



UDC: 324:32.019.5

Bekzod RASULOV,
Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti dotsenti, PhD
E-mail: rasulov.bekzod@samdaqu.edu.uz

**SAYLOVOLDI TASHVIQOT INSTITUTI: NOMZODLAR FAOLIYATINING SIYOSIY-KOMMUNIKATIV
MEXANIZMLARI VA SAMARADORLIK OMILLARI**

Аннотация

Mazkur maqolada saylovoldi tashviqoti tushunchasining mazmun-mohiyati, uning demokratik saylov prinsiplarini ta'minlashdagi roli tahlil qilingan. Muallif tomonidan nomzodlarning saylovchilar bilan aloqa o'rnatish usullari, siyosiy reklama va debatlarining samaradorligi ilmiy jihatdan asoslab berilgan. Shuningdek, maqolada zamonaviy axborot texnologiyalari va ijtimoiy tarmoqlarning tashviqot jarayonidagi o'rni hamda ushbu sohadagi qonunchilikni takomillashtirish bo'yicha takliflar ilgari surilgan.

Kalit so'zlar: Saylovoldi tashviqoti, elektoral jarayon, siyosiy texnologiyalar, nomzod imiji, saylov huquqi, siyosiy debatlar, media-strategiya, elektorat, demokratik institutlar.

**ИНСТИТУТ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ: ПОЛИТИКО-КОММУНИКАТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАНДИДАТОВ И ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Аннотация

В данной статье проанализированы сущность и содержание понятия предвыборной агитации, а также её роль в обеспечении демократических принципов выборов. Автором научно обоснованы методы установления связи кандидатов с избирателями, а также эффективность политической рекламы и дебатов. Кроме того, в статье рассматривается роль современных информационных технологий и социальных сетей в процессе агитации, а также выдвигаются предложения по совершенствованию законодательства в данной сфере.

Ключевые слова: Предвыборная агитация, электоральный процесс, политические технологии, имидж кандидата, избирательное право, политические дебаты, медиа-стратегия, электорат, демократические институты.

**THE INSTITUTION OF PRE-ELECTION CAMPAIGNING: POLITICAL-COMMUNICATIVE MECHANISMS OF
CANDIDATES' ACTIVITY AND EFFICIENCY FACTORS.**

Annotation

This article analyzes the essence and content of the concept of pre-election campaigning, as well as its role in ensuring democratic election principles. The author scientifically substantiates the methods of establishing communication between candidates and voters, as well as the effectiveness of political advertising and debates. The article also examines the role of modern information technologies and social networks in the campaigning process and puts forward proposals for improving legislation in this field.

Key words: Pre-election campaigning, electoral process, political technologies, candidate image, electoral law, political debates, media strategy, electorate, democratic institutions.

Kirish. Demokratik jamiyatda saylov instituti davlat hokimiyatini shakllantirishning asosiy va ustuvor konstitutsiyaviy mexanizmi sifatida namoyon bo'ladi. Saylovlar orqali xalq irodasi ifoda etiladi, davlat boshqaruvi organlari legitimligi ta'minlanadi hamda jamiyat va davlat o'rtasidagi siyosiy munosabatlar huquqiy asosda tartibga solinadi. Demokratiya nazariyasida saylovlar faqat hokimiyatni shakllantirish vositasi emas, balki fuqarolarning siyosiy ishtirokini ta'minlovchi muhim institut sifatida baholanadi.

Xususan, O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi fuqarolarning davlat ishlarini boshqarishda bevosita vakillik organlari orqali ishtirok etish huquqini, shuningdek, saylash va saylanish huquqini mustahkamlab qo'ygan. Bu norma fuqarolarning siyosiy huquq va erkinliklarini kafolatlash bilan birga, davlat hokimiyatining xalq manfaatlariga tayangan holda shakllanishini ta'minlaydi.

