



Xurshida HASANOVA,

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Davlat siyosati va boshqaruvi akademiyasi mustaqil tadqiqotchisi

O‘zMU dotsenti T.Eshbekov taqrizi asosida

DAVLAT FUQAROLIK XIZMATCHILARINING IJTIMOY IMIDJINI SHAKLLANTIRISHDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING O‘RNI

Аннотация

Maqolada davlat fuqarolik xizmatchilarining ijtimoiy imidjini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining (OAV) tutgan o‘rni va ahamiyati tahlil qilingan. Muallif davlat xizmatchisi tushunchasi, uning huquqiy asoslari hamda OAV turlarining rivojlanish tarixiga to‘xtalib o‘tadi. Tadqiqotda davlat idoralari va xalq o‘rtasidagi ishonch ko‘prigini mustahkamlashda ochiqlik va shaffoflik tamoyillarining roli ochib berilgan. Shuningdek, davlat xizmatchilarining imidjini yaxshilash bo‘yicha OAV bilan tizimli hamkorlik qilish yuzasidan amaliy tavsiyalar ilgari surilgan.

Kalit so‘zlar: davlat fuqarolik xizmatchisi, ijtimoiy imidj, ommaviy axborot vositalari, ochiqlik, shaffoflik, jamoatchilik fikri, kasbiy odob, davlat boshqaruvi, raqamli OAV.

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ

Аннотация

В статье анализируется роль и значение средств массовой информации (СМИ) в формировании социального имиджа государственных гражданских служащих. Автор рассматривает понятие государственного служащего, его правовые основы и историю развития различных видов СМИ. В исследовании раскрывается роль принципов открытости и прозрачности в укреплении доверия между государственными органами и народом. Также выдвигаются практические рекомендации по системному взаимодействию со СМИ для улучшения имиджа государственных служащих.

Ключевые слова: государственный гражданский служащий, социальный имидж, средства массовой информации, открытость, прозрачность, общественное мнение, профессиональная этика, государственное управление, цифровые СМИ.

THE ROLE OF MASS MEDIA IN SHAPING THE SOCIAL IMAGE OF STATE CIVIL SERVANTS

Abstract

The article analyzes the role and significance of mass media in shaping the social image of state civil servants. The author examines the concept of a civil servant, its legal framework, and the historical development of various types of media. The research highlights the importance of openness and transparency principles in strengthening the bridge of trust between government agencies and the public. Furthermore, practical recommendations are provided for systematic cooperation with the media to enhance the professional image of state officials.

Keywords: state civil servant, social image, mass media, openness, transparency, public opinion, professional ethics, public administration, digital media.

Kirish. Davlat fuqarolik xizmatchilarining ijtimoiy imiji – bu aholining davlatga bo‘lgan ishonchi, xizmatchilarning kasbiy odobi, malakasi va xalqqa xizmat qilishga tayyorligi haqidagi jamoatchilik fikridir. Bu imidj ochiqlik, shaffoflik, qonun ustuvorligiga rioya qilish va "xalq davlat idoralariga emas, davlat idoralari xalqqa xizmat qilishi kerak" tamoyili asosida shakllanadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Avvalo davlat fuqarolik xizmatchisi kim, degan savolga javob bersak. Davlat fuqarolik xizmatchisi – bu qonunchilikka asosan davlat organlarida doimiy, professional asosda ishlovchi, davlat vazifalarini amalga oshiruvchi shaxsdir. Ular davlat tomonidan belgilangan huquq va majburiyatlarga ega bo‘ladi va faoliyati uchun belgilangan talablarga rioya etadi. Davlat fuqarolik xizmati lavozimida o‘z faoliyatini amalga oshirayotgan O‘zbekiston Respublikasi fuqarosi davlat fuqarolik xizmatchisidir. “Davlat fuqarolik xizmati to‘g‘risida”gi[1-2] Qonun davlat fuqarolik xizmati sohasidagi munosabatlarni tartibga soladi.

