидан, учала тармоқнинг ўзаро мувозанатда ва ҳамкорликда фаолият кўрсатишида ўзининг ифодасини топади. Энг асосийси, давлат ҳокимияти ўзини-ўзи ислоҳ қилишида ва фаолиятида фуқароларнинг ўзидан бегоналашиб кетишига йўл қўйилмаслиги даркор. Бунда давлат ҳокимияти фуқароларнинг “жиловини” ўз қўлида ушлаб туришига эриша билиши қанчалик муҳим бўлса, фуқароларнинг давлат ҳокимиятининг “жиловини” шу даражада ушлаб туриши ҳам шу даражада муҳим ҳисобланади. Ана шундагина фуқароларнинг давлат ҳокимиятига ишончи мустаҳкамланади, айти пайтда, ҳокимиятнинг легитимлиги ҳам ривожланиб (ёки таъминланади) боради.

Матбуотваоммавий ахборот воситаларини эркинлаштириш ва ривожлантириш, сўз эркинлигини таъминлашга қаратилган 10 га яқин қонун ҳужжатлари қабул қилинди ва улар орқали:

- ОАВ ва давлат органлари ва ташкилотларининг ахборот хизматлари ходимларининг мақоми оширилди;
- Хусусан, ҳамжамият таклифларини ўрганиш учун www.meningfikrim.uz ва regul.gov.uz веб-сайтлари яратилди;
- сўз эркинлигини таъминлаш мақсадида ахборот соҳасидаги маъмурий ва жиний жазолар либераллаштирилди.

Жамоатчилик билан алоқалар жамият тараққиётига хизмат қилади. Жамоатчилик билан алоқалар асосан Ахборот хизматлари орқали йўлга қўйилади. Ахборот хизматлари бу вазифани ОАВ билан ҳамкорликда амалга оширади.

Ахборот хизмати (матбуот хизмати, жамоатчилик билан алоқалар хизмати) давлат ва хўжалик бошқаруви органи (кейинги ўринларда - ташкилот) марказий аппаратининг мустақил таркибий бўлинмаси ҳисобланади ҳамда бевосита унинг раҳбарига бўйсунди.

Хизмат ўз фаолиятида Ўзбекистон Республикаси Конституциясига, “Давлат

ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонунига ва ҳамда Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизмати тўғрисидаги Низомга амал қилади.

Хизмат ўз фаолиятини ташкилотнинг ҳудудий ва таркибий бўлинмалари ҳамда бошқа давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг тегишли хизматлари билан ўзаро яқин ҳамкорликда амалга оширади.

Хизматнинг асосий вазифалари ва функциялари ташкилот раҳбарияти томонидан замонавий талабларга мувофиқ белгиланадиган ахборот сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишда иштирок этиш;

ахборот соҳасидаги ягона давлат сиёсатини амалга ошириш борасида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Матбуот хизмати, бошқа органларининг ахборот хизматлари билан самарали ва амалий ҳамкорликни таъминлаш;

кенг жамоатчиликни ташкилотнинг фаолияти, унинг соҳага доир норматив-ҳуқуқий ҳужжатлари тўғрисида ҳолисона, сифатли ва тезкор хабардор қилиш;

ОАВ билан ўзаро ҳамкорлик қилиш, Хизмат билан доимий ҳамкорликда ишлайдиган журналистлар доирасини шакллантириш, ахборот хабарларини (матбуот учун ахборотлар, бюллетенлар ва шу кабиларни) тарқатиш, оммавий тадбирларни ташкил этиш;

ташкилотнинг расмий веб-сайтида ахборотни тезкорлик билан жойлаштириш ва ўз вақтида янгилаб бориш, Интернет тармоғидаги веб-ресурсларни, шу жумладан, ижтимоий ва мобиль тармоқларни ривожлантириш;

ахборот майдони мониторингини олиб бориш ва таҳлил қилиш, уларга муносабат билдиришнинг турлари, усуллари ва даражаси бўйича экспертлар билан биргаликда таклифлар тайёрлаш, ОАВ, шу жумладан, Интернет тармоғида материаллар тарқатиш бўйича комплекс ишларни ташкил этиш;

ташкилотнинг бошқа бўлинмалари билан биргаликда миллий ва хорижий ОАВда тарқатиш учун хабар, ахборот-маълумот материаллар, шарҳлар ва ахборот-таҳлилий материаллар тайёрлаш;

ташкилот фаолиятини хорижий ОАВда сифатли ёритиш мақсадида Ўзбекистон Республикасининг хорижий мамлакатлардаги ваколатхоналарини, шунингдек, хорижий мамлакатларнинг Ўзбекистондаги дипломатик ваколатхоналарини ахборот материаллари (фото, аудио ва видеоматериаллар, босма маҳсулотлар ва

шу кабилар) билан таъминлаш;

идора фаолиятига нисбатан жамоатчилик фикрининг ҳолати ҳамда миллий ва хорижий ОАВ позициясини таҳлил қилиш ва улар тўғрисида давлат ҳокимияти ва бошқаруви органи раҳбариятига ахборот бериш;

ташкilotнинг фаолият соҳасига алоқадор матнли, фото, аудио ва видеоматериаллар маълумотлар банкини шакллантириш ва юритиш.

