SIYOSAT

UDK: 070:659.3:32:34:008 DOI: 10.56292/SJFSU/vol29_iss5/a24

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI - SIYOSIY-HUQUQIY MADANIYAT TARG‘IBOTI SUBYEKTI SIFATIDA

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК СУБЪЕКТ ПРОПАГАНДА ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ

THE MEDIA AS A SUBJECT OF PROPAGANDA OF POLITICAL AND LEGAL CULTURE

[1]Rasulov Hakim Mamanovich

[1]Termiz davlat pedagogika instituti kafedra mudiri, siyosiy fanlar nomzodi, dotsent

Annotatsiya

Ushbu maqolada ommaviy axborot vositalari - siyosiy-huquqiy madaniyatni shakllantiruvchi subyekt sifatida jamiyatdagi ijtimoiy munosabatlar, kishilarning xatti-harakatlari doirasi ta’sirida namoyon bo‘lishini nazariy asoslash maqsadi ko‘zlangan.

Аннотация

В данной статье ставится цель теоретического обоснования того, что средства массовой информации-социальные отношения в обществе как субъект, формирующий политико-правовую культуру, проявляются под влиянием сферы поведения людей.

Abstract

The purpose of this article is to theoretically substantiate the fact that visits to the media - as a formative subject of political and legal culture - are manifested under the influence of social relations in society, the sphere of human behavior.

Kalit so‘zlar: *OAV, matbuot, siyosiy va huquqiy madaniyat, siyosiy-huquqiy targ‘ibot.*
Ключевые слова: *СМИ, пресса, политическая и правовая культура, политико-правовая пропаганда.*
Key words: *Media, press, political and legal culture, political and legal propaganda.*

KIRISH

“Axborot”, “siyosat”, “huquq” tushunchalari bir qarashda bir-biridan farqlanadigandek ko‘rinsa-da, jamiyat ijtimoiy-siyosiy voqeligida yuz berayotgan jarayonlardan kelib chiqadigan bo‘lsak, ular o‘rtasida o‘zaro uyg‘unlik borligini kuzatish mumkin. Zamonaviy axborot dunyosida matbuot va so‘z erkinligi, inson huquqlari, qonuniylikning ta’minlanishi kabi holatlar siyosiy-huquqiy mohiyat kasb etadigan hodisalar sifatida qaralmoqda. Bugungi global ijtimoiy voqelik va ilmiy tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, siyosiy va huquqiy madaniyat targ‘ibotini amalga oshirish faqatgina tegishli vakolatli davlat va jamoat tashkilotlar doirasidan tashqariga chiqib ketdi. Bu borada axborotlashgan jamiyatlarda OAVlari, global internet va ijtimoiy tarmoqlarning ta’sir xususiyatlari oshib bormoqda.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Muammoga aloqador masalalar Prezident farmon va qarorlarida hamda mamlakatimiz va xorijlik olimlarning, jumladan, B.Primov [2] va U.Tojixonov [5] larning dissertatsion tadqiqotida, N.Muratova va H.Rasulov [3] ning asarlarida, M.Quronov [4] risolalarida, A.Umirdinov [6] ning tahliliy ilmiy maqolalarida G‘arb olimlaridan Olaf Steingräber [7] ning tadqiqotlarida o‘rganilganligini kuzatish mumkin.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 20-apreldagi 342-son qarori bilan jamiyatda huquqiy madaniyatni yuksaltirish bo‘yicha tadbirlarni monitoring qilish va baholash tartibi belgilangan. Unga ko‘ra mamlakatimizda amalga oshirilayotgan huquqiy targ‘ibot tadbirlarining samaradorligini oshirish bu borada davlat organlari va tashkilotlarning mas’uliyatini kuchaytirish hamda huquqiy targ‘ibot tadbirlarini tashkil qilish bo‘yicha yangi innovatsion uslublarni joriy qilish va amalga tatbiq etish nazarda tutilgan.