Davlat fuqarolik xizmatchisi davlat tilini bilishi, tegishli malaka talablariga javob berishi kerak. Chet el mutaxassislari va ekspertlari davlat fuqarolik xizmati lavozimlarini qonunchilikda belgilangan tartibda egallashi

mumkin. Bu tartib tegishli shartnoma asosida belgilanadi. Ushbu lavozimni egallash uchun nomzodlarga jinsi, irqi, millati, tili, dini, e‘tiqodi, ijtimoiy kelib chiqishi va mavqaidan qat‘i nazar, huquqlarining tengligi kafolatlanadi.

Endi esa ommaviy axborot vositalari (OAV)ga quyidagicha tasnif beramiz. OAV jamiyatda axborot tarqatish, jamoatchilik fikrini shakllantirish, davlat va xalq o‘rtasida ko‘prik vazifasini o‘tash hamda demokratik islohotlarni targ‘ib qilishda muhim o‘rin tutadi. Ular aholini tezkor, xolis ma‘lumotlar bilan ta‘minlaydi, ta‘lim va tarbiyaga hissa qo‘shadi, ijtimoiy-siyosiy jarayonlarda faol ishtirok etadi.

Ommaviy axborot vositalarining eng qadimiy va mukammal ko‘rinishi bu — matbuot, ya‘ni bosma nashrlar — gazeta va jurnallar hisoblanadi. Axborot agentliklari ko‘pincha davlat rasmiy ma‘lumotlarini tarqatishda birlamchidir. Zamon rivojlangani bois elektron OAV, ya‘ni radio va televideniye paydo bo‘ldi. Ular yangilik va ma‘lumot tarqatishda faol va an‘anaviy tur bo‘lib hayotimizga izchil kirib keldi. Shu o‘rinda aytib o‘tish joizki, bu yil televideniye paydo bo‘lganiga 70 yil, radioga esa 100 yil to‘ladi.

XXI asrda Internetning faol rivojlanishi odamlarning axborot texnologiyalariga bo‘lgan talabining shiddatli

o'sishini ta'minladi. Tarmoq orqali odamlar nafaqat bir-birlari bilan muloqot qilish, balki yangiliklarni olish, keng doiradagi turli-tuman xizmatlardan foydalanmoqda. Elektron ommaviy axborot vositalari va ijtimoiy tarmoqlar hayotimizda muhim o'rin egallagan sababli ularsiz zamonaviy axborot sohasi faoliyatini ham tasavvur etib bo'lmay qoldi.

Qisqa tarixiy davrda axborot sohasi sof texnik muhitdan ijtimoiy rivojlanishning muhim platformasiga, demokratik institutlarni qo'llab-quvvatlash, fuqarolarning ajralmas huquqlarini ta'minlash maydoniga aylandi. Davlatning axborot sohasi nafaqat erishilgan darajani, balki rivojlanish istiqbollari ham tavsiflaydi. Virtual makon haqiqiy hayotning ajralmas qismiga aylandi va ko'p jihatdan uning ochiqligi va samaradorligiga hissa qo'shadi. Axborot texnologiyalari va kommunikatsiya tarmoqlarining rivojlanishi bilan u zamonaviy jamiyatning asosiy elementiga aylandi.

Tahlil va natijalar. Davlat xizmatchisining ijtimoiy imidjini shakllantirish OAVning mana shu turlari orqali amalga oshirilmoqda. Ularning imidji shakllantirishda quyidagi jihatlariga e'tibor qaratiladi. Kasbiy mas'uliyat va intizom, muomala madaniyati, odob-axloq me'rlariga amal qilishi, bilim darajasining yetukligi, halollik va shaffoflik kabi sifatlariga ahamiyat beriladi. Jamiyat ularda bu xislatlarni asosan OAV orqali ko'radi. Axborotning to'g'ri va xolisligini ularning ana shu sifatlaridan bilib oladi.

