



UDK:(329.735(575.1))

Nurmuhammad QARSHIYEV,
O'zMU: "Siyosatshunoslik" kafedrası dotsenti
E-mail: nurmuxammad.qarshiev@mail.ru

S.f.d., professor V.Qo'chqorov taqrizi asosida

THE ROLE OF MASS MEDIA IN THE ACTIVITIES OF POLITICAL PARTIES

Annotation

From the experience of the world's most developed countries, it is clear that the activities of political parties in society cannot be imagined without mass media. Mass media serve as an important tool for political parties to expand their electoral audience, promote their ideas and programs, shape the opinions of their supporters, and, more broadly, strengthen their relations with the public. Furthermore, in the modern information environment, it is also of great importance to examine the role of the internet and social networks in political communication in connection with the activities of political parties. In our research, studying the effective use of mass media in the activities of political parties as a key factor in the development of democratic processes is particularly relevant.

Key words: Political party, mass media, electorate, elections, democracy, political institutions, parliament, civil society.

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ

Аннотация

Из опыта наиболее развитых стран мира известно, что деятельность политических партий в обществе невозможно представить без средств массовой информации. Для политических партий средства массовой информации являются важным инструментом для расширения своей электоральной аудитории, продвижения своих идей и программ, формирования мнения сторонников и, в целом, укрепления связей с общественностью. Кроме того, в современном информационном пространстве важное значение имеет освещение роли интернета и социальных сетей в политической коммуникации в тесной связи с деятельностью политических партий. В нашем исследовании актуальным является изучение эффективного использования средств массовой информации в деятельности политических партий как важного фактора развития демократических процессов.

Ключевые слова: Политическая партия, средства массовой информации, электорат, выборы, демократия, политические институты, парламент, гражданское общество.

SIYOSIY PARTIYALAR FAOLIYATIDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING O'RNI

Аннотация

Dunyoning eng rivojlangan mamlakatlari tajribasidan ma'lumki, jamiyatda siyosiy partiyalarning faoliyatini ommaviy axborot vositalarisiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Siyosiy partiyalar o'z elektorati auditoriyasini kengaytirishi, o'zining g'oya va dasturlarini targ'ib qilishi, tarafdorlari fikrini shakllantirishi uchun, umumiy qilib aytganda jamoatchilik bilan aloqalarini mustahkamlashda ommaviy axborot vositalari muhim vosita hisoblanadi. Shuningdek, zamonaviy axborot makonida internet va ijtimoiy tarmoqlarning siyosiy kommunikatsiyadagi roli ham siyosiy partiyalar faoliyati bilan bog'lab yoritish muhim ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotimizda siyosiy partiyalar faoliyatida ommaviy axborot vositalaridan samarali foydalanish demokratik jarayonlarni rivojlantirishning muhim omili sifatida tadqiq qilish dolzardir.

Kalit so'zlar: Siyosiy partiya, ommaviy axborot vositasi, elektorat, saylovlar, demokratiya, siyosiy institutlar, demokratiya, parlament, fuqarolik jamiyati.

Kirish. Globallashuv sharoitida jamiyatda axborotning tez va keng tarqalishi siyosiy jarayonlarning muhim omillaridan biriga aylandi. Bu jarayonda ommaviy axborot vositalari siyosiy partiyalar va jamoatchilik o'rtasidagi asosiy kommunikatsiya vositasi sifatida namoyon bo'ladi. Siyosiy partiyalar o'z dasturlari, g'oyalari va maqsadlarini keng ommaga yetkazish, elektorat qo'llab-quvvatlovini oshirish hamda siyosiy imidjini shakllantirishda ommaviy axborot vositalaridan keng foydalanadilar.

Ayniqsa, televideniye, radio, matbuot nashrlari va internet platformalari siyosiy axborotlarni tarqatishda muhim rol o'ynaydi. Ular orqali partiyalar o'z faoliyati haqida ma'lumot beradi, saylovchilar bilan muloqot o'rnatadi va jamoatchilik fikrini shakllantirishga harakat qiladi. Shu sababli ommaviy axborot vositalarining siyosiy partiyalar faoliyatidagi o'rni o'rganish zamonaviy siyosiy fanlarning muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi.

