

# ОПУБЛИКОВАТЬ СТАТЬЮ

в изданиях НИЦ "Социосфера"



[ПОДРОБНЕЕ](#)

## СОЦИОСФЕРА

- *Российский научный журнал*
- *ISSN 2078-7081*
- *РИНЦ*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным наукам*

## PARADIGMATA POZNÁNÍ

- *Чешский научный журнал*
- *ISSN 2336-2642*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам*

[ПОДРОБНЕЕ](#)



## СБОРНИКИ КОНФЕРЕНЦИЙ

- *Широкий спектр тем международных конференций*
- *Издание сборника в Праге*
- *Публикуются материалы по информатике, истории, культурологии, медицине, педагогике, политологии, праву, психологии, религиоведению, социологии, технике, филологии, философии, экологии, экономике*



[ПОДРОБНЕЕ](#)

## V. INFORMATION AND COMMUNICATION SPACE AND MEDIA CULTURE



### МЕДИАМАРКАЗЛАРНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИНСТИТУЦИОНАЛ ТИЗИМЛАРИ

Р. А. Арзиев

*Ажиниёз номидаги Нукус давлат педагогика  
институтини таянч докторанти,  
Нукус ш.,  
Қорақалпоғистон Республикаси, Ўзбекистон*

---

**Summary.** The article philosophically analyzes the institutional characteristics and social functions of modern media centers. That is, the opinions of experts and scientists who have specially researched the non-national and non-democratic views spread in the media centers today have been analyzed. Organizational-institutional systems of media centers are divided into traditional and modern types and analyzed. Also, the role of these media centers in the formation of socio-democratic values achieved by our society today is shown.

**Keywords:** media; media centers; media space; mass media; traditional media; information; communication; technology; function; interconnections.

---

Медиамарказлар ижтимоий ҳаётнинг таркибий қисми, ҳар бир соҳа, социодемократик тамойилларга мувофиқ, ўз фаолияти, иш режалари ва уларнинг бажарилишлари бўйича аҳолига, жамиятга ахборотлар бериб боради. Бундай замонавий ахборот марказлари деярли барча давлат муассасалари, вазирликлар қошида ташкил этилган. Демак, медиамарказлар, ўзининг социодемократик характериға мувофиқ, ташкилий-институционал тизимларига эга, уларни билиш нафақат биз, шунингдек, келгуси илмий-назарий тадқиқотлар учун ҳам муҳимдир. Медиамарказларнинг ташкилий-институционал тизимларига мувофиқ, анъанавий ва замонавий турларга ажратиш мумкин. Анъанавий турларига:

- газета (жамоа ёки гуруҳ деворий газетаси, меҳнат жамоаси газетаси, қишлоқ ёки аул газетаси, туман газетаси, шаҳар газетаси, вилоят газетаси, расмий газета, мустақил газета, нодавлат газетаси, халқаро газета);
- журнал (оғзаки журнал, радиотележурнал, муассаса журнали, ахборотномалар, тўплам журнал, соҳалар журналлари, бюллетенлар);
- нашриёт (давлат нашриёти, хусусий нашриёт, идора нашриёти, ижодий уюшмалар нашриёти);
- радио (махаллий радио, республика радиоси, муассаса радиоси);
- телевидение (давлат телевидениеси, меҳнат жамоаси телевидениеси, мустақил теледастурлар, уй телекинотеатрлари);
- уй ва ишхона телефонлари (стационар телефонлар, қўлбола телефонлар, хизмат рация телефонлари);

- кинотеатр (стационар кинотеатрлар, сайёр кинотеатрлар, уй кинотеатрлари, давлат киноустановкалари);
- оммавий кутубхона (давлат кутубхоналари, вилоят кутубхоналари, шаҳар кутубхоналари, туман кутубхоналари, қишлоқ ёки аул кутубхоналари, муассаса ёки ихтисослаштирилган кутубхона, хусусий кутубхона);
- китоб ва даврий нашрлар сотиладиган дўконлар (стационар китоб дўконлари, киоскалар, кўчма лавкалар);
- почта (давлат почтаси, халқаро почта, авиапочта, темир йўл почтаси, курьер хизмати);
- билим уйлари (халқ университетлари, китобсеварлар клублари ва жамиятлари, маърузахоналар, қизиқувчилар тўғарақлари, изтопарлар клуби, ҳаваскорларнинг илмий жамиятлари);
- радиотеле устахоналар (ҳаваскорлик илмий – техник тўғарақлари, ёш комонавтлар, авиасозлар, компьютерчилар ва роботсеварлар клублари);
- бадий ижодий уюшмалар (журналистлар уюшмалари, ёзувчилар уюшмалари, ёш қаламкашлар тўғарақлари, ёш бадий танқидчилар клуби) ва бошқалар киради. Улар асосан Республикамизда XX асрда шаклланган ва оммалашган. Кўриниб турибдики, медиамарказларнинг анъанавий турлари жуда кенг, кўпгина социумларда улар ханузгача устувор ўринни эгаллайди. Бизда ҳам улардан воз кечилган эмас, улар ижтимоий борлиғимизнинг таркибий қисмидир. Бугун жамиятимиз эришган социодемократик кадриятларнинг шаклланишида ушбу медиамарказлар муҳим рол ўйнаган. Замонавий медиамарказларнинг юзага келиши ҳам улар билан боғлиқ бўлиб, институционал ва функционал жиҳатдан уларни давом эттиради. Биз уларнинг бугунги фаолиятдан, кўрсатаётган социодемократик хизматларидан мутлақ воз кечолмаймиз, улар тадқиқотимизнинг муҳим объектларидир.