Rasmiy axborot berishda davlat xizmatchisi davlat va jamiyat manfaatlarini o'ylagan holda, xolis va erkin tarzda o'z fikrini bayon qilishi lozim. Har bir islohotlar natijasi va samarasi odamlar ko'z o'ngida namoyon bo'lishi davlat xizmatchisi ma'lumoti va bayonotining ishonchligini ta'minlaydi.

Fuqarolar murojaatlari bilan ishlash, faoliyatdagi kamchiliklarni o'z vaqtida anglash va to'g'ri talqin qilish, samaradorlikka erishilmagan faoliyat turlarini tanqidiy baholash va tahlil qilish ham davlat xizmatchisi imidjini shakllantirishda ijobiy xarakter kasb etadi. Yechimini kutayotgan muammolarni bilgani holda ularni xolis baholamasdan noto'g'ri ma'lumot berish esa salbiy munosabat shakllantiradi. Shuningdek, bu qonunchilikdagi ochiqlik va shaffoflik yo'nalishiga ham to'g'ri kelmaydi.

Bugungi globallashuv va axborot xurujlari kuchaygan davrda davlat xizmatchisining imidji nafaqat shaxsiy obro', balki davlat xavfsizligi va barqarorligining muhim omiliga aylandi. Ijtimoiy tarmoqlarning tezkorligi shuni ko'rsatmoqdaki, davlat xizmatchisining har bir xatti-harakati, gapirgan gapi va hatto ijtimoiy tarmoqdagi faolligi jamoatchilik tomonidan sinchkovlik bilan kuzatib boriladi. Shu sababli, zamonaviy raqamli muhitda imidj yaratishda "raqamli madaniyat" va "mediasavodxonlik" tushunchalari birinchi planga chiqmoqda.

Davlat xizmatchilarining OAV bilan muloqoti faqatgina hisobot berishdan iborat bo'lib qolmasligi kerak. Bu jarayonda "inson qadri uchun" tamoyilini tizimli ravishda ko'rsatib berish muhimdir. YA'ni, quruq raqamlardan ko'ra, amalga oshirilgan ishlarning oddiy odamlar hayotida qanday ijobiy o'zgarish yaganani hikoya qilish (storytelling) usuli samaraliroq natija beradi. Bu esa aholidavlat xizmatiga nisbatan hurmat va ishonch tuyg'usini uyg'otadi.

Zamonaviy davlat boshqaruvida davlat xizmatchisining ijtimoiy imidji faqatgina tashqi ko'rinish yoki notiqlik san'ati bilan cheklanib qolmay, balki u "ijtimoiy kapital"ning bir shakli sifatida qaraladi. Ijtimoiy kapital esa xalqning davlat institutlariga bo'lgan ishonchi orqali o'lchanadi. Ommaviy axborot vositalari bu jarayonda "filtr" va "kuchaytirgich" vazifasini bajaradi. YA'ni, davlat xizmatchisi tomonidan amalga oshirilgan ijobiy ish OAV orqali jamiyatga kuchaytirilib ko'rsatilishi yoki aksincha, kichik bir xato tizimli muammo sifatida talqin qilinishi

mumkin. Shu bois, har bir davlat xizmatchisi o'z faoliyatida "media-etika" qoidalariga qat'iy rioya qilishi shart.

Xalqaro tajribaga nazar tashlaydigan bo'lsak, rivojlangan mamlakatlarda (masalan, Buyuk Britaniya yoki Singapurda) davlat xizmatchilarining imidjini boshqarish maxsus strategik kommunikatsiyalar tizimi asosida yo'lga qo'yilgan. U yerda davlat xizmatchisi OAVga faqatgina axborot beruvchi shaxs emas, balki jamiyatning ijtimoiy sherigi sifatida taqdim etiladi. Bunda "proaktiv kommunikatsiya" usulidan foydalaniladi. YA'ni, muammo yuzaga kelib, xalq orasida norozilik uyg'ongunga qadar, davlat organi o'sha masala bo'yicha OAV orqali tushuntirish ishlarini boshlab yuboradi. Bu esa jamoatchilik fikrining salbiy yo'nalishga burilib ketishining oldini oladi.