Qarorga ko‘ra, huquqiy madaniyat targ‘iboti jarayonini monitoring qilish hamda baholash jarayonida “1) Prezident va Vazirlar Mahkamasi tomonidan tasdiqlangan jamiyatda huquqiy madaniyatni yuksaltirish bo‘yicha dasturlar, «yo‘l xaritalari»; 2) normativ-huquqiy hujjatlarning mazmun-mohiyati va ahamiyatini aholi va ijrochilarga tushuntirish bo‘yicha chora-tadbirlar rejalari; 2) davlat organlari va tashkilotlar tomonidan o‘zining soha faoliyatiga tegishli bo‘lgan normativ-

huquqiy hujjatlarni targ‘ib qilish yuzasidan tasdiqlangan targ‘ibot rejalari” [1] bajarilish holati tahliliga e’tibor qaratish ko‘zda tutilgan.

TADQIQ METODOLOGIYASI

Maqolada o‘rganilayotgan muammo ya’ni, ommaviy axborot vositalari - siyosiy-huquqiy madaniyatni shakllantiruvchi subyekt sifatida jamiyatdagi ijtimoiy munosabatlar, kishilarning xatti-harakatlari doirasi ta’siriga oida qarashlar ilmiy tadqiqotning siyosiy va qiyosiy tahlil, mantiqiylik, ilmiylik va xolislik metodlari asosida yoritilishiga e’tibor qaratildi.

NATIJALAR VA MUHOKAMA

Ommaviy axborot vositalari paydo bo‘libdiki, jamiyat ongini muayyan maqsad, siyosat va huquqiy tizimi manfaatlari doirasida ushlab turish uchun targ‘ibotning turli usullaridan, xususan, siyosiy-huquqiy targ‘ibotdan samarali foydalanishga harakat qilib keladi. Internetning paydo bo‘lishi OAVlarining bu boradagi imkoniyatlarini yanada oshirishga olib keldi. Tadqiqotchi B.Pirimov ta’kidlaganidek “XX asr ijtimoiy ongni boshqarish borasida burilish asri bo‘ldi. Millionlab kishilarni bir vaqtning o‘zida jadal targ‘ibot bilan qamrab olish imkonini beradigan yangi texnologiyalar paydo bo‘ldi” [2]. Bu texnologiyalar kishilar o‘rtasidagi jonli muloqotni yo‘qqa chiqarib, jamiyatni global tarmoqqa bog‘lab tashladi.

Aksariyat hollarda ilmiy manbalarda targ‘ibot deganda siyosiy, falsafiy, ilmiy, badiiy va boshqa qarashlar va g‘oyalarni jamoatchilik ongiga singdirish va ommaviy amaliy faollikni oshirish maqsadiga qaratilgan faoliyat tushuniladi. Targ‘ibot jarayonining asosiy elementlari: uning predmeti (manfaatlari tashviqot orqali ifodalanadigan ijtimoiy guruh), mazmuni, shakllari va usullari, targ‘ibot vositalari yoki kanallari (radio, televidenie, bosma, ma’ruza tashviqoti tizimi va boshqalar), obyekti (tashviqot yo‘naltirilgan auditoriya yoki ijtimoiy jamoalar) tashkil etadi.