Zamonaviy axborot jamiyati sharoitida allaqochon ommaviy axborot vositalari siyosiy hayotning ajralmas qismiga aylanib ulgurdi. Axborotning tezkorligi, keng qamrovligi va ta'sir kuchining ortib borishi siyosiy jarayonlarda ommaviy axborot vositalarining rolini yanada oshirmoqda. Ayniqsa, siyosiy

partiyalar faoliyatida ommaviy axborot vositalari jamoatchilik bilan aloqa o'rnatish, partiya dasturlari va g'oyalari keng ommaga yetkazish, shuningdek, elektorat fikrini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Siyosiy partiyalar demokratiyaga asoslangan fuqarolik jamiyatining asosiy eng kuchli siyosiy institutlaridan biri hisoblanadi. Ular fuqarolar manfaatlarini ifoda etish, siyosiy jarayonlarda ishtirok etish va davlat boshqaruvida muayyan g'oya va dasturlarni ilgari surish orqali jamiyat taraqqiyotiga ta'sir ko'rsatadi. Bu jarayonda ommaviy axborot vositalari siyosiy partiyalar bilan jamiyat o'rtasidagi muhim kommunikatsiya ko'prigi vazifasini bajaradi. Chunki ommaviy axborot vositalari orqali partiyalar o'z faoliyati haqida jamoatchilikka axborot beradi, o'z siyosiy pozitsiyasini tushuntiradi va aholi fikrini o'rganish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bugungi kunda televideniye, radio va bosma nashrlar bilan bir qatorda internet tarmoqlari ham siyosiy axborot tarqatishda muhim vositaga aylanmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar, onlayn platformalar va raqamli media siyosiy partiyalarga jamoatchilik bilan yanada tezkor va samarali muloqot qilish imkonini bermoqda. Natijada siyosiy kommunikatsiya shakllari ham tubdan o'zgarib, partiyalar faoliyatida media resurslardan foydalanish darajasi ortib bormoqda.

Shu bilan birga, ommaviy axborot vositalari nafaqat axborot tarqatish, balki jamoatchilik fikrini shakllantirish va siyosiy jarayonlarni tahlil qilishda ham muhim o'rin tutadi. Ayniqsa, saylov kampaniyalari davrida ommaviy axborot vositalari orqali siyosiy partiyalarning dasturlari, va'dalar va siyosiy pozitsiyalari keng muhokama qilinadi. Bu esa saylovchilarga turli partiyalarning siyosiy yo'nalishlarini solishtirish va ongli tanlov qilish imkonini yaratadi.

O'zbekistonda ham siyosiy partiyalarning ommaviy axborot vositalaridan foydalanish va o'z ommaviy axborot vositalariga ega bo'lishlari qonunchilik bilan belgilab berilgan. Xususan 1996-yil 26-dekabrda qabul qilingan "Siyosiy partiyalar to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonunining 12-moddasi Siyosiy partiyalar huquqlariga bag'ishlangan bo'lib unga ko'ra "qonunchilikda nazarda tutilgan tartibda ommaviy axborot vositalari ta'sis etish va boshqa ommaviy axborot vositalaridan foydalanish" [1] huquq sifatida belgilab berilgan.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Jahonning yetakchi ilmiy tadqiqot markazlari siyosiy partiyalar faoliyatining ommaviy axborot vositalari bilan chambarchas bog'lik ekanligini, ularning jamiyat va davlat o'rtasidagi vosita siyosiy ko'priki vazifasini bajarishi borasida ko'plab tadqiqotlar olib borilmoqda.

Shartli ravishda siyosiy partiyalar faoliyatida ommaviy axborot vositalarining o'rni va ahamiyatini o'rgangan olimlarni uch guruhga ajratib o'rgansak maqsadga muvofiq bo'ladi. Birinchi guruhga g'arb olimlaridan M.Dyuverje, M.Veber, J.Sartori, T.Parsons, T.Gobss, K.Janda, J.Brays, R.Dal, D. McQuail, P.Norris, J.Blumler, M. Castells kabilarni, rus olimlari guruhiga M.Ostrogorskiy, S.Lansov, B.Isayev, V.Malsev, V.Pugachev, A.Solovev kabilarni, o'zbek olimlari guruhiga M.Qirg'izboev, I.Ergashev, K.Nazarov, B.Yakubov, V.Quchqorov, X.Axmedovlarni kiritishimiz mumkin.

Ommaviy axborot vositalari siyosiy partiyalarning kommunikatsion funksiyasini amalga oshirishda muhim vosita hisoblanadi. Siyosiy partiya mazkur tushunchani tadbir qilish mazmunini elektorat va partiya tashkiloti o'rtasidagi aloqani ta'minlab berishi bilan izohlash mumkin.

Taniqli o'zbek siyosatshunos olimi M.Qirg'izboevga ko'ra, "Kommunikatsiya" tushunchasi adabiyotlarda XX asr boshlarida paydo bo'ldi. Axborot almashishi bir tomon axborotni taklif etib, ikkinchi tomon uni qabul etgandagina ro'y beradi. Shu tarzda axborot almashuv kommunikativ jarayon deyiladi. Kommunikatsiya tuzilmasi qo'yidagilarni o'z ichiga oladi.

boshqaruv (yoki siyosiy) organi va atrof – muhit bilan kommunikatsiyalashuv;

davlat organlaridagi o'zaro darajali kommunikatsiya; vertikal – pasayib va ko'tarilib boruvchi: gorizontaal – boshqaruv organi turli bo'linmalari bilan o'zaro axborot almashuv;

"rahbar – bo'ysunuvchi" asosidagi kommunikatsiya norasmiy kommunikatsiya[4].

Umuman ommaviy axborot vositalari tushunchasi keng tushuncha bo'lib, axborot yaratish, qayta ishlash va uzatish bilan bog'liq barcha jarayonlarni amalga oshiradi. Mazkur tushunchaga milliy qonunchiligimizda ham ta'rif berilgan. Xususan, 2007-yilda qabul qilingan "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonuniga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish xaqidagi O'zbekiston Respublikasi Qonunining 4-moddasiga ko'ra, "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, Internet jahan axborot tarmog'idagi veb-saytlar) olti oyda kamida bir marta nashr etiladigan yoki efigra beriladigan (bundan buyon matnda chiqariladigan deb yuritiladi), qonunchilikda belgilangan tartibda ro'yxatga olingan shakli hamda ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa shakllari ommaviy axborot vositasidir"[2].

Britaniyalik olim Denis McQuail o'zining "Ommaviy kommunikatsiya nazariyasi" (Mass Communication Theory) deb nomlangan darsligida "Siyosiy kommunikatsiya jarayonida ommaviy axborot vositalari partiyalar uchun elektorat bilan

muloqot qilishning eng samarali vositasi hisoblanadi"[5] deb ta'kidlaydi.

Garvard universiteti professori Pippa Norris o'zining "Fazilatli doira: Postindustrial jamiyatlarda siyosiy kommunikatsiyalar" ("A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies") deb nomlangan ilmiy monografiyasida siyosiy partiyalarning saylov jarayonidagi muvaffaqiyatini bevosita mediya qo'lloviga bog'liqligini ta'kidlaydi. Xususan, "Partiyalar o'z siyosiy dasturlari va g'oyalarni keng jamoatchilikka yetkazishda media resurslariga tayanadi, bu esa ularning saylovdagi muvaffaqiyatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi" [6] deb ta'kidlaydi.

Yana bir Britaniyalik olim Jay G. Blumlerga ko'ra siyosiy partiyalar o'rtasidagi oppozitsiyani shakllantirish va rivojlantirishda ommaviy axborot vositalarining roli beqiyos ekanligini ta'kidlaydi. Xususan, "Zamonaviy demokratiyada siyosiy partiyalar va ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi munosabatlar siyosiy raqobatning shakllanishida hal qiluvchi omil hisoblanadi" [7] degan fikrni ilgari suradi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotimizda tizimli-tarkibiy, funksional, institutsional, obektivlik hamda kompleks yondashuv metodologiyalaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Siyosiy partiyalar faoliyatida ommaviy axborot vositalarining o'rni o'rganish siyosatshunoslik fanida muhim ilmiy masalalardan biri hisoblanadi. Mazkur tadqiqotda ommaviy axborot vositalarining siyosiy partiyalar faoliyatidagi roli, ularning siyosiy kommunikatsiyadagi ahamiyati hamda jamoatchilik fikrini shakllantirishga ta'siri tahlili shunisi bilan ahamiyatliki, axborot uzatishning yangi shakllarining jadallashuvi ularni ham zamon bilan hamnafas bo'lishiga o'z faoliyatini transformatsiya qilishni yanada kuchaytirishni talab qilmoqda.

Mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan siyosiy partiyalarning mazkur yo'nalishdagi faoliyati 2017-yil 12-iyulda bo'lib o'tgan Oliy Majlis palatalari, siyosiy partiyalar hamda O'zbekiston Ekologik harakati vakillari bilan bo'lib o'tgan uchrashuvda Prezident Sh.Mirziyoyevning tomonidan qo'yidagicha tanqidiy tahlil qilingan edi "Hozirgi axborot asrida birorta siyosiy partiyaning Internet saytida yoshlar bilan interaktiv aloqa tizimi yo'lga qo'yilmagan. Partiyaning saytiga kirgan yoshlar o'ziga kerakli savollarga javob topa olmaydi. Bu ahvolda partiyalar yoshlar o'rtasida qanday o'rin va ta'sirga ega bo'lishi mumkin"[3] deb ta'kidlagan fikrlari hozirgi kunda ham o'z dolzarbligini yo'qotmagan.

Siyosiy partiyalar demokratik jamiyatning muhim institutlaridan biri hisoblanadi. Ular jamiyat manfaatlarini ifoda etish, fuqarolarning siyosiy irodasini shakllantirish va davlat boshqaruvida ishtirok etish vazifasini bajaradi. Ushbu vazifalarni samarali amalga oshirishda ommaviy axborot vositalari (OAV) muhim vosita sifatida namoyon bo'ladi. OAV siyosiy partiyalar va jamiyat o'rtasidagi asosiy kommunikatsiya kanali hisoblanib, partiyalarning g'oyalari, dasturlari va faoliyatini keng jamoatchilikka yetkazishda katta ahamiyatga ega. Avvalo, OAV siyosiy partiyalar uchun axborot tarqatish vositasi vazifasini bajaradi. Televideniye, radio, internet nashrlari va ijtimoiy tarmoqlar orqali partiyalar o'z dasturiy maqsadlari, siyosiy pozitsiyasi va islohotlarga oid qarashlarini jamoatchilikka taqdim etadi. Bu esa fuqarolarning siyosiy ongini shakllantirishda va saylovchilarning ma'lumotga asoslangan qaror qabul qilishida muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

Ikkinchidan, OAV siyosiy raqobat muhitini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Demokratik jamiyatda turli siyosiy partiyalar o'z g'oyalari va dasturlari asosida bilan bir-biriga raqobat qiladi. Mazkur raqobat jarayonida OAV turli partiyalar faoliyatini yoritish orqali jamoatchilikka ularning afzalliklari va kamchiliklarini taqqoslash imkonini beradi. Bu holat siyosiy plyuralizmning rivojlanishiga va fuqarolarning erkin tanlovini ta'minlashga xizmat qiladi.

Shuningdek, saylov jarayonlarida OAVning ahamiyati yanada ortgan holda namoyon bo'ladi. Siyosiy partiyalar saylovoldi kampaniyalarida OAVdan keng foydalanib,

saylovchilar bilan muloqot o'rnatadi, o'z dasturlarini targ'ib qiladi va elektoratni jalb etishga harakat qiladi. Siyosiy reklama, intervyular, debatlar va tahliliy ko'rsatuvlar orqali partiyalar o'z pozitsiyalarini keng auditoriyaga yetkazadi. Natijada OAV saylov jarayonining ochiqdigi va shaffofligini ta'minlashda ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Bundan tashqari, ommaviy axborot vositalari siyosiy partiyalar faoliyati ustidan jamoatchilik nazoratini amalga oshirishga yordam beradi. Jurnalistik tekshiruvlar, tahliliy maqolalar va tanqidiy materiallar orqali partiyalar faoliyati baholanadi. Bu esa siyosiy institutlarning javobgarligi va shaffofligini oshirishga xizmat qiladi.

Zamonaviy axborot texnologiyalari rivoji bilan birga internet va ijtimoiy tarmoqlar siyosiy partiyalar uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Bugungi kunda partiyalar Facebook, Telegram, YouTube va boshqa platformalar orqali saylovchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot qilish imkoniga ega. Bu esa siyosiy kommunikatsiyani tezkor va interaktiv shaklga olib chiqdi. Shu bilan birga, internet maydonidagi axborotning tez tarqalishi siyosiy partiyalar uchun ham imkoniyat, ham mas'uliyat yuklaydi.

Shu tariqa, ommaviy axborot vositalari siyosiy partiyalar faoliyatida muhim strategik vosita hisoblanadi. Ular partiyalarning jamoatchilik bilan muloqotini ta'minlaydi, siyosiy raqobatni rivojlantiradi, saylov jarayonlarining ochiqdigi ta'minlaydi va demokratik institutlarning mustahkamlanishiga xizmat qiladi.

Mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan siyosiy partiyalar faoliyatida ham OAV lari muhim ahamiyat kasb etadi. Mazkur siyosiy partiyalarning o'z bosma nashrlari mavjud bo'lib, ularda partiya hayotiga doir yangiliklar, partiya faollarning maqolalari yoritib boriladi. Shuni ham ta'kidlab o'tishimiz kerakki, mazkur nashrlar bevosita siyosiy partiyalar faoliyati bilan bog'liq bo'lganligi uchun ular faollashganda ya'ni saylov jarayonlarida o'quvchilari auditoriyasi oshib ketishini aksincha hollarda esa kamayib ketish tendensiyasini kuzatishimiz mumkin. Xuddi shunday siyosiy partiyalarning internet saytlari, ularning tez-tez yangilanib turishi bilan bog'liq muammolar ham ayrim hollarda kuzatilib turadi. Istiqbolda siyosiy partiyalarning OAVlari bilan ishlash usullarini yanada takomillashishi bevosita ularning elektoratining usishida asosiy omillardan biri hisoblanadi.

Umuman olganda "Medianning rivojlanishi siyosiy partiyalarning tashkilotchilik va targ'ibot usullarini tubdan o'zgartirib, ularni yanada ommaviy va ochiq shaklga olib keldi" [8] yanada tushunarliroq qilib aytadigan bo'lsak zamonaviy demokratiya sharoitida siyosiy partiyalarning sog'lom raqobat asosida fuqarolik jamiyatining tom ma'nodagi instituti sifatida faoliyat yuritishi uchun ommaviy axborot vositalari muhim hal qiluvchi ahamiyatga egadir.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda, siyosiy partiyalar faoliyatida ommaviy axborot vositalari muhim o'rin egallaydi. OAV siyosiy partiyalar va jamiyat o'rtasida axborot almashinuvini ta'minlab, fuqarolarning siyosiy ongini shakllantirishda va demokratik jarayonlarni rivojlantirishda katta ahamiyatga ega. Ularning yordamida partiyalar o'z g'oyalari, dasturlari va maqsadlarini keng jamoatchilikka yetkazish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Shuningdek, ommaviy axborot vositalari siyosiy raqobat muhitini shakllantirish, saylov jarayonlarining ochiqdigi va shaffofligini ta'minlash hamda jamoatchilik nazoratini kuchaytirishda muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. Zamonaviy axborot texnologiyalari va internet tarmoqlarining rivojlanishi esa siyosiy partiyalar uchun yangi kommunikatsiya imkoniyatlarini yaratib, jamiyat bilan muloqotni yanada samarali tashkil etishga yordam bermoqda.

Shunday qilib, ommaviy axborot vositalari siyosiy partiyalar faoliyatining samaradorligini oshirishda, fuqarolik jamiyatini rivojlantirishda va demokratik boshqaruvni mustahkamlashda muhim omil hisoblanadi. Demak, OAV va siyosiy partiyalar o'rtasidagi hamkorlik jamiyat taraqqiyoti va barqaror siyosiy tizimni shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib qo'yidagi takliflarni ilgari surishimiz mumkin:

OAV larini siyosiy partiyalar faoliyatining muhim tayanchi sifatida o'rganishni kengaytirish;

Mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan siyosiy partiyalar nashrlari va internet platformalarining ommabobligini oshirish yo'lida muayyan chora-tadbirlarni ishlab chiqish.

ADABIYOTLAR

1. "Сиёсий партиялар тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни. 337-І-сон, 1996 йил 26-декабрь. <https://lex.uz/acts/54191>
2. "Оммавий ахборот воситалари тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Қонунига ўзгартиш ва қўшимчалар киритиш хақидаги Ўзбекистон Республикаси Қонуни. 15.01.2007. <https://lex.uz/docs/1106870>
3. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб янги босқичга кўтарамиз. "Ўзбекистон" НМИУ. 2017. 548-бет.
4. Қирғизбоев М. Сиёсатшунослик: олий ўқув юртлири талабалари учун дарслик / М.Қирғизбоев; Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университети. – Тошкент: Шарқ, 2024 – 504 б.
5. Denis McQuail's, Mass Communication Theory (дарслик), 2010, 92-бет.
6. Pippa Norris, A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies (илмий монография), 2000, 134-бет.
7. Jay G. Blumler, The Crisis of Public Communication (илмий асар), 1995, 56-бет.
8. Manuel Castells, Communication Power (илмий монография), 2009, 301-бет.