

AXBOROT XIZMATLARI FAOLIYATINI TASHKIL ETISHDA TARIX VA XORIJ TAJIBASI

Umida Umarova

*O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Media va kommunikatsiya fakulteti talabasi*

Anotatsiya: Ushbu maqola axborot xizmatlarini tashkil etishda xalqaro tajribalar, mamlakatimiz axborot xizmatlarini rivojlantirishga qaratilgan takliflar haqida.

Kalit so'zlar: PR, Lissabon kodeksi, Margerit Sallivan, PR amaliyotchisining vazifalari, axborot xizmati.

Bugungi kunda axborot oqimining jadallashuvi, aholining huquqiy madaniyati va huquqiy ongi ortib borishi natijasida yurtimizda davlat organlarining fuqarolar oldida mas'uliyatli bo'lishi qat'iy talab bo'lib bormoqda. Shunday ekan, matbuot xizmatlari faoliyatining to'g'ri yo'lga qo'yilishi ham davlat va fuqarolar o'rtasidagi axborot ko'prigining shakllanishiga yordam beradi. Bunda esa xorij va mamlakatimiz tajribalarini o'rganish katta ahamiyatga ega.

“Public relations” PR iborasi ilk bor AQSHning uchinchi prezidenti Tomas Jefferson tomonidan ishlatilgan. Ushbu atama o'zbek tilida matbuot xizmatlari tashkilotlarini anglatadi. Tomas Jefferson 1807-yil “Kongressga yettinchi murojaat”ida ushbu atamani birinchi marta qo'llagan. Bundan maqsad o'sha davrda hukumatning jamoatchilik bilan aloqalarini davlat darajasiga ko'tarish, ilmiy tashkiliy jihatdan yo'lga qo'yish edi. Keyinchalik PR fani asoschilaridan biri Edvard Berneyz bu iboraning mohiyatini “Jamiyat manfaatlarini yo'lidagi harakatdir” deb ta'riflagan.¹ Ushbu tushunchaning jurnalistikaga fan sifatida kirib kelishiga sababchi bo'lgan shaxs – Ayvi Lidir. Li 1898-yilda Nyu-Yorkning Priston universitetini tamomlaydi. O'zining ijtimoiy-siyosiy hayotga qiziqishi tufayli Ayvi Li 1903-yilda Nyu-York meri lavozimi uchun bo'lib o'tgan saylovda o'z qarashlari asosida yangicha targ'ibot usullarini namoyish etadi. Buning natijasida kelasi yili bo'lib o'tadigan Prezident saylovida Demokratlar partiyasining milliy qo'mitasida matbuot byurosi xodimi sifatida faoliyat olib boradi. U matbuot xizmati xodimining faoliyatini jamoatchilikka yaqinlashtirish maqsadida 1906-yil “Tamoyillar deklaratsiyasi” asarini nashrdan chiqaradi. Shu orqali jurnalistika sohasi negizida yana bir tarmoq mavjud bo'ladi. Deklaratsiyada shunday deyilgan edi: “Bu sirli matbuot byurosi emas. butun ishimizni ochiq-oydin bajaramiz. Bizning vazifamiz yangiliklar yetkazib berish. Bu targ'ibot agentligi emas. qisqasi, maqsadimiz shundan iboratki, biz ishchan doiralar va

tashkilotlar nomidan AQSH jamoatchiligini qiziqtirgan ma'lumotlarni matbuotga ochiq-oydin berib borishdir.”²