Анъанавий медиамарказлар турлари ва тизимларининг ташкилий тузулиши советлар давридаги тартибларга мувофиқ эди. Агар давлат кутубхоналари, нашриётлар, почта хизматлари расмий ташкилотларга, аввало давлатга қарашли бўлса, ҳаваскорлик уюшмалари ва тўғарақларини аҳолининг, кишиларнинг ўзлари ташкил қилишган. Бироқ бу тизимлар ҳам коммунистик идеология назорати остида эди, уларда ғайрикоммунистик фикрлар, ғоялар ва сўзларни айтиш тақиқланган. Бадий эстетик ва илмий – техник ижодга, эркинликка руҳсат бор эди, аммо уларнинг ҳам коммунистик ахлоқ нормаларига мувофиқ фаолият олиб бориши шарт эди. Социалистик демократия коммунистик идеология доирасидаги демократия эди. Унда буржуазия, чет элликлар, империалистлар риоя этадиган, мақтайдиган нормалар, кадриятлар синфий манфаатларимизга мувофиқ келмайди, иложи борича барча тарғибот ва ташвиқот ишларимиз социалистик демократия талабларига мувофиқ бўлсин, деган ақида устувор эди.

Буржуа демократиясида ҳам умуминсоний манфаатларга мувофиқ келадиган нормалар, ғоялар ва фикрлар борлиги хаёлга келмасди.

Юқоридаги тизимларни мутлақ нотўғри, зараркунанда ва ҳеч қандай позитив аҳамияти йўқ нарсалар сифатида нигилистча рад этмаслик керак. Улар этномаданий ҳаётимизнинг таркибий қисмлари бўлган. Уларнинг фаолияти, аҳамияти ва тузилишини объектив баҳолаш зарур. Тарих фанлари докторлари, профессорлар О. Қосимова ва Э. Охунжанов, тадқиқотчилар Т. Эрназаров, С. Шадмонова ва Н. Абдуазизоваларнинг асарлари, мақолалари кўрсатадики, ўлкамизда чоп этилган илк газета ва журналлар, яъни “Туркистон вилоятининг газети” (1870), “Туркистанские ведомости” (1870), “Самарқанд” (1913), Оина” (журнал, 1913), “Нашириёти Бехбудий” (нашриёт, 1913), “Хуррият” (1917) институционал нуқтаи назаридан расмий ва норасмий нашрлар бўлган. “Туркистанские ведомости” ва унинг ўзбекча тилдаги иловаси “Туркистон вилоятининг газети” генерал губернаторнинг махсус нашри эди. Унда аввало расмий хабарлар, оқ пошшонинг қабул қилган қарорлари, маҳаллий аҳолига тааллуқли кўрсатмалари ҳамда илм, фан, саноат, ишлаб чиқариш, аниқса пахтачилик ва маданий ҳаётга оид хабарлар, мақолалар бериб борилган. Газета ўзбек, қозоқ ва қирғиз тилларида ойига 2–4 марта чоп этилган. Газета генерал губернатор рухсати билан нашр қилинган. Уларга маҳаллий аҳоли вакили Шоҳимардон Иброҳимов ва Муҳаммадҳасан Чанишев, кейинчалик Н. П. Остроумов муҳаррирлик қилишган. Газета Гьесинфорс, Қозон, Қоғор, Бахчасарой, Москва, Омск ва Петербургга тарқатилган. Газета 1916 йилгача чиққан. Қолган “Самарқанд” ва “Хуррият” газеталари, “Оина” журнали эса жадидчиларнинг, айниқса М. Бехбудийнинг ташаббуси билан нашр этилган [1]. Чоп этилган асарлар (масалан, Бехбудийнинг “Падаркуш” пьесаси) ва мақолалар аҳолини дунёда бўлаётган ўзгаришлардан, илий техник янгиликлар ва бозор иқтисодиётига хос бўлган савдо – сотиқ ишларидан хабардор қилиб борган. Уларга бўлган қизиқиш зиёлилар ичида шунчалик кучли бўлганки, нашрнинг келгуси сонини кўлга олишга иштиёқмандлар тонгда бориб киоскаларга навбат олишган. Ижтимоий-сиёсий, социодемократик характердаги материаллар кам берилган, бироқ улар, генерал губернатор назоратида бўлса-да, маҳаллий аҳолининг эркинлик, миллий давлат куриш, истиқлол ҳақидаги тасаввурларини шакллантирмай қолмаган. Жадидлар А. Қодирий, М. Бехбудий, Мунаввар қори Абдурашидхонов, Фитратларнинг янги мактаблар очиш, маърифат ва таълим борасида илгари сурган ғоялари, айниқса миллатни уйғотишга, ўзини англашга, тарихини билишга даъватлари социодемократик қарашлар эди. Мустамлакачиликнинг асл моҳияти ўлкани Чор Россиясига қарам қилиш, унинг табиий бойликларини ўзлаштириш бўлганини жадидлар очик айтолмаган, бироқ улар асарларида миллатни уйғотишга қаратилган даъватлар, илмий маърифатга чорлашлар моҳиятан миллий-маданий ва социодемократик тараққиётга ундаш эди.

