

“O‘ZBEKISTON — 2030” STRATEGIYASI KONTEKSTIDA MAHALLIY HOKIMLIKLARNING MEDIA-MENEJMENT STRATEGIYALARI VA AXBOROT OCHIQLIGI

Qahhorova O'g'iloy Norchayevna

O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti, To'gon va Quadrat
Ernazarovlar nomidagi Jamoatchilik bilan aloqalar kafedrası o'qituvchisi

Annotatsiya: Maqolada “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi doirasida mahalliy hokimliklarning media-menejment strategiyalari va axborot ochiqligini ta’minlash amaliyoti tahlil qilinadi. Tadqiqotning dolzarbligi davlat boshqaruvida ochiqlik, jamoatchilik bilan muloqot va raqamli kommunikatsiya mexanizmlarining tobora muhimlashib borayotgani bilan belgilanadi. Strategiyada fuqarolarning axborot olish, undan foydalanish va tarqatish huquqlarini kafolatlash, ommaviy axborot vositalari faoliyatini rivojlantirish hamda islohotlar natijalari haqida aholiga xolis va to‘liq ma’lumot yetkazish vazifalari belgilangan. Tadqiqotda hujjatli tahlil, tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, kontent-tahlil va media-menejmentni modellashtirish usullaridan foydalanildi. Mahalliy hokimliklarning media-menejment faoliyati strategik rejalashtirish, axborot oqimini boshqarish, media monitoring, raqamli platformalar bilan ishlash, jamoatchilik bilan ikki tomonlama muloqot, tezkor axborot berish va reputatsion risklarni boshqarish komponentlari orqali yoritildi. Natijada hokimliklar uchun “ochiqlik – monitoring – tezkor axborot – muloqot – tahlil – takomillashtirish” sikliga asoslangan media-menejment modeli taklif etildi. Modelni amaliyotga joriy etish mahalliy boshqaruv organlarining axborot faoliyatini tizimlashtirish, jamoatchilik ishonchini mustahkamlash va strategik maqsadlarning mazmun-mohiyatini aholiga samarali yetkazishga xizmat qiladi.

Kalit soʻzlar: “Oʻzbekiston — 2030”, mahalliy hokimlik, media-menejment, axborot ochiqqligi, jamoatchilik bilan aloqalar, raqamli kommunikatsiya, media monitoring, davlat boshqaruvi, strategik kommunikatsiya, jamoatchilik ishonchi.

1. KIRISH / DOLZARBLIGI

Bugungi kunda davlat boshqaruvi tizimida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi mahalliy hokimliklarning jamoatchilik bilan munosabatlarini tashkil etish usullarini tubdan oʻzgartirmoqda. Avvalroq hokimliklarning axborot faoliyati asosan rasmiy xabarlar, matbuot anjumanlari va ommaviy axborot vositalaridagi chiqishlar orqali amalga oshirilgan boʻlsa, hozirgi raqamli muhitda rasmiy veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, messenjerlar, videoplatformalar va elektron murojaat tizimlari muhim kommunikatsion kanallarga aylandi.

“Oʻzbekiston — 2030” strategiyasi Yangi Oʻzbekiston taraqqiyotining uzoq muddatli ustuvor yoʻnalishlarini belgilab, davlat boshqaruvida fuqaroga yoʻnaltirilganlik, ochiqlik va samaradorlikni kuchaytirishga qaratilgan. Strategiya 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son Farmon bilan tasdiqlangan boʻlib, uning ijrosini tashkil etishda viloyatlar va Toshkent shahri hokimlariga shaxsiy masʼuliyat yuklatilgan. Strategiya doirasida belgilangan maqsad va vazifalarni OAV, Internet va ijtimoiy tarmoqlarda keng yoritish, amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar hamda maqsadli koʻrsatkichlar haqida aholiga xolis va toʻliq maʼlumot yetkazish alohida vazifa sifatida koʻrsatilgan. □

Strategiyaning 83-maqjadi fuqarolik jamiyati va ommaviy axborot vositalari faoliyatini yanada rivojlantirish, ochiqlik siyosatini izchil davom ettirish hamda fuqarolarning axborot olish, undan foydalanish va tarqatish huquqlarini kafolatlashga qaratilgan. Mahalliy vakillik organlari faoliyatida jamoatchilik ishtirokini kengaytirish va ularning ishini bosqichma-bosqich raqamlashtirish ham strategik vazifalar qatoriga kiradi. Shu nuqtai nazardan, mahalliy hokimliklarning media-menejmenti faqat yangiliklarni

tarqatish faoliyati sifatida emas, balki hududdagi ijtimoiy jarayonlar, davlat siyosati va fuqarolar o'rtasidagi axborot aloqalarini strategik boshqarish mexanizmi sifatida qaralishi lozim.

Tadqiqotning maqsadi — “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi talablari asosida mahalliy hokimliklarning media-menejment strategiyalari va axborot ochiqligini ta'minlash mexanizmlarini ilmiy-nazariy jihatdan asoslash hamda ularning samaradorligini oshirish bo'yicha amaliy model ishlab chiqish.

Tadqiqot vazifalari: mahalliy hokimliklar media-menejmentining mazmunini aniqlash; axborot ochiqligining asosiy komponentlarini belgilash; raqamli kommunikatsiya kanallarining o'rnini tahlil qilish; media faoliyatini baholash indikatorlarini ishlab chiqish; ochiqlik va jamoatchilik bilan muloqotning integrativ modelini taklif etish.

2. MATERIALLAR VA USULLAR

Tadqiqotning metodologik asosini davlat boshqaruvi, strategik kommunikatsiya, jamoatchilik bilan aloqalar, media-menejment va raqamli hukumatga oid ilmiy qarashlar tashkil etadi. Asosiy hujjat sifatida “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi va uni amalga oshirishga oid rasmiy materiallar o'rganildi.

1. Hujjatli tahlil. Strategiyaning axborot ochiqligi, OAV faoliyati, jamoatchilik ishtiroki va raqamli kommunikatsiyaga oid maqsad hamda vazifalari tahlil qilindi.

2. Tizimli yondashuv. Mahalliy hokimliklarning media-menejmenti “axborot manbai – media kanal – auditoriya – feedback – tahlil – boshqaruv qarori” tizimi sifatida ko'rib chiqildi.

3. Kontent-tahlil. Hokimliklarning rasmiy veb-saytlari va ijtimoiy tarmoqlaridagi materiallarni baholash uchun xabarlar chastotasi, mavzular xilma-xilligi, vizual kontent, interaktivlik, murojaatlarga javob berish va ochiqlik indikatorlari taklif qilindi.

4. Qiyosiy tahlil. An'anaviy axborot tarqatish modeli va raqamli, interaktiv media-menejment modeli o'rtasidagi farqlar aniqlandi.

5. Modellashtirish. Mahalliy hokimliklar uchun ochiqlik va media-menejmentning integrativ modeli ishlab chiqildi.

Raqamli hukumat – 2028 strategiyasida shaffoflik va ochiq ma'lumotlar, foydalanuvchiga moslashganlik, ma'lumotga asoslangan qarorlar va raqamli ustuvorlik kabi tamoyillar belgilangan. Bu tamoyillar mahalliy hokimliklarning zamonaviy media-menejmentini takomillashtirish uchun metodologik asos bo'la oladi.

3. NATIJALAR

3.1. Mahalliy hokimliklar media-menejmentining mazmuni

Tadqiqot natijalari mahalliy hokimliklarda media-menejmentni beshta o'zaro bog'liq yo'nalish orqali tashkil etish maqsadga muvofiqligini ko'rsatadi: strategik rejalashtirish, kontent boshqaruvi, media monitoring, jamoatchilik bilan muloqot va natijadorlikni baholash.

Strategik rejalashtirish hududning rivojlanish ustuvorliklari, auditoriya ehtiyojlari va axborot kun tartibini hisobga olgan holda yillik va oylik kommunikatsiya rejasini shakllantirishni nazarda tutadi. Kontent boshqaruvi esa bir xil ma'lumotni turli platformalarning xususiyatlariga moslashtirish, murakkab davlat dasturlarini sodda va tushunarli tilda izohlash hamda natijalarni raqamlar va dalillar asosida ko'rsatishni talab qiladi.

3.2. Axborot ochiqligining asosiy komponentlari

Axborot ochiqligi rasmiy ma'lumotni e'lon qilish bilangina cheklanmaydi. U axborotning o'z vaqtida berilishi, to'liqligi, tushunarliqligi, tekshiriluvchanligi, foydalanish qulayligi va jamoatchilik fikriga javob qaytarish imkoniyati bilan belgilanadi.

Mahalliy hokimliklar uchun axborot ochiqligining quyidagi komponentlari taklif etiladi: 1) tezkorlik; 2) to‘liqlik; 3) aniqlik; 4) ochiq ma’lumotlardan foydalanish imkoniyati; 5) jamoatchilikka hisobdorlik; 6) murojaatlarga javob; 7) raqamli platformalardagi mavjudlik.

Strategiyada “O‘zbekiston — 2030” maqsad va vazifalarini OAV, Internet va ijtimoiy tarmoqlarda muntazam sharhlab borish hamda amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar va maqsadli ko‘rsatkichlar haqida aholiga xolis va to‘liq axborot yetkazish vazifasi aniq belgilangan.

3.3. Raqamli media kanallarining strategik roli

Raqamli kommunikatsiya mahalliy hokimliklarga bir vaqtning o‘zida katta auditoriya bilan bevosita aloqa qilish imkonini beradi. Biroq platformalarning o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olmasdan bir xil mazmundagi xabarlarni barcha kanallarda takrorlash kommunikatsiya samaradorligini pasaytirishi mumkin.

Shu sababli rasmiy veb-sayt – batafsil va hujjatlashtirilgan axborot; Telegram – tezkor xabar va qisqa izoh; Instagram – vizual hikoyalash; YouTube – kengroq tushuntirish va intervyular; Facebook – muhokama va jamoatchilik bilan muloqot kabi platformalararo funksional taqsimotdan foydalanish maqsadga muvofiq.

3.4. Media monitoring va jamoatchilik fikrini o‘rganish

Media monitoring hokimlik uchun faqat OAVda o‘zi haqidagi xabarlarni kuzatish emas, balki hududdagi dolzarb masalalarni, fuqarolar kayfiyatini, muammoli mavzularni va ehtimoliy reputatsion xatarlarni aniqlash vositasidir.

Monitoring natijalari haftalik va oylik tahliliy hisobotlarga aylantirilishi, aniqlangan muammolar esa tegishli tarkibiy bo‘linmalarga yetkazilishi kerak. Shu tariqa axborot xizmati faqat axborot tarqatuvchi emas, balki boshqaruv qarorlarini axborot bilan ta’minlovchi analitik bo‘g‘inga aylanadi.

3.5. Taklif etilayotgan media-menejment modeli

Mahalliy hokimliklar uchun quyidagi integrativ model taklif etiladi:

AXBOROT MUHITINI MONITORING QILISH → MUAMMONI ANIQLASH → MA'LUMOTNI TEKSHIRISH → KONTENT STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH → MULTIKANALLI TARQATISH → JAMOATCHILIK BILAN MULOQOT → FEEDBACKNI TAHLIL QILISH → NATIJANI OCHIQ E'LON QILISH → TAKOMILLASHTIRISH.

Mazkur model yopiq sikl shaklida ishlaydi. Ya'ni e'lon qilingan axborotning jamoatchilik tomonidan qanday qabul qilingani yana monitoring qilinadi va keyingi kommunikatsiya strategiyasiga tuzatish kiritiladi.

4. MUHOKAMA

Tadqiqot natijalari mahalliy hokimliklarning axborot faoliyatida miqdoriy ko'rsatkichlardan sifat ko'rsatkichlariga o'tish zarurligini ko'rsatadi. Faqatgina qancha xabar e'lon qilingani media-menejment samaradorligini to'liq ifodalamaydi. Muhimi, xabar qanchalik tushunarli bo'ldi, qancha fuqaroga yetib bordi, qanday feedback shakllandi va jamoatchilik ishonchiga qanday ta'sir ko'rsatdi.

Shu nuqtai nazardan, mahalliy hokimliklar media-menejmenti uchun quyidagi KPI tizimini qo'llash taklif etiladi:

1. Axborot tezkorligi indeksi — voqea sodir bo'lishi va rasmiy axborot berilishi o'rtasidagi vaqt.
2. Ochiqlik indeksi — zarur ma'lumotlarning ochiq va qulay shaklda taqdim etilishi.
3. Muloqot indeksi — fuqarolarning savol va murojaatlariga javob berish darajasi.
4. Qamrov indeksi — axborotning potensial va real auditoriyasi.
5. Faollik indeksi — izoh, ulashish, reaksiya va boshqa interaktiv ko'rsatkichlar.

6. Kontent sifati indeksi — axborotning aniqligi, tushunariligi va dalillanganligi.
7. Ishonch indeksi — jamoatchilikning hokimlik faoliyatiga bo'lgan munosabatidagi o'zgarishlar.
8. Reputatsion risk indeksi — salbiy xabarlar, shikoyatlar va muammoli mavzular dinamikasi.

Strategiya ijrosini yoritish bo'yicha amaliy materiallarda ham mahalliy hokimliklar axborot xizmatlari oldiga strategiya doirasidagi chora-tadbirlar va natijalar haqida aholiga tezkor, xolis va to'liq ma'lumot yetkazish vazifasi qo'yilgan. □

2026-yil holatiga ko'ra "O'zbekiston — 2030" strategiyasining ijrosi bo'yicha yarim yillik monitoring natijalari ham e'lon qilinmoqda. Bu holat hududiy kommunikatsiyada monitoring natijalarini muntazam va tushunarli shaklda jamoatchilikka yetkazish zaruratini yanada kuchaytiradi.

Shuningdek, strategiyaning mahalliy darajadagi vazifalarida jamoatchilikning mahalliy Kengashlar faoliyatidagi ishtirokini kengaytirish va ularning faoliyatini bosqichma-bosqich raqamlashtirishga e'tibor qaratilgani media-menejmentni faqat axborot tarqatish emas, balki fuqarolik ishtiroki infratuzilmasi sifatida rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi.

5. XULOSA

1. "O'zbekiston — 2030" strategiyasi kontekstida mahalliy hokimliklarning media-menejmenti davlat boshqaruvi samaradorligining muhim kommunikatsion komponentiga aylanmoqda.
2. Axborot ochiqligi rasmiy xabarlarni e'lon qilish bilan chegaralanmay, tezkorlik, to'liqlik, aniqlik, qulaylik, jamoatchilik bilan muloqot va hisobdorlikni qamrab olishi lozim.
3. Mahalliy hokimliklarning media faoliyatini strategik rejalashtirish, raqamli monitoring va KPI asosida baholash axborot xizmatlari ishining sifatini oshirish imkonini beradi.

4. “Ochiqlik – monitoring – tezkor axborot – muloqot – tahlil – takomillashtirish” modeli mahalliy hokimliklarda media-menejmentning uzluksiz tizimini shakllantirishga xizmat qiladi.
5. Strategiya maqsadlari va hududiy islohotlarning natijalarini aholiga xolis, to‘liq va tushunarli yetkazish jamoatchilik ishonchini mustahkamlashning muhim sharti hisoblanadi.
6. Mahalliy hokimliklar media-menejmentining kelgusi rivoji raqamli platformalar bilan ishlash, ochiq ma’lumotlar, media monitoring, ma’lumotlarga asoslangan kommunikatsiya va jamoatchilik fikrini tizimli o‘rganish bilan chambarchas bog‘liq.

ADABIYOTLAR:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida: 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son Farmon. Toshkent, 2023.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi va uni amalga oshirish bo‘yicha davlat dasturiga oid hujjatlar. Toshkent, 2026.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Strategik rivojlanish va islohotlar agentligi. “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi monitoring materiallari. Toshkent, 2026.
4. O‘zbekiston Respublikasi Raqamli hukumat portali. “Raqamli hukumat — 2028” strategiyasi.
5. Grunig J. E., Hunt T. Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.
6. Cutlip S. M., Center A. H., Broom G. M. Effective Public Relations. 11th ed. Pearson, 2013.

7. Hallahan K., Holtzhausen D., van Ruler B., Verčič D., Sriramesh K. Defining Strategic Communication // International Journal of Strategic Communication. 2007. Vol. 1. No. 1. P. 3–35.
8. Kent M. L., Taylor M. Toward a Dialogic Theory of Public Relations // Public Relations Review. 2002. Vol. 28. No. 1. P. 21–37.
9. Castells M. Communication Power. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2013.
10. van Dijck J., Poell T., de Waal M. The Platform Society: Public Values in a Connective World. Oxford: Oxford University Press, 2018.
11. OECD. OECD Report on Public Communication: The Global Context and the Way Forward. Paris: OECD Publishing, 2021.
12. OECD. Government at a Glance 2023. Paris: OECD Publishing, 2023.
13. UNESCO. Journalism, “Fake News” and Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. Paris: UNESCO, 2018.
14. Kietzmann J. H., Hermkens K., McCarthy I. P., Silvestre B. S. Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media // Business Horizons. 2011. Vol. 54. No. 3. P. 241–251.
15. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media // Business Horizons. 2010. Vol. 53. No. 1. P. 59–68.
16. Coombs W. T. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding. 6th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2022.