Хизмат юкланган вазифаларни амалга ошириш учун қуйидаги функцияларни бажаради:

ОАВда, шу жумладан, Интернет тармоғида ахборот эълон қилади (чоп этади), шунингдек, уларни расмий веб-сайтларда, ҳамма кириши мумкин бўлган хоналар ва жойларга жойлаштириш ва янгилаб боришни таъминлайди;

оммавий тадбирларни, шу жумладан, давлат ва хўжалик бошқаруви органининг раҳбарлари иштирокидаги тадбирлар (мажлислар, йиғилишлар, учрашувлар, матбуот анжуманлари, брифинглар, семинарлар, давра суҳбатлари ва бошқалар) ни ташкил этади ва ўтказди;

ОАВ ва журналистларнинг сўрови асосида уларга оғзаки ва ёзма шаклда (шу жумладан, электрон ҳужжат шаклида) ахборот тақдим этади;

қабул қилинаётган қонун ҳужжатлари, социал ва ижтимоий аҳамиятга молик муҳим дастурлар ҳамда Ўзбекистон Республикаси ҳудудида ҳуқуқни қўллаш амалиёти ҳолати мониторингини олиб боради ва кенг жамоатчиликни хабардор қилиб боради;

Хизмат олдида турган вазифаларни самарали ҳал этиш учун зарур бўлган ахборотни давлат ва хўжалик бошқаруви органининг бошқа бўлинмалари билан ўзаро ҳамкорликда тўплайди ва уларни пухта ишлайди;

ташкilot фаолиятига доир масалалар бўйича босма материалларни тайёрлайди ҳамда миллий ва хорижий нашрларда эълон қилади, телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришларни ташкил этади, тегишли соҳада давлат сиёсатини амалга оширади;

ташкilot фаолиятига доир масалалар бўйича жамоатчилик фикрини ҳамда миллий ва хорижий оммавий ахборот воситалари позициясини ўрганишга доир таҳлилий ишларни амалга оширади, раҳбариятга ахборот бериш учун эълон

қилинган долзарб материаллар шарҳларини тайёрлайди;

ОАВ билан ахборот-маълумотнома ишларини амалга ошириш учун ташкилот фаолиятининг асосий йўналишлари бўйича таҳлилий, статистик ва бошқа материалларнинг тизимлаштирилган маълумотлар банки ташкил этилиши ва юритилишини таъминлайди;

ташкилот фаолиятини энг тўлиқ ва холисона ёритиш мақсадида миллий ва хорижий ОАВ ҳамда журналистлар билан ўзаро ҳамкорликни амалга оширади;

ташкилотнинг веб-сайти ташкил этилишини ва уни замонавий даражада юритишни таъминлайди;

ташкилот томонидан ташкил этиладиган расмий тадбирлардан теледастурлар, роликлар ва лавҳалар тайёрлашда ва уларни монтаж қилишда иштирок этади ҳамда ушбу материалларни белгиланган тартибда сақлаш учун уларнинг архивлаштирилишини таъминлайди;

ташкилот фаолиятига доир фото, аудио ва видеоматериалларни тайёрлайди ҳамда уларни тайёрлаш жараёнида давлат ва нодавлат ОАВ билан ўзаро ҳамкорлик қилади;

Хизмат ўз ваколатлари доирасида миллий ва хорижий ахборот агентликлари ҳамда ОАВнинг ташкилот фаолияти тўғрисидаги материалларни тайёрлашда кўмаклашиш тўғрисидаги буюртманомалари ва сўровларини кўриб чиқади.

Хизматнинг ҳуқуқлари ва жавобгарлиги:

Хизмат ўзига юкланган вазифалар ва функцияларни бажариш учун қуйидаги ҳуқуқларга эга:

Хизматнинг вазифалари ва функцияларини бажариш учун зарур бўлган ахборотни давлат ва хўжалик бошқаруви органининг бошқа бўлинмаларидан, идоравий мансуб ташкилотлардан белгиланган тартибда сўраб олиш;

давлат ва хўжалик бошқаруви органининг йиғилишларида, мажлисларида ва бошқа тадбирларида қатнашиш;

кўйилган вазифаларни бажариш учун ташкилотнинг раҳбари билан келишган ҳолда идоранинг бошқа бўлинмалари ходимларини жалб этиш, шунингдек, бошқа ташкилотларнинг мутахассислари ва малакали экспертларини, шу жумладан, шартнома асосида жалб этиш;