Agar “Targ‘ibot” tushunchasining etimologiyasiga e’tibor qaratadigan bo‘lsak, masalaning mohiyati yanada oydinlashadi. “Targ‘ibot” arabcha so‘zdan olingan bo‘lib, xohishni, qiziqishni kuchaytirish, rag‘batlantirish ma’nolarini anglatadi [3]. Shuningdek “targ‘ibot (lot. propaganda - tarqatilishi kerak bo‘lgan ma’lumot) - og‘zaki yoki ommaviy axborot vositalari orqali muayyan g‘oyalarning jamoatchilik ongida ommalashtirishga yo‘naltirilgan faoliyat” [4] ekanligi ham ta’kidlanadi. Shu ma’noda targ‘ibot deyilganda muayyan jamoatchilik fikri va hayotiy pozitsiyani shakllantirish maqsadida ma’lum bir g‘oya, fikr, qadriyat, norma, ma’lumot, fakt yoki argumentning tarqatilishi jarayoni tushuniladi. Ana shundan kelib xulosa qiladigan bo‘lsak, targ‘ibotning barcha turlari kabi siyosiy madaniyat va huquqiy madaniyat targ‘ibotini ham bir-biridan ayri holda qarash mumkin emas. Boshqacha aytganda, ularning birini ikkinchisidan salmoqli, samarali yoki ustunroq deb bo‘lmaydi. Muammoning shu tarzda qo‘yilganligi ham siyosiy va huquqiy madaniyat muammosi tushuncha hamda hodisa sifatida o‘zaro uyg‘unlik kasb etishini bildiradi. Zero, davlat va jamiyat boshqaruv tizimida siyosiy va huquqiy munosabatlar ayri holda namoyon bo‘lmaydi. Huquqshunos olim U.Tojixonov to‘g‘ri ta’kidlaganidek, “jamiyatimiz uchun huquqiy va siyosiy madaniyat juda zarur fazilatdir. Lekin u bo‘sh joyda emas, balki madaniyatning boshqa barcha sohalari poydevori ustida qad rostlaydi” [5].

OAVlari nafaqat kundalik ijtimoiy-siyosiy voqelikni yoritadi. U davlat siyosati, jamiyatda kechayotgan ijtimoiy jarayonlar, muammo va kamchiliklarga nisbatan munosabatni shakllantirishga xizmat qiladi. Shu jihati bilan u jamiyatning ko‘zgusi bo‘la oladi. Ayniqsa OAVlari orqali davlat boshqaruv tizimi, boshqaruv kadrlarining qonuniy faoliyatini kuzatishda va shu asosda jamiyatda ma’lum munosabatlar paydo bo‘ladi hamda jamoatchilik nazorati amalga oshiriladi. Mass-media rivojlangan davlatlar tajribasidan shuni kuzatish mumkinki, davlat va jamiyat boshqaruv kadrlari faoliyatida ochiqlik, shaffoflikning ta’minlanishida OAVlarining o‘rni juda kattadir. Yaponiya davlat fuqarolik xizmatini tadqiq qilgan huquq fanlari doktori A.Amirdinovga ko‘ra “negativ va manfiy ko‘rinishdagi sadoqatning ildiz otib ketmasligi uchun haqiqiy mass-medianing borligi bu yurtning rivojiga hissa qo‘shadi” [6].

Demak, OAVlarining faoliyatidagi erkinlik va ochiqlik tamoyillari siyosiy-huquqiy tizimga bog‘liq. Siyosat va ommaviy axborot vositalari uyg‘unligi liberal munosabatlar shakllangan jamiyatlarda qaror topadi. Ommaviy axborot vositalarining erkinligi, mustaqilligi va plyuralizmi axborot va so‘z erkinligiga asoslanadi hamda har qanday demokratik davlatning asosiy elementi hisoblanadi. Ommaviy axborot vositalari erkinligi boshqa barcha inson huquqlarini himoya qilish uchun zarurdir. Yangi kommunikatsiya vositalarining rivojlanishi bilan ommaviy axborot vositalari erkinligiga aylantirilgan matbuot erkinligi haqli ravishda huquqiy davlatda matbuot, radio va

televidenie faoliyatining asosiy tamoyili sifatida qaralmoqda. Bu demokratiya rejimining ajralmas elementi, shaxslar va ularning birlashmalari uchun siyosiy plyuralizm va madaniy xilma-xillikni ta'minlashning zarur shartidir.