Axborot xizmatlari faoliyatini o'rganish uchun jahon tajribasiga nazar soladigan bo'lsak, bir qator xalqaro huquqiy hujjatlarni ko'rishimiz mumkin. Bunday Kodekslar orasida 1978-yilda qabul qilinib, 1989-yil 13-mayda o'zgartirishlar kiritilgan «PRda odob-axloq qoidalari Yevropa Kodeksi (Lissabon Kodeksi)» alohida o'rin tutadi³. Kodeksning 3-punktida «PR amaliyotchisi professional faoliyatida adolatli ekanligi, intellektual salohiyati va betaraf ekanligini ko'rsatishi darkor. U ayniqsa yanglishtiruvchi, yolg'on sharh yo axborotdan foydalanmasligi shart. Amalda ushbu Kodeksga zid bo'lgan usullarni qo'llashdan ehtiyot bo'lishi lozim» deb ko'rsatilgan. Shu o'rinda PR sub'ekti o'zi axborot olish va tarqatish bilan shug'ullanuvchi shaxs ekanligi ham namoyon bo'lmoqda. Ushbu hujjatning 4-punktida «PR harakatlari ochiq-oydin olib borilishi kerak; ular oson uqib olinishi, manbasi aniq bo'lishi va uchinchi shaxslarni chalg'itmasligi kerak»ligi uqdiriladi. Kodeksning 5-punktida belgilangan qoidalar ham e'tiborga molik. «PR amaliyotchisi o'zga kasb va ijtimoiy aloqalarning boshqa sohalarga tegishli bo'lgan qoidalar va usullarni uning kasb etikasiga qanchalik mosligini anglagan holda hurmat qilishi shart. PR amaliyotchisi davlatda amal qilayotgan qonunlarni hurmat qilishi, milliy odob-axloq normalariga rioya etishi hamda shaxsiy reklamaga intilishda vazmin bo'lishi talab etiladi». Shu o'rinda Kodeksning ayrim punktlariga e'tibor qaratish zarur. Ya'ni, 15-punktida «Jamoatchilik vakillarini aldashga qaratilgan har qanday harakat ta'qiqlanadi» deb ko'rsatgan holda hujjat xotimasida «Kodeks buzilishiga yo'l qo'ygan amaliyotchining o'zi uni buzgan» deb hisoblanishi qayd etilgan. Axloq me'yorlari PRning ravnaq topishiga xizmat qilar ekan, har xil jamiyat guruhlari bilan OAV muloqoti – PR tashkilotining vazifasi» bo'lib qoladi⁴. AQShdagi Xalqaro kommunikatsiya va tashqi aloqalar instituti mutaxassisi Margerit Sallivan “Mas'ul axborot xizmati” to'plamida bayon etilgan ayrim fikrlar bilan tanishamiz⁵.

“Hamma foydalana olishi mumkin bo'lgan axborotsiz yoki uni olish usullariga ega bo'lmagan xalq hukumati maynavozchilik yo fojiaga, yoxud har ikkisiga debochadan bo'lak narsa emas”.

“Odamlarga voqealardan xabardor bo'lish imkonini bersangiz, mamlakat xavf-xatardan holi bo'ladi”.

“G'oyalar oqimi, mulohazakor qarorlar qabul qilish qobiliyati, tanqid qilish imkoniyati – siyosiy demokratiya suyanadigan barcha asoslar ko'p darajada axborotga bog'liq”.

“Hukumatning xalq bilan aloqasi butun tizimining markazi – jamoatchilik bilan aloqa bo'yicha axborot xizmatidir. Hukumat axborot xizmati – OAV hukumat faoliyati to'g'risida kunda axborot beradigan kanal”.

“Hukumatlar ixtiyorida juda katta hajmda axborot bo‘lib, ular uchun ushbu axborotni fuqarolarga yetkazishning samarali usuli zarur, shundagina hukumat axborot xizmati vakili sahnaga chiqadi. Bu odam hukumat ichida ishlovchi reportyor kabi, jamoatchilik uchun axborot to‘playdi”.

“Axborot xizmati xodimi jurnalistlar bilan qalbdan, biroq professional munosabatda bo‘lishi kerak. Reportyorlar o‘z ishini qilishi, sizlar, axborot xizmati vakillari esa, o‘z ishingizni qilishingiz darkor. Sizlar reportyorlar bilan do‘st bo‘lishingiz mumkin, biroq jurnalistlar ham xuddi o‘zilaringiz kabi doim xizmatdaligini yodda tutishingiz kerak”.

“Matbuot kotibining ishi prezident pozitsiyasi va fikrlarini unga o‘zining keyingi ishlarini aniqroq rejalash imkonini beradigan, ayni vaqtda hukumat nima bilan shug‘ullanayotganini bilishda matbuotga ko‘maklashadigan qilib bayon etishdan iborat. Bu – ayni bir vaqtda ikki janobga xizmat qilishda ehtiyotkorlik bilan mushkullarni yengishga imkon beradigan, ustalik bilan muvozanatlashtirilgan faoliyat”.

“Axborot xizmati vakillarining professional aloqalari do‘stona, biroq shaxsiy aloqalari keskin bo‘lishi mumkin. Reportyor murakkab savollar beradigan, sizga yoqmaydigan reportajni yozishga yoki efirga uzatishga to‘g‘ri keladigan vaqt kelishi mumkin. Siz do‘stlikka umid bog‘lay olmaysiz. Doim nimadir – yo do‘stlik, yoki professional munosabatlar ziyon ko‘radi. Biroq siz professional munosabatda bo‘lishingiz zarur. Siz reportyorni taklif qilib: “Sen bu voqeani chindan ham ko‘pirtirib yuboribsan”,– deya olish imkoniyatiga ega bo‘lishingiz kerak”.

“Yaxshi matbuot kotibi yangilik tizimida ishlaydigan har qanday qonuniy tashkilotning axborot to‘g‘risidagi har bir so‘rovini, hatto: “Men bu masalaga keyinroq qaytaman” degan bo‘lsa-da, qondirishi shart. Oddiy xushmuomalalik asosiy qoida bo‘lib xizmat qilishi darkor. Garchi ushbu damda matbuot dushmanlarcha otlanib turgan bo‘lsa ham, ular axborot tarqatish uchun kerak bo‘lib qoladigan vaqt keladi. Shunday dam kelganda ular kimdan qarzdor ekanliklarini unutishmaydi”⁶.

Tashkilotda Axborot xizmatini ilmiy tashkil etish samarali bo‘ladi. Buning uchun avalo uning quyidagi bazasini yaratish zarur: Birinchisi, “Axborot xizmatining Nizomi” ishlab chiqilishi va ishni shu Nizom asosida tashkil etish zarur⁷. Tashkilot binosida Axborot xizmati uchun alohida xonalar ajratilishi va ularda stol-stullar, boshqa zarur jihozlar bilan bir qatorda faksli telefon, kompyuter (printer va skaneri bilan), televizor, radio, video, videokamera, diktofon va boshqa ashyolar bo‘lishi zarur. (Qaysiki tashkilotning Axborot xizmati boshqa binoda joylashgan bo‘lsa, u kutilgan darajada faoliyat ko‘rsata olmaydi).

Ikkinchisi, Axborot xizmatiga ushbu ixtisoslikka ega bo‘lgan kadrlar ishga qabul qilinishi maqsadga muvofiqdir. Jumladan, jurnalistikadan bexabar, tahririyat, axborot agentliklari, radio va televideniye ishini tushunmaydigan shaxs axborot xizmatida

faoliyat ko'rsata olmaydi. Ayni paytda PR nazariyasi va amaliyotini puxta bilgan jurnalist Axborot xizmati faoliyatini rivojlantirishga samarali hissa qo'shishi mumkin. Axborot xizmatida qancha xodim ishlashi uni tashkil etgan tashkilotga bog'liq. Jahon amaliyotida har bir tashkilotda kamida uch nafardan o'n besh kishigacha ishlashi ma'lum. Qator rivojlangan mamlakatlarning yetakchi tashkilotlarida hatto 50 nafargacha xodim ishlashi kuzatilgan. Har bir xodimning o'z vazifasi bor. Ya'ni, biri – gazeta-jurnallarni, ikkinchisi – radioni, uchinchisi – teleko'rsatuvlarni, to'rtinchisi – internetni muntazam kuzatib boradi va tashkilotga oid zarur axborotlarni to'plash (va shu yo'l orqali jamoatchilik fikrini o'rganish) bilan shug'ullanadilar. Ayni paytda ular OAV yordamida o'z axborotlarini tarqatib boradilar. Respublikamizning qator yetakchi tashkilotlarida asosan uch nafardan xodim faoliyat ko'rsatmoqda. Ya'ni, axborot xizmati rahbari, katta referent va operator. (Axborot xizmati mas'ul xodimlari boshqacha nomlanishi ham mumkin).

Uchinchisi, Axborot xizmati xodimlari respublikamiz yetakchi gazeta-jurnallarini muntazam kuzatib borish imkoniga ega bo'lishi lozim. Bu borada tashkilotga obuna yo'li bilan keladigan nashrlarning taxlamlari iloji boricha Axborot xizmati xonasida turishi maqsadga muvofiqdir. Axborot xizmati rahbari – tashkilot rahbarining matbuot kotibi hisoblanadi. U barcha masalalarda tashkilot rahbari bilan bevosita muloqot qilib, bu sohada uning maslahatchisi bo'lib xizmat qiladi. Matbuot kotibi tashkilotning axborot xavfsizligini ta'minlashga mas'uldir. U matbuot anjumanlarida, brifinglarda hamda OAV vakillari bilan suhbatlarda tashkilot rahbari nomidan gapirishi, turli savollarga javob berishi, axborot tarqatishi, raddiya berishi mumkin. Bu ishlarning barchasi tashkilot rahbari bilan kelishilgan holda qilinishi shart. Axborot xizmatini tashkil etish va uning faoliyatini yo'lga qo'yish masalasini har bir vazirlik, idora va muassasa o'zining tegishli Nizomi va boshqa normativ hujjatlari asosida hal etadi. Faqat, uni tashkil etish va faoliyatini takomillashtirishda nazariy manbalarga, ilg'or tajribalarga tayangan holda ish tutish maqsadga muvofiqdir.

Yuqorida ta'kidlanganidek, bugungi kunda axborot xizmatlarini rivojlantirish uchun bir qator islohotlar amalga oshirilmoqda. Shu o'rinda axborot xizmatlari tomonidan yo'lga qo'yilayotgan xatoliklarni bartaraf etish, ushbu sohani yanada rivojlantirish maqsadida bir qator takliflarni berib o'tsam.

Birinchi, axborot xizmatlari ba'zan axborotni kechiktirib berishi kabi holatlar bugun ham kuzatilmoqda. Yoki jurnalistlar tomonidan bildirilgan mulohazalar, talab etilgan munosabatlar ochiqlicha qolib ketmoqda. Misol uchun, Xorazm pedofil amaldorlari voqaei keng jamoatchilik muhokamasiga olinib ko'plab noroziliklarga sabab bo'ldi. Ularga tayinlangan jazoning adolatsiz ekanligini mamlakatimizdagi ko'plab OAV yoritib chiqdi. Biroq, Oliy Sud axborot xizmati bunga hech qanday munosabat bildirib o'tirmadi. Shunchaki, voqea bugunga kelib odamlarning xayolidan ko'tarildi.

Ikkinchidan, OAV orqali tanqidga olingan voqea, holatlarga tegishli tashkilot yoki organ axborot xizmatlari munosabat bildirmayapti. Bu esa mamlakatimiz imijining tushib ketishiga sabab bo'lmoqda. Misol uchun, "Ozodlik radiosi" tomonidan tayyorlangan elektr-energiyasi bilan bog'liq lavha deyarli har bir o'zbekistonlikni to'liqlantirdi. Lekin Energetika vazirligi bunga hech qanday munosabat bildirmadi. Kuz.uz tomonidan vazirlikka aloqasi yo'q "to'rt ta odamni yig'ib" gapirtirishini hisobga olmaganda, bu voqea shu kunga qadar jumboq bo'lib kelmoqda. Bunday vaziyatda Energetika vazirligi axborot xizmati tomonidan raddiya e'lon qilinishi kerak edi.

Yuqoridagilarni inobatga olib shuni ayta olamanki, Axborot xizmatlarining zimmasiga ochiq qoldirilgan axborot uchun javobgarlik belgilanishi kerak. Shu bilan birga, bu javobgarlikni nazorat qiluvchi **davlat tasarrufida bo'lmagan** jamoatchilik nazorati tashkiloti tashkil etilishi kerak. Tashkilot tomonidan kiritilgan murojaat sud tomonidan ko'rib chiqilishi va qondirilishi talab qilinishi, zarur hollarda axborot xizmati rahbariga jazo tayinlanishi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. <http://uchildiz.uz/jamoatchilik-bilan-aloqalar-2/>
2. To'liqin Eshbekovning "Jamoatchilik bilan aloqalar va reklama" o'quv qo'llanmasi
3. Berneys E. L. The Later Years. Public Relations Insights 1956-1986.-Rhinebeck: Freye Press, 1986.
4. Blek S. Vvedeniye v pablik rileyshnz. –Rostov-na-Donu, 1998.
5. Butrin D. God otkrytyx dverey. //Kommersant. –2002, 24 dekabr.
6. Mo'minov F. Jurnalistika ijtimoiy institut sifatida. –T.: Universitet, 1998.