



UDK: 808.51/940(575.1)

Mansur YUNUSOV,
Davlat boshqaruvi akademiyasi kafedra mudiri, f.f.d. PhD, dotsent
E-mail: mansur-yunus@mail.ru

O'zDJTU professori, f.f.d X. Do'stmuhammad taqrizi asosida

DAVLAT ORGANLARIDA MEDIASAVODXONLIKNI RIVOJLANISH TARIXI

Annotatsiya

Mazkur maqolada davlat organlarida mediasavodxonlikni rivojlanish tarixi va bugungi kundagi ahamiyati xususida ilmiy va amaliy tajribalar asosida materiallar o'rganilgan va davlat xizmatchilari uchun taklif hamda tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: davlat, azborot, media, fuqarolik xizmati, davlat organi, siyosat, mediasavodxonlik, jamiyat, yangilik.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАГРАМОТНОСТИ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНАХ

Аннотация

В данной статье рассматривается история развития медиаграмотности в государственном органе и ее значение сегодня, изучаются материалы на основе научного и практического опыта, разрабатываются предложения и рекомендации для государственных служащих.

Ключевые слова: государство, агитация, СМИ, госслужба, государственный орган, политика, медиаграмотность, общество, новости.

HISTORY OF THE DEVELOPMENT OF MEDIA LITERACY IN GOVERNMENT AGENCIES

Annotation

This article examines the history of the development of media literacy in government agencies and its significance today, studies materials based on scientific and practical experience, and develops proposals and recommendations for civil servants.

Key words: state, campaigning, media, civil service, government agency, politics, media literacy, society, news.

Kirish. Davlat organlarida mediasavodxonlikni rivojlantirishning ahamiyati jamiyat va ommaviy axborot vositalari bilan samarali hamkorlik qilish, ishonchli munosabatlar o'rnatish va davlat organlari faoliyatining shaffofligini oshirish imkoniyatlaridan iborat. Boshqaruv xodimlarining mediasavodxonligini rivojlantirish ham ma'lumotlarga adekvat munosabatda bo'lish va muloqot ko'nikmalarini yaxshilashga yordam beradi.

Mediasavodxonlik jamiyat va ommaviy axborot vositalari bilan samarali muloqot qilish imkonini beradi. Mediasavodxonlik davlat idoralariga o'z g'oyalari va pozitsiyalarini ifoda etish, shuningdek, ommaviy kommunikatsiyalar jamoatchilik fikri va siyosiy jarayonlarga qanday ta'sir ko'rsatishini tushunishga yordam beradi.

Davlat boshqaruvi kontekstida mediasavodxonlik konsepsiyasining rivojlanish tarixi davlat tuzilmalarining jamiyat va axborot muhiti bilan samarali hamkorligi uchun o'zgaruvchan sharoit va texnologiyalarga moslashish muhimligini ko'rsatadi.

Mazkur masala va muammolarni hal etish davlat idoralari xodimlarining mediasavodxonligini doimiy ravishda rivojlantirish, yangi kompetensiyalarni o'rganish va zamonaviy dunyoda samarali ishlash uchun o'zgaruvchan axborot makoniga moslashishni taqozo etadi.

Kommunikativ strategiyalar davlat idoralarida mediasavodxonlikni rivojlantirishda muhim o'rin tutadi. Ular jamiyat va ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro aloqa qilishda qo'llaniladigan yondashuv va usullarni belgilaydi. Kommunikativ strategiyalarining mediasavodxonlikni rivojlantirishga ta'sirini turli jihatlaridan ko'rib chiqish mumkin:

Mediasavodxonlikni rivojlantirish davlat organlarining faol va ochiq muloqot zarurligini anglashi bilan uzviy bog'liq. Jamoatchilik va ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro

hamkorlik qilish muhimligini tan oladigan muloqot strategiyalari davlat boshqaruvi xodimlarining mediasavodxonligini oshirishga yordam beradi.

Mediasavodxonlikni rivojlantirish nafaqat axborotni bir tomonlama uzatishni, balki jamoatchilik bilan faol muloqot qilishni ham talab qiladi. Ikki tomonlama muloqot modeliga asoslangan muloqot strategiyalari samarali muloqot qilish, jamiyatning fikr va ehtiyojlarini tushunish, fikr-mulohazalarga munosib javob berish qobiliyatini rivojlantiradi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Kommunikatsiya strategiyalari har bir auditoriyaning ehtiyojlari va xususiyatlariga moslashtirilgan bo'lishi, madaniy, ijtimoiy va siyosiy kontekstlarni hisobga olishi kerak. Media savodxonlikni rivojlantirish turli auditoriyalarga moslashish va ular bilan samarali muloqot qilish kompetensiyasini o'z ichiga oladi.

Davlat organlarida kommunikatsiya strategiyalarining evolyusiyasi mediasavodxonlikni rivojlantirishga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Tarixiy jihatdan kommunikatsiya strategiyalarining evolyusiyasi bir tomonlama axborot modelidan ikki tomonlama kommunikatsiya modeligacha o'zgarib, davlat organlarida aloqaning ahamiyati haqidagi o'zgaruvchan g'oyalarni aks ettirgan.

Ilgari davlat organlari asosan bir tomonlama axborot modeliga amal qilgan, bunda asosiy e'tibor axborotni davlatdan jamiyatga qaytma aloqa imkoniyatisiz uzatishga qaratilgan edi. Ushbu kommunikatsiya modelida davlat idoralari ko'pincha yagona axborot manbalari rolini o'ynagan, jamiyat esa, uni qabul qilishda passiv rol o'ynagan.

Biroq ommaviy axborot vositalari va internetning rivojlanishi bilan bir tomonlama aloqa modeli samarasizligi va jamiyat ehtiyojlariga javob bermasligi ma'lum bo'ldi. Kommunikatsiyaning ahamiyati haqidagi g'oyalarning

o'zgarishi ikki tomonlama aloqa modeliga o'tish zaruratini keltirib chiqardi.

Ikki tomonlama aloqa modelida davlat organlari nafaqat axborotni uzatadi, balki aholining fikr-mulohazalari, ehtiyojlarini faol tinglaydi. Davlat organlari jamiyat bilan muloqotga yanada ochiq bo'lib, turli aloqa vositalaridan foydalangan holda u bilan faol hamkorlik qila oladi.

Kommunikatsiya strategiyalari evolyusiyasining muhim elementi zamonaviy texnologiyalar va media platformalardan foydalanish bo'ldi. Internet va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi natijasida davlat organlari jamiyat bilan faol hamkorlik qilish uchun yangi imkoniyatlarga ega bo'ldi. Ular axborotni tarqatish, jamoatchilik muhokamasini yaratish va fikr-mulohazalarni yig'ish uchun ommaviy axborot vositalari hamda kommunikatsiya vositalaridan foydalanadilar. Shuningdek, qarorlar qabul qilish va davlat organlari bilan hamkorlikka fuqarolarni ko'proq jalb qilish imkoniyati yaratildi.

Tadqiqot metodologiyasi. Bugungi kunda davlat organlari kommunikatsiyaning ahamiyatini tobora ko'proq anglab yetmoqda va zamonaviy talablarga javob beradigan kommunikatsiya strategiyalarini faol ishlab chiqmoqda. Ular turli xil muloqot formatlaridan foydalanishga, turli auditoriyalar bilan o'zaro aloqada bo'lishga, o'z faoliyatida yanada ochiq va shaffofroq bo'lishga intiladi.

Shunday qilib, davlat organlarida kommunikatsiya strategiyalarining evolyusiyasi mediasavodxonlikni rivojlantirishning muhim omili hisoblanadi. Bir tomonlama axborot modelidan ikki tomonlama aloqa modeliga o'tish, zamonaviy texnologiyalardan foydalanish, turli auditoriya va kontekstlarni hisobga olish davlat organlarining jamiyat bilan o'zaro hamkorligini yanada samaraliroq olib borishga, mediasavodxonlikni rivojlantirishga xizmat qilmoqda.

Ikki tomonlama muloqot modeliga o'tish davlat organlari xodimlari o'rtasida mediasavodxonlik borasida ko'nikma va malakalarni rivojlantirishni taqozo etadi. Bunga fikr-mulohazalarni samarali tinglash, tahlil qilish, jamoatchilik fikri, takliflariga to'g'ri munosabatda bo'lish, jamiyat bilan o'zaro munosabatlarni olib borish uchun tegishli kommunikatsiya vositalari va strategiyalarni tanlash qobiliyati kiradi.

Davlat organlarida mediasavodxonlikni oshirishda ilmiy-tadqiqot va media kommunikatsiyalar sohasidagi ilg'or tajribalarni qo'llash muhim o'rin tutadi. Bu kommunikatsiya jarayonlarini o'rganish hamda samarali muloqot strategiyalarini ishlab chiqish uchun ilmiy usullar va yondashuvlardan foydalanishni o'z ichiga oladi.

Bundan tashqari, tadqiqot va ommaviy axborot vositalari bilan aloqa qilishning ilg'or amaliyotlari aniq va ishonchli ma'lumot manbalaridan foydalanish, manbalardan iqtibos keltirish va ularni diqqat bilan to'g'ri keltirish, axborotdan axloqiy va mas'uliyat bilan foydalanishni o'z ichiga oladi.

Ilmiy tadqiqotlar va media kommunikatsiyalar sohasidagi ilg'or tajribalarni qo'llash davlat organlarida muloqot samaradorligini oshirish va mediasavodxonlikni rivojlantirishga xizmat qilmoqda. Bu davlat organlariga jamiyat ehtiyojlari va umidlarini yaxshiroq bilish, shuningdek, jamiyat va ommaviy axborot vositalari bilan yaxshiroq va aniq aloqalarni yaratish imkonini beradi.

Ommaviy kommunikatsiyalar jamoatchilik fikrini shakllantirishga katta ta'sir ko'rsatadi. Televideniye, radio, gazeta, jurnal, internet va ijtimoiy tarmoqlar kabilar axborot va mafkuralarni uzatishning muhim kanallari hisoblanadi.

Ommaviy kommunikatsiyalar jamoatchilik tushunchalari, e'tiqodlari, qadriyatlar va xatti-harakatlarini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Ommaviy axborot vositalari tomonidan taqdim etilgan yangiliklar, xabarlar, reportajlar, sharhlar va boshqa materiallar odamlarning

dunyoni, ijtimoiy hodisalarni va siyosiy voqealarni qanday tafakkur qilishini belgilab bera oladigan qudratga ega.

Ma'lumki, ommaviy axborot vositalari aholini mansabdor shaxslar faoliyati to'g'risida xabardor qilibgina qolmay, ko'pincha ularning faoliyatiga sub'yektiv bahoni ham shakllantiradi. Ko'pincha gazetalarda, bloglar va jurnallar faoliyati qisman mansabdor shaxslarning xatti-harakatlari, ularning turmush tarzi, layoqatsizligi, shuningdek, ularning vakolatlarini suiiste'mol qilish va korrupsiyaga oid shov-shuvli ma'lumotlarni yoritishga asoslanadi.

Tahlil natijalari. Bunday vaziyatda fuqarolar ko'pincha mansabdor shaxslar haqidagi ushbu ma'lumotlarga ko'proq ishonishadi. Tadqiqotlarga ko'ra, fuqarolar, ommaviy axborot vositalari davlat xizmatchilari faoliyatining ijobiy tomonlaridan ko'ra, amalda ko'proq darajada mansabdor shaxslarning salbiy imidjini yaratishini tasdiqlaydilar{2}.

Ommaviy axborot vositalari jamoatchilik fikriga turli jihatlarida ta'sir ko'rsatishi mumkin:

kun tartibini belgilash – ommaviy axborot vositalari odamlar nima haqida gaplashishi va o'ylashini belgilaydi. Ular ko'proq jamoatchilik e'tiborini tortadigan mavzular va voqealarni tanlaydilar. Bunda ular muayyan masalalar yoki hodisalarning ustuvor yo'nalishlari va ahamiyatini shakllantiradilar, jamoatchilik muhokamasi nima haqida bo'lishini belgilaydilar;

ma'lumotni filtrlash va tahrirlash – ommaviy axborot vositalari ommaviy sohaga kiradigan ma'lumotlarni filtrlaydi va tahrirlaydi. Ular qanday ma'lumotlarni taqdim etishni, qanday faktlar va fikrlarni kiritish yoki chiqarib tashlashni tanlashadi;

tasavvur va stereotiplarning shakllanishi – ommaviy axborot vositalari o'zlarining tasvirlari, hikoyalari va tasavvurlari orqali tasavvur va stereotiplar shakllantiradi. Ular shaxslar, guruhlar, mamlakatlar yoki hodisalarning ijobiy yoki salbiy tasvirlarini yaratishi mumkin;

ishontirish va manipulyasiya – ommaviy axborot vositalari odamlarning munosabati va xatti-harakatlariga ta'sir qilish uchun turli ishontirish va manipulyasiya strategiyalaridan foydalanishi mumkin. Ular odamlarni ma'lum bir fikrni qabul qilishga yoki muayyan xatti-harakatlar modelida harakat qilishga ishontirish uchun emosional jozibadorlik, zarurat tuyg'usini yaratish yoki muayyan tasvirlar va hikoyalarni yaratish kabi turli xil kommunikatsiya usullaridan foydalanishi mumkin.

Ammo shuni ta'kidlash joizki, ommaviy kommunikatsiyalar yagona axborot va ta'sir manbai emas. Odamlar shaxsiy muloqot, ta'lim, tajriba va boshqa axborot resurslari kabi boshqa kanallardan orqali ham ma'lumot oladi va o'z fikrlarini shakllantiradi. Biroq, ommaviy kommunikatsiyalar jamoatchilik fikri va ongini shakllantirishga ma'lum darajada hissa qo'shadi.

Shu bois, ommaviy axborot vositalari orqali uzatilayotgan axborotlardan xabardor bo'lish, ular orqali olingan ma'lumotlarni tanqidiy baholash zarur. Mediasavodxonlikni rivojlantirish fuqarolarga axborotni tahlil qilish va tanqidiy baholash, manipulyasiya usullarini anglash, turli nuqtai nazarlarni tushunish, ongli qarorlar qabul qilish imkonini beradi.

Boshqaruv xodimlari strategik qarorlar qabul qilishda, jamiyat bilan o'zaro aloqada va davlat organi imidjini shakllantirishda asosiy rol o'ynaydi. Shu munosabat bilan boshqaruv xodimlarining mediasavodxonligini rivojlantirishning bir qancha jihatlari va muhim sabablari bor, xususan:

kommunikatsiya va jamiyat bilan o'zaro munosabatlarni boshqarish; shaffoflik va ishonchni yaratish; inqiroz va favqulodda vaziyatlarni boshqarish; tanqidiy fikrlash va axborot tahlili; media muhitidagi o'zgarishlarni kuzatish va ularga moslashish.

Ommaviy axborot vositalari ko'pchilik uchun asosiy ma'lumot manbai bo'lib xizmat qildi va bu ularning avariya haqidagi tasavvuriga ta'sir qildi. Voqea ko'lami ma'lum bo'lgach, vahima va rasmiy bayonotlarga ishonchsizlik paydo bo'ldi. Biroq inqiroz rivojlanib, ommaviy axborot vositalari uni faol yoritgach, jamoatchilik fikri o'zgara boshladi. Tez orada avariya global oqibatlariga olib kelishi va keng xalqaro javob choralarini talab qilishi ma'lum bo'ldi.

Bu misol ommaviy axborot vositalarining inqiroz davrida jamoatchilik fikrini shakllantirishda qanday asosiy rol o'ynashini va ular odamlarning xatti-harakatlariga, ularning voqealarga bahosi va hokimiyat haqidagi tasavvuriga qanday ta'sir ko'rsatishi mumkinligini ifodalaydi.

Radioeshittirishlar yordamida ular sovet armiyasining g'alabalari haqida so'zlab berishdi, frontdan xabar berishdi, ko'rsatmalar va buyruqlar berishdi, turli vatanparvarlik ko'rsatuvlarini amalga oshirishdi, hatto keyinchalik xalq qahramonliklari madhiyasiga aylangan qo'shiqlarni ham efirga uzatdilar.

Bu misollar mojaro va inqirozlarda axborot urushi va targ'ibotining qanchalik muhimligini ko'rsatadi. Ular ommaviy axborot vositalarining jamoatchilik fikrini qanday shakllantirishini, odamlar ongiga ta'sir o'tkazishini va xalqaro hamjamiyatni qarorlar qabul qilishga va ma'lum bir mojaroda taraf bo'lishga majburlash qobiliyatini namoyish etadi.

Ikkala misolda ham ko'rish mumkinki, ommaviy axborot vositalari ko'pincha ob'yektiv voqelikni aks ettirmaydi, balki muayyan siyosiy va mafkuraviy maqsadlarga erishish uchun vosita bo'lib xizmat qiladi. Bu vaziyatni tushinishda bo'shliqqa va mojaroning yanada kengayishiga olib kelishi mumkin.

Jamoatchilik fikrini shakllantirishda ommaviy axborot vositalarining roliga oid keltirilgan misollar va tahlillar davlat organlari va aholi o'rtasida mediasavodxonlikni rivojlantirish

muhimligini ifodalaydi. Demak, mediasavodxonlikni rivojlantirish va axborotni manipulyasiya qilish mexanizmlarini tushunish nafaqat davlat amaldorlari, balki jamoatchilik uchun ham muhim ahamiyatga ega. Fuqarolar axborotni tahlil qilish va baholash, soxta yangiliklarni ishonchli axborot va tashviqot usullaridan ajrata olishi muhim. Bu fuqarolarning xabardorligini oshirishga xizmat qiladi, ularga ongli qarorlar qabul qilish, jamoat va siyosiy hayotda faol ishtirok etish imkonini beradi. Umuman olganda, jamiyatda mediasavodxonlikning rivojlanishi ommaviy axborot vositalaridan siyosiy va ijtimoiy maqsadlarga erishishda yanada samarali foydalanishga xizmat qiladi. Mediasavodxonlik – ommaviy axborot vositalari orqali olingan ma'lumotlarni tahlil qilish, tanqidiy baholash va sharhlash imkonini beradigan ko'nikmalar to'plami.

Xulosa. Davlat boshqaruvida mediasavodxonlik siyosiy va ijtimoiy maqsadlarga erishish uchun ommaviy axborot vositalaridan samarali foydalanishga qaratilgan. Davlat boshqaruvi xodimlari axborotni manipulyasiya qilish mexanizmlarini mukammal bilishi va tashviqot usullarini aniqlay olishi muhim. Bu ularga ob'yektiv ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilishda yordam beradi va ishonchsiz yoki buzilgan ma'lumotlar tufayli yuzaga kelishi mumkin bo'lgan nizolarning oldini oladi.

Shu bilan birga, aholi o'rtasida ham mediasavodxonlikni rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Jamoatchilik axborot materiallarini tahlil qilish va baholash, sifatli jurnalistikani soxta yangiliklar va tashviqot usullaridan ajrata olishi kerak. Bu fuqarolarning xabardorligini oshiradi, ularga ongli qarorlar qabul qilish, jamoat-siyosiy hayotda faol ishtirok etish imkonini beradi.

Davlat organlarida mediasavodxonlikni rivojlantirish siyosiy va ijtimoiy maqsadlarga erishishda ommaviy axborot vositalaridan samarali foydalanishda muhim omil bo'ladi.

ADABIYOTLAR

1. Haider, J., & Sundin, O. (2022). *Paradoxes of Media and Information Literacy: The Crisis of Information*. *Paradoxes of Media and Information Literacy: The Crisis of Information* (pp. 1–174). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003163237>
2. Е. В. Сорокина, Д. О. Селентьева, В. А. Сурина, & Е. А. Черкасова (2019). Роль СМИ в формировании положительного имиджа государственного служащего. *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*, (4-1), 142-145. doi: 10.24411/2500-1000-2019-10726
3. Mihailidis, P. (2018). Media Literacy's Civic Problem 1. In *Civic Media Literacies* (pp. 23–51). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315526058-2>
4. Н. В. Демчук (2016). Медиаобразование будущих государственных и муниципальных служащих. *Журналистский ежегодник*, (5), 29-32.
5. Bykov, I., & Medvedeva, M. (2021). Importance of Media Literacy for Political Communication in Russia. *Journal of Political Research*, 5(4), 7–22. <https://doi.org/10.12737/2587-6295-2021-5-4-7-22>
6. Е. В. Сорокина, Д. О. Селентьева, В. А. Сурина, & Е. А. Черкасова (2019). Роль СМИ в формировании положительного имиджа государственного служащего. *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*, (4-1), 142-145. doi: 10.24411/2500-1000-2019-10726
7. Haider, J., & Sundin, O. (2022). *Paradoxes of Media and Information Literacy: The Crisis of Information*. *Paradoxes of Media and Information Literacy: The Crisis of Information* (pp. 1–174). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003163237>