XXI asrga kelib axborot tarqatish global ahamiyat kasb eta boshladi. Shuningdek, axborot makonidagi o'zgarishlar sabab dunyoning yetakchi kuchlari o'rtasida muvozanatlar nisbatida ham o'zgarishlar yuz bera boshladi. Ana shunday siyosiy vaziyatda ommaviy axborot vositalari faoliyatida ochiqlik va so'z erkinligi, demokratik islohotlarning ijobiy natijalaridan aholini xabardor qilish istagi, siyosiy institutlar ya'ni, prezidentlik va parlament saylovlarining shaffofligini ta'minlash, hokimiyatlarni taqsimlash jarayonlarini qonuniylashtirish g'oyalari uyg'unlashib ketdi.

Zamonaviy axborotlashgan jamiyatda OAVlarining siyosiy va huquqiy madaniyat targ'ibotining subyekti sifatidagi o'rni; a) siyosiy modernizatsiya jarayonining ishtirokchilar va ular o'rtasidagi o'zaro ta'sir hamda axborot oqimining shaklanishi; b) siyosat subyektlari, ya'ni, siyosatchilar, tashkiliy tizimlar va fuqarolar o'rtasidagi o'zaro aloqalarda tavsiflanishi mumkin [7].

Darhaqiqat, ommaviy axborot vositalari jamiyat ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy, ma'naviy hayotining barcha jabhalaridagi yangilanishlarning targ'ibotchisi sifatida o'zgarishlarga daxldor bo'lish, jamiyat hayotidagi yutuq va kamchiliklarni o'z vaqtida keng omma ixtiyoriga havola qilish hamda o'z navbatida ularda ma'lum ijtimoiy munosabatni shakllantirishga xizmat qiladi. Bugun biz yashayotgan yangi davr, yangicha ijtimoiy munosabatlar ommaviy axborot vositalarining oldiga tez sur'atlar bilan o'zgarib, rivojlanib borayotgan jamiyatning talablariga har tomonlama munosib bo'lish, odamlarni o'ylantirayotgan, bezovta qilayotgan muammolarga javob izlash, jamoatchilik fikrini shakllantirish bo'yicha o'ta muhim va dolzarb vazifalarni bajarish lozimligini qo'ymoqda.

Siyosiy-huquqiy targ'ibot – bu shaxsni tarbiyalash shakli bo'lib, uning subyekti sifatida ommaviy axborot vositalari orqali aholi o'rtasida siyosiy-huquqiy bilimlarni tarqatishni nazarda tutadi. Ommaviy axborot vositalari orqali siyosiy-huquqiy targ'ibotni amalga oshirish tinchlik-osoyishtalikni asrash, jamiyatni yanada insonparvarlashtirishda yuqori marralarga erishish imkonini beradi.

Axborot madaniyati siyosiy va huquqiy ong darajasida shakllanishi axborot qayerdan, kim tomonidan va nima maqsadlarda uzatilyapti, kimning manfaatlarini o'zida aks ettiryapti, degan savollarga javob topa olish uchun ham zarurdir. O'zbekistonda media muhitning kengayishi hamda huquqiy bazasini mustahkamlashga bo'lgan ehtiyoj mamlakat mediabozorida yangi axborot iste'moli madaniyati va axborot makonini yaratish bilan bog'liq muammolarga jiddiy e'tibor qaratishni talab etmoqda. Buning uchun esa axborot iste'moli madaniyatning asosi bo'lgan media-axborot savodxonligini maktab ta'limi bosqichidayoq shakllantirilishi alohida ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, internetning universalligi uning jamiyatga, ijtimoiy guruhlarga va alohida shaxslarga ta'siri kuchayib borishi aholining media-axborot savodxonligini oshirish zaruriyatini vujudga keltirdi.

YUNESKOning media va axborot savodxonligi to'g'risidagi manbalarida ta'kidlanganidek, «media va axborot savodxonligini o'zlashtirgan fuqarolar: 1) tegishli texnologiyalardan foydalangan holda axborot va mediakontentni olish, baholash, yaratish va tarqatish layoqatiga ega bo'ladi. 2) o'zlarining axborot va OAV bilan ishlash sohasidagi huquqlarini, mas'uliyatini tushunadi. 3) axborot va media ta'minotchilarining funksiyasi va uni amalga oshirilish shartlarini anglaydi. 4) O'zaro axborot almashishning faol ishtirokchisiga aylanadi hamda muayyan bilimlarni yaratishga va ularni keng ko'lamda tarqatishga qodir bo'ladi [9].