Saylov jarayoni bir necha bosqichlarni qamrab oladi: saylovlarni tayinlash, saylov okruglari va uchastkalarini tashkil etish, nomzodlarni ro'yxatga olish, saylovoldi tashviqoti, ovoz berish va natijalarni e'lon qilish. Ushbu bosqichlar orasida saylovoldi tashviqoti alohida ahamiyat kasb etadi, chunki aynan shu jarayonda siyosiy raqobatning mazmuni va sifat ko'rsatkichlari namoyon bo'ladi.

Saylovoldi tashviqoti nomzodlar uchun o'z dasturiy g'oyalari, strategik maqsadlari va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish konsepsiyalarini elektoratga yetkazish imkonini yaratadi. Bu jarayonda nomzod o'z siyosiy pozitsiyasini asoslab beradi, mavjud muammolarga munosabatini bildirib, ularning yechimi yuzasidan takliflarini ilgari suradi. Shu orqali saylovchilarda muayyan siyosiy qarash va munosabat shakllanadi.

Ayni paytda, saylovoldi tashviqoti faqat axborot berish vazifasini bajarmaydi. U siyosiy raqobat muhitini shakllantiradi, turli siyosiy kuchlar o'rtasida g'oyaviy kurashni yuzaga keltiradi hamda jamoatchilik fikrini shakllantirishga xizmat qiladi. Zamonaviy sharoitda ommaviy axborot vositalari va raqamli kommunikatsiya texnologiyalari saylovoldi tashviqotining ta'sir doirasini yanada kengaytirmoqda. Natijada siyosiy kommunikatsiya shakllari, usullari va vositalari takomillashib, elektorat bilan interaktiv muloqot imkoniyatlari ortib bormoqda.

Shu nuqtai nazardan, saylovoldi tashviqotini ilmiy tahlil qilish siyosiy fanlar, xususan, siyosiy institutlar nazariyasi, siyosiy kommunikatsiya va elektoral jarayonlar tadqiqotlari uchun dolzarb ahamiyat kasb etadi. Mazkur masalani o'rganish demokratik jarayonlarni takomillashtirish,

saylov qonunchiligini rivojlantirish hamda siyosiy madaniyatni yuksaltirishga xizmat qiladi.

Metodologiya. Tadqiqotda tizimli tahlil, qiyosiy-huquqiy yondashuv, institutsional tahlil hamda kontent-tahlil usullaridan foydalanildi. Nomzodlarning saylovoldi chiqishlari, ommaviy axborot vositalaridagi materiallar va raqamli platformalardagi tashviqot faoliyati tahlil qilindi.

Mavzu muhokamasi. Saylovoldi tashviqoti saylov kunigacha bo'lgan davrda nomzodlar va siyosiy partiyalarning saylovchilarga o'z g'oyalari, pozitsiyalari va xabarlarini taqdim etish bo'yicha uyushtirilgan sa'y-harakatlaridir. Bu kampaniyalar demokratik saylovlar o'tkazilishi uchun muhim ahamiyatga ega, chunki ular ongli va erkin ovoz berishni hamda ishtirokchilarga ovoz berish uchun adolatli imkoniyat yaratadi. Ayrim mamlakatlarda ushbu maqsadlar uchun ishtirokchilarga ommaviy axborot vositalari va/yoki joy ajratiladi, bu esa kampaniyalarni bilvosita davlat tomonidan moliyalashtirilishi hisoblanadi. Rasmiy tashviqot davrining sanalari, odatda, saylov kundan bir oydan bir necha oy oldin, ko'pincha qonun bilan belgilanadi, ko'pincha ovoz berishdan bir yoki ikki kun oldin "qoralik davri"[1]

Siyosiy fanlar doktori Q.A.Djo'raevning ta'kidlashicha, targ'ibot-tashviqot bosqichi ham saylovlarning muhim bosqichini tashkil etadi. Bu davrda siyosiy partiyalar va siyosiy tizimdagi kuchlarning o'ta faollashuvi kuzatiladi. Ular o'z e'tiqodlari, maqsad va vazifalariga xalqni ishonitirish va shu tariqa, keng aholi qatlamlarini o'z atrofiga jipslashtirish uchun turli imkoniyat va vositalardan, jumladan, OAV, reklama, amaliy tashviqot, saylovchilarning nomzodlar yoki ularning ishonchli vakillari bilan uchrashuvlari kabilardan foydalanadilar[2].

Kampaniyalar ikki maqsadli demokratik kontekstda ishlaydi. Bir tomondan, ular saylovchilarni xabardor qilish va raqobatchilar o'rtasida teng shart-sharoitlarni ta'minlashdek idealistik maqsadga xizmat qiladi, bu esa saylovning qonuniyligi uchun asos bo'ladi[3]. Boshqa tomondan, kampaniyalar asosan qarorlar qabul qilishga ta'sir ko'rsatishga qaratilgan strategik operatsiyalar bo'lib, ko'pincha tijorat reklamasini va tashviqot usullaridan foydalanadi. Saylovoldi tashviqotlari samaradorligini nafaqat saylovlarda g'alaba qozonish qobiliyati, balki demokratik tamoyillarga, ayniqsa, shaffoflik, adolatlilik va saylovchilarga taqdim etilayotgan axborot sifatiga sodiqligi bilan ham baholash kerak. Ushbu g'oyalardan har qanday og'ish kampaniyalar xizmat qilish uchun mo'ljallangan ideal demokratik jarayonga putur etkazishi mumkin.

Saylovoldi tashviqoti jarayonining rasmiy tus olishi XIX asrning so'ngigiga, xususan, AQSHda o'tkazilgan saylovlarga borib taqaladi. Bu davrda, siyosiy partiyalar va nomzodlar o'z saylovchilar bazasini kengaytirish, ularning ovozini qo'lga kiritish maqsadida turli uslub va strategiyalardan foydalanishni boshlaganlar. Gazetalar, plakatlar va ommaviy yig'ilishlar tashviqotning asosiy vositalariga aylangan.

Biroq, qadimgi tarixiy manbalarning guvohlik berishicha, nomzodlarning o'z rejalari va g'oyalari bilan chiqishlar qilishi o'rta asrlar Yevropa va Amerika davlatlari tarixida ham kuzatilgan. Masalan, Rim Respublikasida magistratura lavozimlariga saylovlar oldidan nomzodlar forumlarda nutq so'zlab, o'z tarafdorlarini to'plaganlar. O'rta asrlarda ham, feodal lordlar yoki shaharning hokimiyat organlariga saylovlar vaqtda nomzodlar o'z va'dalari va xizmatlari bilan chiqishlar qilishgan. Bu jarayonlar hozirgi kundagi kabi keng miqyosda va tizimli bo'lmasada, ammo nomzodning o'zini taqdim etishi va saylovchilarga murojaat qilishi kabi elementlar mavjud bo'lgan.

Xorijiy davlatlarning saylovoldi tashviqoti tajribasiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, har bir mamlakat o'ziga xos

yondashuv va usullarga ega ekanligini ko'rishimiz mumkin. Garchi asosiy maqsad – saylovchilar ovozini qozonish bo'lsa-da, ularning tashviqotni amalga oshirish shakllari farq qiladi. Ko'pgina davlatlarda saylovoldi tashviqoti qonun bilan tartibga solinadi va nomzodlarning teng imkoniyatlarga ega bo'lishi ta'minlanadi. Saylovoldi tashviqoti xorijiy davlatlar, xususan, Rossiya, AQSH, Germaniya, Italiya, Norvegiya, Finlandiya, Avstriya, Turkiya, Yaponiya va boshqa davlatlarda saylov kodeksi va tegishli qonunlar bilan tartibga solingan. Jumladan, Rossiya Federatsiyasi Saylov kodeksining 1.3-moddasi 4-xatboshida saylovoldi tashviqoti saylov kampaniyasi davrida o'tkaziladigan va saylovchilarni nomzodga, nomzodlarga yoki nomzodlikka ro'yxatga olgan siyosiy partiya ovoz berishga yoki ovoz bermaslikka undashga qaratilgan faoliyat deya ta'riflangan. Shuningdek, Italiya Respublikasi Saylov kodeksining 69-a-moddasida saylovoldi tashviqoti markaziy saylov organi tasdiqlagan dastur asosida ommaviy tadbirlar va namoyishlarning tashkilotchilari tomonidan mazkur tadbirlarda nomzodlar to'g'risidagi ma'lumotlarni chop etilgan holda tarqatish, videorolik ko'rinishida yoki saylov organlari tomonidan tasdiqlangan shaklda internet tarmog'i orqali tashviqot qilish kabilarni qamrab oluvchi faoliyat deb belgilangan[4].

Xorijiy mamlakatlarda saylovoldi tashviqotini amalga oshirishning o'ziga xos jihatlari mavjud bo'lib xususan, Avstraliyada saylovoldi tashviqotini amalga oshirishda nomzod va partiya sarflashi mumkin bo'lgan mablag'lar miqdori chegaralab qo'yilgan. Buyuk Britaniyada televideniya qonunida pullik siyosiy reklamalar taqiqlanadi. Ruminiya, Polshada saylovoldi tashviqoti saylovda ovoz berish kuni e'lon qilingan sanadan boshlansa, Litvada Adliya vazirligi tomonidan nomzodlar ro'yxati e'lon qilingan vaqtdan boshlanadi. Mazkur muddat Turkiyada saylovga qadar 15 kun, Slovakiyada 23 kuni tashkil etadi. Ayrim mamlakatlar qonunchiligida tashviqotni olib borish taqiqlangan hududlar mavjud. Masalan, Bolgariyada jamoat transportlarida tashviqot olib borishga ruxsat berilmasa, Kanadada turar joylar devoriga saylov tashviqot materiallarini joylashtirish mumkin emas. Polsha va Slovakiyada esa davlat muassasalarining binolari, saylov uchastkalarida saylovoldi tashviqotlarini olib borishga yo'l qo'yilmaydi[5].

Saylov kodeksining 44-moddasi 1-qismida saylovoldi tashviqoti saylov kampaniyasi davrida amalga oshiriladigan va saylovchilarni nomzodni yoki siyosiy partiyaning yoqlab ovoz berishga undashga qaratilgan faoliyati deb belgilangan[6].

Saylovoldi tashviqoti siyosiy fanda siyosiy marketing va siyosiy kommunikatsiyaning asosiy vositalaridan biri sifatida tavsiflanadi. Bu jarayon demokratik jamiyatlarda siyosiy sub'ektlar (ya'ni, siyosiy partiyalar va mustaqil nomzodlar) tomonidan saylovchilarning ovozini qo'lga kiritish va ularning siyosiy ongi va xulq-atvoriga ta'sir o'tkazish maqsadida amalga oshiriladigan tizimli va maqsadli faoliyatdir.

Saylov kampaniyalari uchta asosiy maqsadga xizmat qiladi, ya'ni, nomzod yoki partiyaning (imidjini) tanishtirish, muammolarni ko'tarish va nomzod yoki partiya bu masalalar bo'yicha qayerda turishini va saylovda muvaffaqiyat qozongandan so'ng muammoni qanday hal qilishni xohlashlarini bildirish[7].

Tashviqot siyosiy dasturlar, g'oyalar va nomzodlarning shaxsiy imijini keng jamoatchilikka yetkazishning asosiy kanali hisoblanadi. Bunda ommaviy axborot vositalari, ijtimoiy tarmoqlar, to'g'ridan-to'g'ri uchrashuvlar, debatlar kabi turli kommunikatsiya vositalari faol qo'llaniladi.

Saylovoldi tashviqoti kommunikatsiyalari sohasi siyosiy elitalar, partiyalar yoki professional manfaatlar guruhlari tomonidan fuqarolarni xabardor qilish, ishonitirish, o'zaro ta'sir o'tkazish va safarbar qilish va pirovardida ma'lum

bir saylov natijasiga ta'sir ko'rsatish maqsadida muloqotning har qanday shakli bilan bog'liq[8].

Saylovoldi tashviqotining eng muhim jihatlaridan biri bu fuqarolarga saylov jarayonlariga oid zarur axborotlarni taqdim etishdir. Bu jarayon shunchaki nomzodlarni targ'ib qilishdan ko'ra kengroq ma'noga ega. U saylovchilarning ongli tanlov qilishlari uchun asos yaratadi.

O'zbekiston Respublikasi Saylov kodeksiga muvofiq saylovoldi tashviqoti nomzodlarni ro'yxatga olish uchun belgilangan oxirgi kunning ertasidan e'tiboran boshlanadi. Saylov kuni va ovoz berishga bir kun qolganida tashviqotga yo'l qo'yilmaydi. Saylovoldi tashviqotini o'tkazish muddati Italiyada saylovdan 20 kun oldin boshlanib, 24 soat qolganida tugallanadi; Rossiyada saylovga kamida 10 kun qolganida boshlanib, 1 kun qolganida tugallanadi; Finlandiyada saylovga 48 kun qolganda boshlanib, mahalliy saylov organi tomonidan belgilangan vaqtda tugallanadi[9].

Saylov kampaniyasi partiyalar, institutlar yoki muayyan siyosat masalalari o'rniga nomzodlar va siyosatchilar atrofida aylansa, shuningdek, saylovda qatnashuvchilarning "siyosiy bo'lmagan shaxsiy xususiyatlari" ta'kidlanganda yuqori darajada shaxsiylashtirilgan hisoblanadi"[10].

"Yangi O'zbekiston, yangi saylovlar" shiori ostida o'tkazilayotgan saylovlardagi tashviqotlarda xalqqa ertak aytuvchilar yoki sovg'alar ulashuvchi "qorbobolar" emas, balki xalq bilan birga bo'ladigan, hududdagi muammo va kamchiliklarga ochiq ko'z bilan qarab, ularni hal etishga ko'maklashadigan deputatlarning saylanishi tobora oydinlashib bormoqda. Bu shiorning mohiyati shundaki, yangi saylov tizimida asosiy e'tibor nomzodning va'dalariga emas, balki uning haqiqiy ishlash qobiliyatiga, jamoat muammolarini tushunishiga va ularni hal qilishga bo'lgan amaliy yondashuviga qaratiladi. Saylovoldi tashviqoti endi populistik chiqishlardan ko'ra, aholining dolzarb muammolarini tahlil qilish va ularga yechim taklif qilish maydoniga aylanmoqda. Ushbu qoidalarning amalga oshirilishi saylovchilarning ongli tanlov qilishlariga va O'zbekistonning demokratik rivojlanishiga xizmat qiladi.

Xulosa. Saylovoldi tashviqoti demokratik jarayonlarning ajralmas qismi sifatida nomzodlar va elektorat o'rtasidagi siyosiy muloqotni ta'minlaydi. Uning samaradorligi huquqiy asoslar, kommunikatsiya strategiyasi va jamoatchilik ishonchiga bevosita bog'liq.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, zamonaviy axborot texnologiyalaridan oqilona foydalanish, ochiqlik va shaffoflik tamoyillariga amal qilish saylovoldi tashviqotining ta'sirchanligini oshiradi hamda demokratik taraqqiyotni mustahkamlashga xizmat qiladi.

Rivojlanayotgan saylov kampaniyalari sharoitida demokratik yaxlitlikni mustahkamlash uchun quyidagi siyosat choralari zarur, deb hisoblaymiz:

Saylovchilar ma'lumotlarini to'plash va ulardan foydalanishda shaffoflik, rozilik va javobgarlikni ta'minlovchi siyosiy mikrotargetingni maxsus tartibga soluvchi ma'lumotlarni himoya qilish bo'yicha keng qamrovli qonunlar shoshilinch zarur. Bu "manipulyatsiya mashinalari" yaratilishining oldini olish uchun siyosiy reklamada AIdan foydalanishning aniq qoidalarini o'z ichiga olishi kerak[11].

Ta'lim tashabbuslari fuqarolarning turli manbalardan olingan ma'lumotlarni tanqidiy baholash, noto'g'ri ma'lumotni aniqlash va ishonitirish kampaniyasi usullarini tushunish ko'nikmalarini rivojlantirishga qaratilgan bo'lishi kerak. Bu axborotning haddan tashqari yuklanishi sharoitida obyektiv bilim va ishonchning yo'qolishiga qarshi turishga yordam beradi.

Siyosat barcha ishtirokchilar uchun ommaviy axborot vositalari maydoni va tadbirlar o'tkaziladigan joylar kabi davlat resurslariga adolatli kirishni va shaffof ajratish jarayonlarini ta'minlash orqali "bir xil sharoitlarda" rag'batlantirishi kerak. Bu ishtirokchilarga nisbatan adolatsiz yoki noxolis munosabatning oldini olishga yordam beradi.

"Tasvirni sotish" yoki bo'linish va hissiy ekspluatatsiyaga asoslangan taktikalarni qo'llash o'rniga, mazmunli siyosiy munozara va haqiqiy ishtirokni birinchi o'ringa qo'yadigan kampaniya amaliyotlarini rag'batlantirish kerak. Bu demokratik vakillarga bo'lgan ishonchni tiklash va saylovchilarning manipulyatsiya qilinganidan ko'ra ongli qarorlar qabul qilishini ta'minlash uchun juda muhimdir.

Siyosiy xulq-atvor, kampaniya samaradorligi va yangi texnologiyalarning ijtimoiy ta'siri bo'yicha akademik tadqiqotlarga sarmoya kiritishni davom ettirish juda muhimdir. Ushbu tadqiqot samarali siyosatni ishlab chiqish va demokratiyaning rivojlanayotgan dinamikasini tushunish uchun zarur bo'lgan dalillarga asoslangan ma'lumotlarni taqdim etadi.

ADABIYOTLAR

1. <https://openelectiondata.net/en/guide/key-categories/election-campaigns/>
2. Djo'raev Q.A. Zamonaviy saylov tizimlarining shakllanishi demokratik taraqqiyot omili sifatida (Fransiya tajribasi misolida). S.f.d.Dissertatsiya ishi. T. 2009 yil. 49-bet
3. <https://openelectiondata.net/en/guide/key-categories/election-campaigns/>
4. <https://qalampir.uz/uz/news/saylovoldi-tashvik-ot-rivozhlangan-davlatlardan-nimani-urgansak-buladi-2-12037>
5. <https://yuz.uz/uz/news/saylovoldi-tashviqoti--nomzodlar-va-siyosiy-partiyalar-uchun-oziga-xos-raqobat-maydoni>
6. O'zbekiston Respublikasining Saylov kodeksi. Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi, 26.06.2019 y., 03/19/544/3337-son, <https://lex.uz/docs/4386848#4387437>
7. Nadeau, John & Heslop, Louise & O'Reilly, Norm & Luk, Peter. (2008). Destination in a country image context. *Annals of Tourism Research*. 35. 84-106. 10.1016/j.annals.2007.06.012.
8. Scammell J. 'Prioritise people': the importance of anti-oppressive practice. *Br J Nurs*. 2016 Feb 25-Mar 9;25(4):226. doi: 10.12968/bjon.2016.25.4.226. PMID: 26911172.
9. <https://qalampir.uz/uz/news/saylovoldi-tashvik-ot-rivozhlangan-davlatlardan-nimani-urgansak-buladi-2-12037>
10. Kriesi H, Political Communication in Direct Democratic Campaigns: Enlightening or manipulating? ISBN 9780230304895, <https://hdl.handle.net/1814/25679>, 2012, Page 826
11. Simchon A, Edwards M, Lewandowsky S. The persuasive effects of political microtargeting in the age of generative artificial intelligence. *PNAS Nexus*. 2024 Jan 29;3(2):pgae035. doi: 10.1093/pnasnexus/pgae035. PMID: 38328785; PMCID: PMC10849795