Мутахассисларнинг келтиришича, “Туркистон вилояти газети” маҳаллий аҳолининг маърифатга, илмий – техник ижодга ва мустақил

фикрлашга ундаш мақсадида газета нархини арзон ва унда мақоласи нашр этилган муаллифларга катта ганорарлар тўлаган. Масалан, газета нархи 5 тийин бўлган ҳолда, маҳаллий аҳолидан чиққан муаллифга ҳар бир ҳарф учун 1 тийин ганорар тўланган. “Агар мақола 300 сўз бўлса, муаллиф 3 сўм миқдорида ганорар олган. Уша даврларда бу муносиб пул эди!” [2]. Бу ўринда гап социодемократик фикрлашга маҳаллий аҳолини ўргатиш, унда мустақил фикр, сўз эркинлигини, ижод қилиш кўникмаларини моддий воситалар билан қўллаб-қувватлаш устида кетмоқда. Бугун ўша даврларга тош отаётган “мутахассислар” нафақат юқоридаги ганорарни, замонавий матбуотнинг ўлкада шаклланишида расмий нашрлар етакчи ўринни эгаллаганини эсга олса, воқеликка объектив ёндашган бўларди. Жадидчилар, нодавлат нашрларининг юзага келиши мана шу расмий нашрлар заминида, улар таъсирида пайдо бўлганини унутмаслигимиз керак. Минг афсуски, жадидлар ва нодавлат нашрлар ўз муаллифларига меҳнат ҳақи, ганорар тўлагани ҳақида ҳеч қандай манба йўқ. Ушбу анъана то ҳанузгача миллий ахборот тизимларида, газета журналларимизда сақланиб қолмоқда, ваҳоланки, советлар даврида муаллифнинг ҳар бир чиқиши, ҳатто “Билимлар уйи”да, халқ университетларида маърузалар ўқиши, вилоятларга бориб чиқишлар қилиши ишга, меҳнатга ҳақ тўлаш тарзида баҳоланган. Бизнинг нашриётчиларимиз эса, бозор иқтисодиётига ўтиш байроғи остида, муаллифларга ҳақ, ганорар тўлашни унутишди, натижада зиёлининг интеллектуал изланишлари ва меҳнати қадрланмай қолди. Амалдорлар, айниқса вазирлар, уларнинг ёрдамчилари, департаментлар раҳбарларининг биринчи шахс ўқийдиган газеталарда тинмай чиқишлар уюштириши ғоят ҳайрат, таажжуб уйғотади. Сийқа, ижтимоий фикрга деярли ҳеч нима қўшмайдиган, баённома тарзидаги мақолалар медиамарказларнинг объективлик, ҳозиржавоблик ва долзарблик принципларига мувофиқ келмайди, бу эса ўқувчини нашрдан узоқлаштиради. Ҳозирги ёшларда замонавий билимларга, айниқса ижтимоий-сиёсий таълимотларга қизиқишнинг пастлиги ва “кўча демократияси”га мойиллигининг боисини мана, қаердан излаш зарур.

Бозор иқтисодиёти медиамарказларнинг юқори профессионализмда янгилик излаши, янгиликни тарғиб этиши билан боғлиқ функцияларини унутишга асос бўла олмайди.

### Библиографик рўйхат

1. Қосимова О. Кутубхонашунослик. – Тошкент: “Ўқитувчи”, 1976; Охунжанов Э. История письменности и книгоиздательства в Средней Азии. – Тошкент: “Фан”, 1989; Эрназаров Т. Ўзбек журналистикаси. – Тошкент: “Шарқ”, 2003; Шадмонова С. Туркистон тарихи матбуот кўзгусида. – Тошкент: “Yangi nashr”, 2004.
2. Тожимаматова М. “Ўзбекистон Миллий кутубхонасининг қўлёзма ва китоб мероси” номли китоб альбом тайёрланмоқда // “Маданият”, 2021, 17 июль.



## СРОЧНОЕ ИЗДАНИЕ МОНОГРАФИЙ И ДРУГИХ КНИГ



*Два места издания Чехия или Россия.  
В выходных данных издания  
будет значиться*

**Прага: Vědecko vydavatelské  
centrum "Sociosféra-CZ"**

*или*

**Пенза: Научно-издательский  
центр "Социосфера"**

## РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ

- Корректурa текста
- Изготовление оригинал-макета
- Дизайн обложки
- Присвоение ISBN



## У НАС ДЕШЕВЛЕ

- Печать тиража в типографии
- Обязательная рассылка
- Отсудка тиража автору