Inson huquqlari umumjahon deklaratsiyasining 19-moddasida "har bir inson o'z fikr va so'z erkinligi huquqiga ega; bu huquq har qanday ommaviy axborot vositalari orqali va davlat chegaralaridan qat'iy nazar, o'z fikriga aralashish va izlash, olish va ma'lumot va g'oyalarni tarqatish erkinligini o'z ichiga oladi"[10].

Ommaviy axborot vositalari siyosiy-huquqiy madaniyatni shakllantiruvchi subyekt sifatida jamiyatdagi ijtimoiy munosabatlar, kishilarning xatti-harakatlari doirasi ta'sirida namoyon bo'ladi. Shunga ko'ra, OAVlarining jamiyat siyosiy-huquqiy munosatlariga ta'sirdan kelib chiqadigan bo'lsak a) jamiyatda pozitiv munosabatlarning yuzaga kelishiga olib keladigan huquqiy ta'sir; b) qonun buzilishi bilan bog'liq negativ holatlarni ifodalovchi salbiy huquqiy ta'sirga ajratish mumkin.

Ommaviy axborot vositalari fuqarolarni mamlakat ijtimoiy-huquqiy hayotidagi va xalqaro miqyosdagi voqealar, davlat va mahalliy o'zini o'zi boshqarish organlari faoliyatining huquqiy jihatlari, inson huquqlari va erkinliklari to'g'risidagi qonunlardan muntazam xabardor qiladi. Ommaviy axborot vositalari jamiyatda huquqiy axborotni tarqatadi. Huquqiy axborot – bu qonun, uning tizimi, manbalari, yuridik faktlar, huquqiy munosabatlar, jamoat tartibi, huquqbuzarliklar,

ularga qarshi kurashish va ularning oldini olish va hokazolar to‘g‘risidagi hujjatlashtirilgan yoki ommaviy e’lon qilingan ma’lumotlar yig‘indisidir.

Shuning uchun ham, bizningcha, ommaviy axborot vositalarining siyosiy-huquqiy ong va madaniyatga ta’sirini tahlil qilish uchun eng avvalo, shaxsning huquqiy ong va huquqiy madaniyati tarkibini ko‘rib chiqish maqsadga muvofiqdir. Ommaviy axborot vositalarining shaxs huquqiy madaniyatiga ta’sirining quyidagi asosiy yo‘nalishlarini ajratib ko‘rsatish mumkin: a) shaxsning huquqiy tafakkuri va huquqiy dunyoqarashini shakllantiruvchi axborot-huquqiy ta’lim; b) huquqqa va shaxsning yaxshi xulq-atvoriga ijobiy munosabatni belgilaydigan va shaxsga muntazam huquqiy ta’sir ko‘rsatish, uning ijtimoiy faol yaxshi xulq-atvorga e’tiborini rivojlantirish orqali amalga oshiriladigan huquqiy tarbiya; v) shaxsning qonun normalariga rioya qilish va ijobiy huquqiy yo‘nalishlarni mustahkamlash zarurligiga ishonchini shakllantiradigan huquqiy targ‘ibot. Ommaviy axborot vositalarining huquqiy ta’siri faqat fuqarolarga qonunchilik bo‘yicha bilimlarni tarqatish bilan cheklanib qolmasligi, shuningdek, shaxsda qonun normalariga rioya qilish, qonunga ijobiy munosabat va yaxshi xulq-atvorni shakllantirish zarurligi to‘g‘risidagi ishonchni shakllantirishda ham muhim ahamiyatga ega.