Shuningdek, davlat xizmatchisi imidjida "empatiya" (boshqalarning holatini tushunish) omili muhim o'rin tutadi. OAV orqali beriladigan intervyularda xizmatchining rasmiy va quruq tilda gapirishi aholi bilan masofani uzoqlashtiradi. Aksincha, insoniy hissiyotlar, samimiylik va xalqning muammosini o'z muammosidek his qilish fazilatlarini kameralar qarshisida namoyish etilsa, bu ijtimoiy imidjning keskin yuksalishiga xizmat qiladi. Masalan, ijtimoiy tarmoqlardagi jonli efilrlar va "savol-javob" sessiyalari davlat xizmatchisining ochiqligini isbotlovchi eng samarali vositalardan biridir.

Biroq, imidj yaratishda "populizm"dan qochish zarur. OAVda faqat ko'zbo'yamachilik uchun ishlash yoki bajarib bo'lmaydigan va'dalarni berish vaqtinchalik samara berishi mumkin, lekin uzoq istiqbolda davlatning obro'siga tiklab bo'lmaz zarar yetkazadi. Ishonchli imidj - bu so'z va ishning birligidir. Davlat xizmatchisi OAV orqali aytilgan har bir so'zi uchun jamoatchilik oldida mas'ul ekanini unutmasligi lozim.

Raqamli asrda davlat xizmatchilari uchun "shaxsiy brend" tushunchasi ham dolzarblik kasb etmoqda. Har bir rahbar yoki mutaxassis o'z sohasining professional sifatida OAVda chiqishlar qilishi, ekspertlik fikrlarini berishi orqali nafaqat o'zining, balki u ishlayotgan tashkilotning ijobiy qiyofasini shakllantiradi. Bu esa davlat boshqaruvi tizimining intellektual salohiyatini jamiyatga namoyish etish imkonini beradi.

Shuningdek, davlat organining axborot xizmatlari (press-xizmatlar) faoliyatini yanada jonlantirish zarur. Ular nafaqat ma'lumot tarqatuvchi, balki jamiyatdagi kayfiyatni tahlil qiluvchi va yuzaga kelishi mumkin bo'lgan reputatsion xavflarni oldindan prognoz qiluvchi bo'g'in bo'lishi lozim. Krisis vaziyatlarida, ya'ni biror salbiy axborot tarqalgan mahalda davlat xizmatchisining sukut saqlashi yoki kechikib munosabat bildirishi imidjga katta zarar yetkazadi. "Axborot vakuumi" yuzaga kelishiga yo'l qo'ymaslik, aksincha, birinchi manba bo'lib haqiqiy holatni tushuntirish - eng to'g'ri strategiyadir.

Zamonaviy imidjning yana bir muhim komponenti - bu davlat xizmatchisining soddaligi va xalqqa yaqinligidir. Xizmatchining kiyinish uslubidan tortib, muomala ohangigacha bo'lgan jihatlar OAV obyektivida muhrlanadi. Jamiyat bugun balandparvoz gaplarni emas, balki aniq muammolar bilan ishlaydigan, tanqidni to'g'ri qabul qiladigan va xatolarini tan olishdan qo'rqmaydigan "xalqchil rahbar" qiyofasini ko'rishni istaydi. Demak, OAV bilan hamkorlik nafaqat davlat xizmatining yutuqlarini ko'rsatish, balki mavjud muammolar yechimida ijtimoiy sheriklikni yo'lga qo'yish vositasi bo'lishi lozim.

Davlat fuqarolik xizmatchisi - davlat boshqaruvida asosiy rol o'ynovchi, mas'uliyatli va kasbiy tayyorgarlikka ega shaxsdir. Ularning huquq va majburiyatlarini, axloqiy prinsiplarini va faoliyatga qo'yilgan cheklolarni bilishi, qonuniylik va shaffoflik tamoyillariga rioya qilishi davlat xizmatining samaradorligi va fuqarolar ishonchi uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Shu bois, har bir xizmatchi o'z

faoliyatini vijdonan bajarishi, malakasini oshirishi va axloqiy meyorlarga qat'iy amal qilishi lozim.

Fuqarolik xizmatchilar imidjini yaxshilash bo'yicha quyidagi tavsiyalarni berish mumkin. OAV bilan doimiy, tizimli va rejali hamkorlik qilish; matbuot anjumanlari, brifinglar, press-turlar va media-treninglar tashkil qilish; jarayonlar xususida tezkor va o'z vaqtida ma'lumot berish; interaktiv efirlar tashkil qilish; murojaatlarga o'z o'rnida javob qaytarish; jurnalistlar bilan ochiq muloqot qilish; noto'g'ri axborotga qarshi o'z reaksiyasini bildirish kabi samarali usullardan foydalanish darkor. Agar OAV bilan to'g'ri, ochiq va tizimli hamkorlik yo'lga qo'yilsa, fuqarolarning davlatga va uning xizmatchilariga bo'lgan ishonchi yanada ortadi. Xalqning olib borilayotgan islohotlarga, boshqaruv sohasidagi faoliyatga munosabatlari to'g'ri shakllanadi. Fuqarolarning davlatga bo'lgan ishonchi mustahkamlanadi. Shundagina

odamlar davlatdan rozi bo'lib, o'zlari ham yashash va turmush tarzini o'zgartirishga harakat qiladi. Ishonch suiste'mol bo'lgan jamiyatda esa noroziliklar paydo bo'ladi. Eng muhimi, davlat xizmatchisi o'z faoliyat turini qonun doirasida olib borsa, burch va majburiyatlarini amalda isbotlasa, uning ijtimoiy imidji o'z-o'zidan ijobiy ruhda shakllanaveradi[3-6].

Xulosa va takliflar. OAV va davlat xizmatchilari o'rtasidagi munosabatlar tizimi doimiy takomillashib borishi kerak. Bu hamkorlik faqat bir tomonlama axborot uzatish emas, balki jamiyatda ijtimoiy adolat va qonun ustuvorligini ta'minlashga qaratilgan strategik jarayondir.

Davlat xizmatchisining ijobiy ijtimoiy imidji - bu davlatning kuchi va xalqning roziligini ifodalovchi ko'zgudir. Bu ko'zguning tiniq bo'lishi esa har bir xizmatchidan yuksak mas'uliyat, OAVdan esa xolislik va kasbiy mahorat talab etadi.

ADABIYOTLAR

1. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. "Давлат фуқаролик хизмати тўғрисида"ги ЎРҚ-788-сон Қонуни, 08.08.2022 й.
2. Мирзиёев Ш.М. Янги Ўзбекистон стратегияси. – Тошкент: “O‘zbekiston” нашриёти, 2021. – 464 б.
3. Бегматов А.С. Давлат хизматчилари имижини шакллантиришнинг ижтимоий-психологик хусусиятлари // Психология фанлари номзоди диссертацияси автореферати. – Тошкент, 2020.
4. Goffman, E. The Presentation of Self in Everyday Life. – University of Edinburgh Social Sciences Research Centre, 1956. (Имиж ва ижтимоий роллар ҳақидаги классик фундаментал асар).
5. Бернайс Э. Пропаганда. – М.: Нипро Publishing, 2010. (Жамоатчилик билан алоқалар ва ОАВ орқали имиж яратиш бўйича асосий кўлланма).
6. Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – М.: Вильямс, 2008.