бошқа ташкилотларнинг ахборот хизматлари билан белгиланган тартибда ўзаро ҳамкорлик қилиш;

раҳбариятнинг топшириғига кўра давлат органларида республика ва халқаро аҳамиятга эга бўлган тадбирларда Хизмат ваколатига тааллуқли масалалар бўйича ташкилот номидан вакиллик қилиш;

ўз ваколатлари доирасида босма нашрларни нашр этиш;

ташкилотнинг ахборот сиёсатини такомиллаштиришга доир таклифларни, Хизмат фаолияти масалалари бўйича норматив ҳужжатлар лойиҳаларини раҳбариятнинг кўриб чиқиши учун киритиш.

Хизмат ўзига юкланган вазифаларнинг сифатли ва ўз вақтида бажарилиши;

ташкилот фаолиятининг миллий ва хорижий ОАВда ҳолисона, сифатли ва тезкор ёритилишини таъминлаш учун жавоб беради.

Бундан ташқари, PR мутахассислари янги таҳрирдаги Меҳнат кодексини яхши билиши, ўз ташкилотининг ички тартиб қоидаларига риоя қилишлари керак.

Бундан кўриниб турибдики, жамоатчилик билан алоқалар соҳасида муваффақиятли фаолият олиб бориш учун оммавий ахборот воситалари соҳасига тааллуқли ва амалда қўлланиладиган тегишли норматив-ҳуқуқий ҳужжатларни билиш мажбурийдир.

Бу соҳага киришишдан аввал назарияни билган яхши, лекин фаолиятни йўлга қўйиш учун қонунчилик асосларини ўзлаштириши ва билиш зарур экан. Ҳозирги вақтда жамоатчилик билан алоқалар мустақил фаолият тури ҳамда касб сифатида ҳам кенг тарқалмоқда. Қатор олий таълим муассасалари фаолиятнинг бу йўналиши учун ҳам мутахассислар тайёрлашмоқда. Кузатувлар бир неча йиллар давомида ҳаётимизнинг кўплаб соҳалари жамоатчилик билан чамбарчас боғлиқ ҳолда ишлашини кўрсатмоқда. Шу билан бирга, PRни ҳуқуқий тартибга солиш кўплаб соҳалар каби долзарб бўлиб бормоқда.

Боиси, бутун бошли фаолият муваффақияти кўп жиҳатдан малакали мутахассислар ва уларнинг амалдаги иш фаолиятига боғлиқ. Қонунчилик асослари эса ўзига хос пойдевор бўлиб, уларни билмаслик ҳар қандай фаолиятига зарар етказишини амалда кўряпмиз. Бунинг учун эса соҳага малакали ва билимли кадрлар зарур. Мазкур кадрларнинг қонунчиликда белгиланган мақомини амалда ҳам жорий этиш, янги трендларни инобатга олиб доимий равишда малакасини

ошириб бориш, мавжуд штатлар бирлигини қайта кўриб чиқиш, зарур меҳнат шароитларини яратиш, шунингдек, давлат органлари фаолиятини тарғиб қилувчи материаллар учун сарфланиши назарда тутилган алоҳида маблағлар амалдаги қонунчиликда назарда тутилмаганлиги учун давлат идоралари ва ташкилотлари нима асосида пул тўлашни билишмайди. Қонунчиликда бу масала очик қолган. Шу сабабли мазкур камчиликларни бартараф этиш юзасидан мутасадди ташкилотлар томонидан тегишли хужжатлар қайта кўриб чиқилиб, ўзгартириш ва қўшимчалар киритилиши лозим.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси;
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Оммавий ахборот воситалари мустақиллигини таъминлаш ҳамда давлат органлари ва ташкилотлари ахборот хизматлари фаолиятини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори. ПҚ–4366-сон 27.06.2019 йил;
3. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикаси давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг ахборот хизматлари фаолиятини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори. ПҚ-125-сон 15.02.2018 йил;
4. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида” Қонуни. ЎРҚ-369-сон 05.05.2014 йил;
5. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги (янги таҳрири) Қонуни. ЎРҚ-78-сон 15.01.2007 йил;
6. <https://president.uz/uz/lists/view/4057>
7. <https://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2018/inf-doc-obespech-upravl/8/suhoruchek.pdf>
8. https://studme.org/1830090326225/menedzhment/professionalnye_lichnostnye_kachestva_pr-spetsialista
9. <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovye-osnovy-pr-deyatelnosti-v-seti-internet/viewer>

10. Т.ЭШБЕКОВ “Жамоатчилик билан алоқалар ва Ахборот хизматлари”.
Ўқув қўлланма. ЎзМУ – 2012. <http://uchildiz.uz>.