Ommaviy axborot vositalari orqali aholi siyosiy dunyoqarashi va huquqiy madaniyatini shakllantirish uchun dolzarb siyosiy-huquqiy masalalarni to‘g‘ri yoritish, qonun hujjatlariga aniqlik kiritish zarur. Ayniqsa, davlat ommaviy axborot vositalarida dolzarb siyosiy va huquqiy masalalarni to‘liq yoritmaslik yoki obyektiv yondoshuvning kamligi, muammo yuzasidan ilmiy, tahliliy dasturlar tayyorlanmayotganligi, aholining rasmiy axborotga bo‘lgan ehtiyojini boshqa muqobil manbalar vositasida qondirilishiga imkoniyat tug‘diradi.

Bu muammoning yechimi sifatida aholining davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi bilan bog‘liq axborotga bo‘lgan ehtiyojlarini qondirish uchun a) eng avvalo tarqatilayotgan axborotning tezkorligi, xolisligi, obyektivligi va jamiyat manfaatlari ustuvorligi prinsiplariga asoslanganligini; b) internet tarmog‘ida bepul milliy yuridik ma’lumotlar bazalari; v) tezkor siyosiy va huquqiy axborot manbalariga ega elektron kutubxonalar; g) mamlakatdagi ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy taraqqiyot va ma’naviy hayotimizdagi yangilanishlarga oid ilmiy-tahliliy elektron jurnallar yaratish; d) siyosat va huquqning dolzarb masalalari bo‘yicha internet-konferensiya o‘tkazish; e) siyosiy va huquqiy elektron kitob do‘konlarini targ‘ib qilishni ta’minlash lozim.

Ana shundagina jamiyatni o‘zgartirishlarga monand ommaviy axborot vositalarining roli sezilarli darajada oshib boradi. O‘z navbatida fuqarolarning ham jamiyatdagi huquqiy hodisalarni yanada to‘g‘ri va xolisona baholashga bo‘lgan ishonch va ehtiyoji ortib boradi. Huquqiy targ‘ibot shaxsning qonun normalariga rioya qilishi va jamiyatdagi yangilanishlarga pozitiv munosabati shakllanganida namoyon bo‘ladi.

XULOSA

Xulosa o‘rnida shuni ta’kidlash kerakki, endilikda OAV xalq va hokimiyat o‘rtasidagi samarali bo‘g‘inga aylanishi, mamlakatda amalga oshirilayotgan islohotlarning faol targ‘ibotchisiga aylanishi lozim. Shundagina o‘z mohiyati, vazifa va xususiyatlarini to‘la namoyon qila oladi.

ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Жамиятда ҳуқуқий маданиятни юксалтириш бўйича тадбирларни мониторинг қилиш ва баҳолаш тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида»ги 342-сон қарори. 20.04.2019.

2. Примов Б.А. Ахборот оқими жадаллашувининг ёшлар маънавий-ахлоқий тарбиясига таъсири// фалсафа фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – Тошкент.: 2020. - Б. 26.

3. Rasulov H.M. Ma’naviy targ‘bot texnologiyalari. – Termiz.: Kitob-nashr, 2022, - B. 10.

4. Қуронов М. Тарғибот тамойиллари. – Тошкент.: “Маънавият”, 2015, - Б. 5.

5. Тожихонов У. Ҳуқуқий маданиятнинг илмий-назарий муаммолари. // Юридик фанлар доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. – Тошкент.: 1995 – Б. 58.

6. Умирдинов А. Давлат фуқаролик хизматчиси халқ ва миллат олдида жавобгардир. // Жамият ва бошқарув №4, (98) 2022, - Б. 134.

7. Olaf Steingräber. Politische Kommunikation in den Massenmedien Bachelor Thesis, 2012. 46 Pages, Grade: 2,0 https://www.grin.com/document/209051 (фойдаланилган сана 01.01.2023)

8. Муратова Н. Журналистикада медиа ва ахборот саводхонлиги. – Тошкент.: Baktria press, 2019. –Б.14.

9. Universal Declaration of Human Rights, Article 19 (1948). https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights