



Маънавият тарғиботчисига ёрдам

МУҲАММАД ҚУРОНОВ

**ТАРҒИБОТ
ТАМОЙИЛЛАРИ**



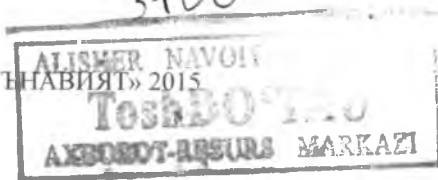
РЕСПУБЛИКА МАЪНАВИЯТ ТАРҒИБОТ МАРКАЗИ

МУҲАММАД ҚУРОНОВ

ТАРҒИБОТ ТАМОЙИЛЛАРИ

3100

ТОШКЕНТ «МАЪНАВИЯТ» 2015



УЎК: 32.019.5
КБК: 66.2(5Ў)
Қ 82

Қуроноу, Муҳаммад

Қ 82 Тарғибот тамойиллари / М. Қуроноу; масъул муҳаррир
Қ. Қуранбоев; Республика маънавият тарғибот маркази
– Тошкент: «Маънавият», 2015. – 32 б.

ISBN 978-9943-04-259-9

Дунё микёсида гоаяий таҳдид ва ахборот хуружлари кучайиб, одамлар онги ва қалбини эгаллаш борасидаги кураш тобора мураккаблашиб бораётган бугунги кунда маънавий-мафкуравий, жумладан, тарғибот ташвиқот ишларини самарали олиб бориш, таъсирчанлигини оширишни ҳаётнинг ўзи талаб қилмоқда. Бу жараёнда ўтказиладиган ҳар бир тадбирни аниқ мақсад асосида, замонавий усул-услубларни қўлланган ҳолда ташкил қилиш муҳим аҳамият касб этади.

Ушбу илмий-амалий қўлланма ана шу талаблардан келиб чиққан ҳолда тайёрланди. Ундан маънавият ва маърифат тарғиботчилари, таълим муассасалари, ёшлар, маҳалла, хотин-қизлар ташкилотлари, бошқа давлат ва нодавлат муассасаларининг маънавий-маърифий ишлар бўйича масъул ходимлари, зиёлилар, кенг жамоатчилик тарғибот ишлари фойдаланиши мумкин.

УЎК: 32.019.5
КБК: 66.2(5Ў)

Масъул муҳаррир:
сиёсий фанлар доктори Қ. Қуранбоев

Тақризчилар:
фалсафа фанлари доктори, профессор Б. Тўйчиев
фалсафа фанлари номзоди Ш. Тўраев

ISBN 978-9943-04-259-9

© «Маънавият», 2015

МУРАККАБ ДАВР ТАЛАБИ

«Шарқ ёки Ғарб мамлакатлари бўладими, олис Африка ёки Осиё қитъаси бўладими – жаҳоннинг қайси бурчида бўлмасин, маънавиятга қарши қандайдир таҳдид пайдо бўладиган бўлса, ўзининг бугунги куни ва эртанги истиқболини ўйлаб яшайдиган ҳар бир оғли инсон, ҳар бир халқ ташвишга тушиши табиий, албатта. Бу ҳақда гапирганда, фақат битта амалдир ёки халқ ҳақида фикр юритиш масалани ўта тор тушуниш бўлур эди... Муҳим ижтимоий-сиёсий кўзимиятга эга бўлган ушбу муаммони кенг миқёсда, дунёнинг барча мамлакатлари ва халқлари ҳаётига таъсирдор масала сифатида ўрганиш, таҳлил қилиш ва бяхоланиш мақсадга мувофиқдир».

ИСЛОМ КАРИМОВ

«Юксак маънавият – енгилмас куч» китобидан

Ҳозирги таҳликали замонда огоҳлик масаласи кун тартибидаги асосий муаммолардан бири бўлиб турибди. Шундай экан, бугунги ва келажак авлодни ҳар қандай таҳдидлардан ҳимоя қилишнинг замонавий усуллари ишлаб чиқиш ва ҳаётга жорий қилиш масъулиятли вазифа эканини унутмаслик лозим. Бунда Юртбошимизнинг асарлари, оммавий ахборот воситаларидаги чиқишлари таянч методологик манба ролини ўйнайди. Бинобарин, Президентимиз асарлари асосида ғоявий-мафкуравий курашлар тарихини ўрганиш шундан далолат берадики, неча минг йиллар давомида эзгу ва тараққийпарвар ғояларга қарши қурол,

куч, макр-хийла ишлатиб келинган. Қарам халқларга куллик психологияси сингдирилган, босқинчиларнинг қадриятлари зўрлаб ўтказилган. Ҳозирги кунда ҳам экстремизм, террорчилик, миллатчилик, шовинизм, ахлоқсизлик, «оммавий маданият»ни тарғиб қилиш жиддий хавф сифатида намоён бўлмоқда.

Шу маънода Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 27 январдаги 1271-сон қарорида бизнинг олдимизга «Қатъий эътиқод ва қарашларга эга бўлган, маънавий таҳдидларга ва четдан кўрсатилади-ган таъсирларга қарши туришга қодир бўлган ёшларни тарбиялашга йўналтирилган чора-тадбирлар комплексини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш» вазифаси қўйилгани бежиз эмас. Зеро, мафкуравий кураш тобора мураккаблашиб бораётган, унинг янгидан янги усуллари ўйлаб топилаётган ҳозирги кунда ушбу таҳдид ва таъсирларга фақат кучли ғоя, ўзликни англаш, соғлом мафкурагина қарши тура олиши мумкин.

Дарҳақиқат, бугунги таҳликали давр миллий ғоя тарғиботи ва маънавий-маърифий ишлар самарадорлигини тинимсиз ошириб боришни талаб қилмоқда. Юртбошимиз таъкидлаганидек: «Биз ўзимизнинг пировард мақсадимизга эришиш учун замон қандай тез ва шиддат билан ўзгараётганини ҳисобга олган ҳолда, воқеликнинг ортида эмас, балки унинг олдида юришимиз, ҳар қандай нохуш ҳаракат ва муаммоларнинг олдини олишимиз зарурдир».

МИЛЛИЙ ҒОЯ ТАРҒИБОТИГА ТИЗИМЛИ ЁНДАШИШ

Тарғибот (*араб.* қизиктириш, тарқатиш) – кенг маънода, ижтимоий фаолиятнинг алоҳида тури бўлиб, аҳолининг ижтимоий-сиёсий фаоллигини ошириш мақсадида илмий, бадиий, ижтимоий-сиёсий, миллий ғоя ва кадриятларни тарғиб этишдир. Тарғибот жараёнида фан, санъат, сиёсат ва мафкура ютуқлари кенг оммалаштирилади, бойитилади ва янада ривожлантирилади. 2) тор маънода, мафкура ва сиёсатни тарғиб этишга қаратилган фаолият. Тарғибот илмийлик, конкретлилик, объективлик, ижтимоий ҳаёт билан чамбарчас боғлиқлик тамойилларига асосланиши, ташкилий жиҳатдан уюшган бўлиши лозим.

Тарғибот (лот. *propaganda* – тарқатилиши керак бўлган маълумот) – оғзаки ёки оммавий ахборот воситалари орқали муайян ғояларнинг жамоатчилик онгида оммалаштиришга йўналтирилган фаолиятдир.

Ташвиқот – одамларни шавқлантириш, уларга таъсир ўтказиш мақсадида ёзма ва оғзаки шакллардаги ундаш, даъват қилиш, шу асосда уларнинг қалбида завқ-шавқ, муҳаббат ёки нафрат уйғотишни ўз ичига олади. Ташвиқот (лот. *agitation* – ҳаракатга келтирмоқ) – маълум бир ижтимоий гуруҳ ёки оммани кўзланган мақсад сари фаолликка ундайдиган тарғибот фаолиятидир. Ташвиқотнинг оғзаки, наصريй ва аудио, видео турлари мавжуд бўлиб, у ғоят таъсирчан ижтимоий-сиёсий кураш воситаси ҳисобланади.

Барча замон ва маконларда ҳам, ўз халки келажagini ўйлаган ҳар қандай мамлакатда ҳам аҳоли давлат томонидан олиб борилаётган сиёсат, ислоҳотлар, ўзгаришлардан маълум даражада хабардор қилиб борилган. Бу эса жамиятни бирлаштириш, умуммиллий мақсадлар йўлида сафарбарликни таъминлаб, давлат ва жамият бирлигига эришишдек мақсадларга хизмат қилган.

Афсуски, бу кўхна дунё бузгунчи гоёлар тарғиботини ҳам кўрди, ундан кўп азият чекди. Ҳозир ҳам диний экстремизм, халқаро терроризм, эгоцентризм, ватансизлик, ахлоқсизлик гоёлари янги – XXI аср технологиялари билан қуролланган ҳолда тарғиб этил-япти. Восита, шакл ва мақсадлар ўзгариб бораётган, турли номларда аталаётган бўлса-да, улар замирида муайян гоёлар тарғиботи ётибди. Шунинг учун бошқаларнинг тинчлигини бузиш, барқарор тараққиётга ҳалал беришга йўналтирилган ҳамда миллий манфаатларга қарши қаратилган бундай тарғиботни вайронкор тарғибот деймиз.

Мустақил Ўзбекистондаги тарғибот ишлари мустақилликни янада мустаҳкамлаш, миллий ўзликни англаш, юрт тинчлиги, Ватан равнаки, халқ фаровонлиги, ижтимоий ҳамкорлик, комил инсонни тарбиялаш, миллатлараро тотувлик, динлараро бағрикенгликни тарғиб қилишга қаратилганки, бу – бунёдкор тарғибот ҳисобланди.

Мустақиллик йилларида юртимизда халқ маънавиятини бойитиш, кенг оммани миллий манфаатларни англаш ва уларни кўз қорачиғидай асрашдек эзгу ишларга сафарбар қилишга қаратилган тарғибот тизими шаклланиб, у йил сайин такомиллашмоқда.

Тизимнинг технологик жиҳати

Бу тизим қутилган натижани қафолатлашга қаратилган турли ҳаракатлар, воситалар, усуллар, функция ва

субъектларнинг ўзаро боғлиқлиги сифатида намоён бўлади. Шу сабабли бунда воситалар эмас, балки фуқарода у ёки бу фазилатни шакллантиришда кафолатланган натижага эришишнинг алгоритмлари режалаштирилади.

Мазкур тизим, мавжуд ҳолатни диагностик ўрганиш, уни мазмунан бойитиб, такомиллаштириб бориш асносида замон талабларига жавоб бера олишини таъминлаш тамойилига асосланади. Бу эса амалга ошириладиган ҳар бир чора-тадбирнинг аниқ натижани кафолатлашига эътиборни қаратиш, унинг мақсадга мувофиқ амалга оширилишини назорат қилиш ва самарадорлигини қайд қилиб боришни талаб этади.

Тизим амалиёти натижалари изчил равишда муассасаларнинг тегишли йиғилишларида муҳокама қилиб борилади.

Жараён учун эмас, натижа учун ишлаш

Бу ҳақда, албатта, мулоҳаза қилиб олиш керак. Бир мисол. Овдан қайтган овчига «Натижа қандай бўлди?» – деб сўрасангиз, у: «10–12 км юрилди, ўлжа пойлаб кутилди, 47 та ўк отилди. Яхши бўлди, худога шукур», – дейди. «2 та куён, 4 та каклик отиб келдим, мана», – дейди.

Врач ҳам: «10 та касалим бор эди. Икки ҳафта давомида уларга ташҳис қўйиб, укол қилдим, ҳолидан хабар олдим, керакли муолажаларни амалга оширдим», – дейди. У: «бир ҳафтада 6 таси соғайиб кетди, 4 тасини даволяпман», – дейди.

Фермер эса йил давомида неча марта пахтасини суғоргани, қанча маҳаллий ўғит солгани, неча карра культивация қилганидан эмас, гектаридан 40 центнер биринчи нав пахта териб, давлатга сотдим, деб сўзлайди. Жангчи ҳам душманга қаратиб қанча ўқ отганига қараб эмас, душманни қанчага камайтиргани учун мукофотланади ва ҳ.к.

Ҳар бир маънавий-маърифий тадбир (учрашув, суҳбат, театрга тушиш, маъруза) душманга қарши отилган гоъвий ўқ. Отилган ўқ тегмаса, тегса-ю ўлдирмаса, таъсир қилмаса, айб уни тайёрлаб чиқарган заводда, ўқ отган масъулда. Ҳатто, ўтказган тадбирнинг ёшларга қай тарзда таъсир қилиши тадбирни тайёрлаб ўтказувчиларда.

Мафкуравий ўқ яхши бўлса-ю, нишонга теккиза олмасак, унда ўқни ишлаб чиқувчи «завод» эмас, биз айбдормиз. Ёшлар тарбиясига профессионал, янгича ёндашув ана шу аччиқ ҳақиқатлардан келиб чиқиши керак. Ёшлар тарбиясига эскича ёндашувда хулосалар: «ишляпмиз, тадбирлар ўтган йилдагидан 20 фоизга кўп ўтказилди», тарзида бўлган.

Янгича ёндашувда эса диагностик асосда «80% ёшларда фидойилик малакалари яхши, 71% ёшларда ватанпарварлик кўникмалари, 79% ёшларда мафкуравий иммунитет қониқарли даражада шакллантирилди; қолган 29, 21% ёшлар билан қучайтирилган тарзда якка, гуруҳий, замонавий тарбиявий ишлар дастури амалга оширилмоқда; ёшлар тарбиясига мана бу 1,2,3,4 – ёт таъсирлар зарар бeryпти; уларни зарарсизлантириш учун қуйидаги 1,2,3,4 чоралар ташкил этилди; натижада, 6 ойда ёт гоълар таъсири фалон фоиздан фалон фоизга камайтирилди», дейилади.

Мафкуравий иммунитетни шакллантириш жамият ҳаётининг энг нозик жиҳатларидан бўлиб, у фуқароларнинг миллий ҳис-туйғулари, мақсад ва интилишлари, маънавий-маърифий ва руҳий-ахлоқий даражасига бевосита боғлиқ ҳодиса. Шундай экан, ёшларимиз ёт мафкураларнинг «меҳрибонлиги», «холислиги» ва «бетарафлиги», «ёқимлилиги», «дўстоналиги» ортида нима ётганини англай билишлари лозим. Яъни, ёшларни уларнинг замирида тактикасини мунтазам ўзгартириб турувчи ақидапарастлик тарғиботи ётганини тушунишига ўргатиб бориш керак.

Ёт мафкуралар эмин-эркин томир ёзадиган серунум замин – бу маиший қулайликка ортиқча интилиш, ташқи гўзалликка ҳаддан ташқари берилиш, буюм-парастлик, боқимандалик ва миллий турмуш тарзида одатий ҳол бўлиб қолган афзалликлар ва неъматлардан онгсиз равишда фойдаланиш, уларни маънавий қадрият сифатида тўла англай билмасликдир. Бу каби мураккаб вазият ёшларимизда мафкуравий иммунитетни тарбиялашни янада фаоллаштиришни талаб қилади. XXI асрда Ўзбекистонимизни жаҳоннинг тараккий этган пешқадам давлатларидан бирига айлантириш учун ўзимизда, фарзандларимизда метин мафкуравий эътиқод, умуммиллий бирлик бўлмоғи керак. Олий ўқув юртралида жорий қилинган «Миллий истиқлол ғояси: асосий тушунча ва тамойиллар» фани ана шу бирликни, эътиқодни шакллантиришга қаратилган муҳим омил бўлиб хизмат қилади.

Қолаверса, таълим-тарбия, тарғибот-ташвиқот жараёнида ёшларимизга хос ўзини ўзи такомиллаштиришга интилиш, ўқишга кириш, касб танлашни ўз келажаги билан боғлаш, ўзини ўзи англашнинг янги босқичига кўтарилиш, ўз «мен»идаги ютуқлар билан бирга камчиликларини ҳам англай бориш, туйғулар етакчилигининг босила бориши, илгари тенгдошларидан излаган намунани энди катталар орасидан қидира бошлаш, ўзини катталар сингари ҳис қилишга мойиллик, самимий ҳамфикр қидириш ва бошқа хусусиятларни ҳисобга олиш ва уларга таяниш лозим.

Кимки гўдақни кўтармоқчи бўлса, аввал унга эгилиб, қўлида тутиб, кейин юқорига кўтаради. Худди шунингдек, ким кимни ўзига мослаштирмоқчи бўлса, аввало, ўзи унга мослашади. Ўзгартиришни истама-са, бефарқ бўлади, мослашмайди. Демак, тарбиячилар боғчада бола билан боладек, мактабда – ўспириндек, институтда – ёшлардек гаплашиши керак.

Таълим муассасасининг ҳовлиси бу – педагогик му-

носабатлар майдонидир. Бу ерда ҳар бир сўз, ҳар бир нигоҳ, хатти-ҳаракат тарбия мақсадларига бўйсундирилиши шарт. Акс ҳолда, таълим муассасасидаги маънавий муҳитнинг хос жиҳати йўқолади. Кўчани назорат қилиш қийин, бироқ таълим муассасаси ҳовлисида педагогик назорат устувор бўлмоғи керак. Зеро, бу масала Конституциямизда алоҳида таъкидланган масаладир.

Албатта, бу масъулиятли ишда профессор-ўқитувчиларнинг шахсий намунаси, маънавияти, ҳаётга бўлган муносабати катта роль ўйнайди. Қолаверса, ижтимоий-гуманитар фанлар ўқитувчилари ёт ғоя, мафкуралар тарғиботининг умумий мақсад-ниятларини аниқ билиши ва бошқаларга тушунарли тилда билдира олиши жиддий аҳамият касб этади. Бу жиҳат ёт мафкуравий қарашлар танқидига саёз ёндашиш, улар хавфини ҳаспўшлашнинг олдини олади, замонавий мафкуравий кураш хусусиятларини, душман мафкурасининг мунофиқлигини ҳисобга олиш, бузғунчилар таянадиган асосларни далил-исботлар билан фош қилиш имконини беради.

Мафкуравий иммунитетни юксак даражада шаклландирилган фуқаро атрофидагиларни ҳам ғоявий тарбиялаш салоҳиятига эга бўлади. Ўзи ва миллати учун бефойда, зарарли одатлардан воз кечади. Миллат манфаатларини ўз манфаати, ўз манфаатини эса миллат манфаатига эришиш шarti, деб тушунади. Бундай одам ҳар бир мафкуравий таъсирга «Бу маълумотни кимлар, нима мақсадда тарқатишмоқда? Тарқатувчи бундан қандай манфаат кўзлаяпти? Айтилаётган гаплар ҳақиқатми, бўҳтонми?» – деган таҳлилдан келиб чиқиб муносабат билдиради. У ўз вазифасини миллатнинг кунига яраша, оғирини енгил қилишда кўради. Шу сабабли ўз «қобиғи»дан чиқиб юксакка кўтарилади ва миллат манфаати учун, миллат фаровонлиғи орқали ўзини камолотга эриштириш учун бошқалардан кўпроқ, самаралироқ меҳнат қилади. Миллий ғоя, миллий мақсадга ишонади, уни ҳимоя қилади.

ТАРҒИБОТ ТАДБИРЛАРИ САМАРАДОРЛИҒИНИ ОШИРИШ ШАРТЛАРИ

1-шарт. Тарғиботчининг компетентлигига қўйиладиган талаблар

Маърузачи мавзуда кўтарилган муаммонинг келиб чиқиш сабаблари, тарихи, унинг бугунги ҳолати ҳақида тўлиқ тасаввур ва тушунчага эга бўлиши, мавзунини ёритишда мавжуд фактларни керакли йўналишда талкин эта олиши, аудитория тушунмайдиган, умумий, мавҳум, ноаниқ гаплардан тийилиши керак.

Маърузачи ҳар бир тадбир учун махсус тайёрланади. У муҳокама этилаётган муаммонинг сабаб ва оқибатларининггина эмас, балки ижобий ечимларини ҳам, албатта, кўрсата олиши лозим. Мавзу юзасидан мавжуд фактларни таҳлил қилишда даврийликка амал қилиши, агар аудитория тушунмайдиган илмий ифода ё атама ишлатадиган бўлса, уни шарҳлаб, изоҳлаб бериши керак.

2-шарт. Тадбирни ўтказишдан олдин унга бўлган эҳтиёжнинг, заруратнинг асосланганлиги

Тадбирнинг нима учун айнан шу мавзуда, шу вақтда, шу қатнашчилар таркиби билан ўтказилаётгани ташкилотчилар томонидан асосланиши керак.

Тадбир ўтказилишидан олдин уни ўтказиш заруратини аниқлаш лозим бўлади. Бу зарурат дунёда рўй берган ижтимоий-сиёсий воқеа ёки мамлакат миқёсидаги кенг камровли тадбирлар ва аҳолининг бу

тўғрида ишончли манбалардан муфассал, аниқ маълумотларни билишга интилиши бўлиши мумкин. Тадбир учун белгиланган вақт ҳаётда рўй берган ёки рўй бериши кутилаётган воқеа-ҳодиса ғоявий жиҳатдан турлича талқин этилиши ҳамда у ҳақда ортиқча миш-мишлар тарқалишининг олдини олиш заруратидан келиб чиқади. Қатнашчилар таркиби тўғрисида олдиндан маълумот олиш эса тарғиботчига тадбирда кўрилаётган масала моҳиятини тушунтиришда мўлжал ва йўналишни тўғри белгилашга ёрдам беради.

3-шарт. Тадбирга тайёргарлик кўриши

Тадбирга тайёргарлик кўришда нотик ўзига тақдим этилган материалдан, илмий адабиётлардан, Интернет тармоғидан фойдаланиши, мутахассислар билан суҳбатлашиши, маълумотлар тўплаши керак. Айниқса, республикамизнинг марказий оммавий ахборот воситалари, телерадиоканаллари маълумотларидан унумли фойдаланиш зарур.

Ташкилотчилар қатнашчиларни тадбирдан камида бир ҳафта олдин хабардор этадилар. Керакли аудио визуал кўргазмали воситаларни тайёрлаб, фаол иштирокчиларни рағбатлантириш чораларини кўриб кўйсалар, мақсадга мувофиқ бўлади. Токи, тадбир ҳали бошланмасдан туриб, ўзининг эълони билан кишиларни кизиктирсин, ўзига чорласин. Уни эшитган, ўқиган киши тадбирда кўтариладиган масалалар унга дахлдорлигини тушунсин.

Тадбир технологияларини танлашда, энг самарали йўллардан бири – бу мультимедиали ёндашувдир. Бироқ, маънавий-маърифий жараён учун технологияларни танлашда қуйидаги муҳим омилларга:

– маънавий-маърифий фаолият жараёнида янги технологиялардан фойдаланиб мақсадга эришишни таъминлашнинг муҳимлиги;

– энг замонавий медиа технологиялар билан бир каторда, анъанавий технологиялар ҳам самара бериши мумкинлиги;

– тадбирлар самарадорлиги ахборот технологияларининг турига қараб эмас, балки тадбирларни аввалдан ишлаб чиқиш, уларни қизиқарли ўтказиш сифатига боғлиқлиги;

– технологияларни танлашда аудиториянинг интеллектуал даражасига, тарбиявий фаолият соҳасининг ўзига хос томонларига эътибор қаратиш лозимлигини алоҳида таъкидлаш зарур.

Тадбир ташкилотчиларига ҳам муайян талаблар қўйилади. Қатнашчиларни тадбирдан камида бир ҳафта олдин хабардор этиш; маъруза тезисларини олиб тарқатиш; керакли аудио, визуал, кўргазмали воситалар тайёрлаш; фаол иштирокчиларни рағбатлантириш учун совғалар тайёрлаш шулар жумласига киради.

Тадбирда электрон тақдимот – слайдлардан намойиш ва кўргазмали материал сифатида фойдаланиш тарғиботчига қулай имкониятлар яратади. Бериладиган ахборот материалининг анимациялар шаклида тақдим этилиши ўтказилаётган тадбирнинг ўзлаштиришни енгиллаштиради ва кўргазмалиликни оширади. Намойиш слайдларини олдиндан тарқатма материал сифатида ҳам бериш мумкин.

Слайдлар асосида тингловчилар ўзларининг фикрларини баён этиб, бу орқали улар муҳокама этилаётган мавзу бўйича хулосалар ва саволларни шакллантириш малакасига эга бўладилар. Бундай методика тарғиботчига ҳам янги ахборотларни кўпайтириш, слайдларни такомиллаштириб бориш имкониятини беради.

Методик жиҳатдан тарғиботчи ва тингловчиларнинг ўзаро мулоқоти икки турдаги таъсирдан иборат бўлади. Биринчи тур таъсир – тадбирнинг маълум босқичида тингловчига шу босқичдаги масалани ту-

шунишига ёрдам берувчи йўналтирувчи саволлар берилди. Иккинчиси – масалани аниқлаштирувчи фикрлар ва ҳаракатлар усули кўрсатилади. Саволлар ва кўрсатмалар сони тақдирот материалларининг иштирокчилар томонидан ўзлаштирилишига боғлиқ равишда белгиланади.

Психологларнинг маълумотига таянсақ, катнашчиларнинг диққатини дастлабки 6 дақиқа давомидагина жамлаб тура олиш мумкин. Бу вақтдан кейин уларда дастлабки пайтдаги диққат тарқала бошлайди. Шунинг учун олти дақиқа мобайнида катнашчилар билан фаол мулоқот ўрнатиб олишга эришиш керак. Уларнинг диққатини жамлаб тура олиш учун маърузачи риториканинг қонуниятларидан, нотиклик маҳорати сирларидан хабардор бўлиши мақсадга мувофиқдир.

Мисоллар келтириш учун аудиторияга мурожаат қилиниши ҳам катнашчиларнинг диққатини жамлашга ҳисса қўшади. Бунда мисол келтиришни савол тариқасида сўраш, илтимос қилиш мумкин. Демак, бундай савол-жавоб бир неча марта такрорланиши керак.

Аудитория келтирган мисол билан маърузачи келтирмоқчи бўлган мисол нотик томонидан ўзаро таққосланиши ҳам яхши натижа беради. Бу билан воиз ва аудиториянинг фикрлашлари ўзаро бир хил эканлиги текширилади ҳамда тадбирнинг шундай зайлда бориши катнашчиларни руҳлантиради.

Бугунги кунда тадбирларни ўтказишда дебат усулидан ҳам кенг фойдаланилмоқда. Бунда маърузачи тингловчиларни икки гуруҳга ажратади ва томонлардан кўтарилган муаммонинг ечимини аниқлашни сўрайди. Воиз ҳар икки томоннинг фикрларини эшитади ва якуний хулоса чиқариб, уни баён этади. Бундай усулнинг афзаллиги шундаки, тадбирда ҳар бир катнашчига жараённинг фаол иштирокчисига айланиш имкони берилди. Ўз фикрини ифода эта олиш ҳар бир иштирок-

чида катта таассурот колдиради ва мавзунинг чуқур ўзлаштирилишига замин яратади.

Таъкидланганидек, фаол иштирокчиларни рағбатлантириш учун мукофот ташкил этиш яхши самара беради. Бунда қатнашчиларда ижобий маънодаги баҳслашиш, мусобакалашиш руҳи пайдо бўлади ва бу тадбир самарадорлигини орттиради, тингловчиларда кейинги тадбирларда иштирок этиш иштиёқини уйғотади.

4-шарт. Тадбирнинг номи

Қизиқарли, қатнашчиларнинг ёши, касби, манфаатларига мос, маънавий-мафкуравий, тарбиявий йўналишлардан бирининг вазифасига кирувчи долзарб масала қўйилиши, тадбир номи содда, аниқ, жалб қилувчи бўлиши керак.

Тадбирни номлашда ўта илмийлаштиришдан, узундан узоқ жумлалардан қочиш керак. Чунки, расмиятчилик кишиларни тадбирдан бездиради. Мавзуни номлашда кўпроқ кундалик ҳаётимизда ишлатиладиган сўзлардан фойдаланилса, яхши самара беради.

Қатнашчиларнинг ёши, касби тадбир давомида мисоллар келтиришда инobatга олиниши керак. Агар қатнашчиларнинг кўпчилиги ёшларни ташкил қилса, тадбир давомида яқин ўтмишдан, ёшлар бефарқ бўлмаган ва тадбирга қатнашаётган авлод бевосита гувоҳ бўлган воқеа ва ҳолатлардан мисоллар келтирилади. Қатнашчилар ўрта ёшларда бўлса, келтириладиган мисоллар ўрта авлод вакиллари гувоҳ бўлган воқеликлар, атрофимизда юз бераётган янгиликлардан олинади. Бунда қатнашчиларнинг касбидан келиб чиқиб мисоллар танлаш имконияти ҳам сақланади. Тадбир қатнашчилари ҳар куни кўрадиган мисоллар танланганда мулоқот самарадорлиги, айниқса, ортади.

Айтилганидек, тадбир номи кишиларни қизиқтирадиган, руҳлантирадиган бўлиши керак. Мавзуни

эшитган, ўқиган киши тадбирда нималар тўғрисида мулоҳазалар юритиш кераклигини англаши ва унда муаммога дахлдорлик ҳисси уйғониши керак. Шунинг учун тадбир ҳақидаги эълонда энг муҳим фикрлардан иштирокчиларни хабардор қилиш зарур.

5-шарт. Мақсад

Тадбирда тарғиботчи олдида қатнашчиларда янги билим ва аниқ тасавурларни пайдо қилиш вазифаси қўйилади. Тадбир давомида маърузачи томонидан изоҳланган билимнинг ўзлаштирилиши ҳар бир иштирокчида ички ишончни пайдо қилиши ва уни маълум мақсадлар сари йўналтирилиши асосий мақсад ҳисобланади. Бунинг учун тадбирда олға суриладиган асосий ғояларни тезислар шаклида ёзиб қатнашчиларга олдиндан тарқатилса, мақсадга мувофиқ бўлади. Бу одамларнинг тадбирга тайёрланиб қелишига, мулоқот савияси юқори бўлишига хизмат қилади.

Тадбир бошланган вақтда иштирокчиларга етказилиши лозим бўлган масалалар савол тарикасида умумий тарзда барча иштирокчиларга берилади. Дастлабки натижа қайд этиб қўйилади. Тадбир якунида айнан ўша саволлар яна такроран берилади. Аввалги натижа билан солиштириб, самарадорлик аниқланади. Шунда жавоб берган одамларнинг фикри такрорий тарғибот родини ўйнайди.

6-шарт. Тадбир сценарийси

Тадбирга ёзилган сценарий маърузачининг тажрибаси, билим савияси каби хусусиятларини инобатга олган ҳолда тузилиши керак. Бунда белгиланган мавзу бўйича маърузачининг шахсий тайёргарлиги асосий мезон ҳисобланади. Шунинг учун ҳар бир маърузачи тадбир учун сценарий тузаётганда ўзи чуқур билган, англаган ё ижтимоий, ё иқтисодий, ё сиёсий, ё ҳуқуқий соҳага

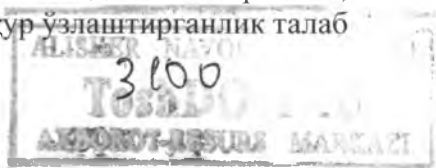
кўпроқ таяниши зарур. Шунда маърузанинг ишончли чиқиши таъминланади. Тадбирдан сўнг қатнашчиларда аниқ билимлар тизими шаклланиб қолади.

7-шарт. Тадбирнинг бориши

Қатнашчиларни толиқтирмаслик, уларнинг диққатини доимий жалб қилиб, фаоллаштириб туриш, тарихий, миллий, замонавий мисоллардан фойдаланиш тадбирнинг муваффақиятли кечишини таъминловчи муҳим омиллардир. Бунинг учун одамларни қаторларга, гуруҳларга бўлиб, уларга умумий ёки алоҳида саволлар, қизиқарли топшириқлар бериб, ижодий рақобат муҳитини пайдо қилиш керак бўлади. Тадбир давомида фаоллик ва билимдонлигини кўрсатган 3 кишини пировардида мукофотлаб, уларга сўз бериш самарали ҳаракатдир. Бунда улар ўз сўзларида тарғиботчи сингдирмоқчи бўлган тезисларни қайта эслашига шароит яратиш керак. Ана шунда тезисларнинг иккинчи марта бошқа одам томонидан қизиқарли такрорланишига эришилади.

8-шарт. Аудитория

Нотик, ташкилотчилар билан қатнашчилар ўртасида мулоқот ва ўзаро мурожаат учун қулай, самимий муҳит яратиш тадбир самарадорлигини оширишда муҳим омил. Бунинг учун аудитория билан нотик ўртасида самимий муносабат ўрнатилиши керак. Тадбирга келган ҳар бир қатнашчи ўзининг ҳам тингланишини хоҳлайди. Шунинг учун тадбир қатнашчиларига ўз фикрларини эмин-эркин билдиришига имконият берилиши муҳим. Фақат нотик қатнашчи томонидан билдирилган фикрни тадбир мавзуи ва мақсадига йўналтира олиши керак. Айнан шу ерда нотикдан эътиборлилик, зийраклик ҳамда мавзуни чуқур ўзлаштирганлик талаб қилинади.



Аудитория билан мулоқот ўрнатиш учун эса расмиятчиликдан воз кечиш керак. Агар расмиятчиликка берилиб кетилса, иштирокчиларда нафақат нотикқа, балки мавзуга нисбатан ҳам бефарқлик пайдо бўлиши мумкин. Бундай ҳолатларнинг олдини олиш учун маърузачи тадбирни самимий, аудиториянинг руҳиятини тушунган ҳолда олиб бориши лозим.

9-шарт. Тақдим этилаётган ахборотлар ва кўргазмали воситаларга қўйиладиган талаблар

Кўргазмали воситалар кам вақт ичида кўп маълумотни чиройли қилиб тақдим этади. Нотикнинг кўргазмали воситалардан унумли фойдаланиши унинг жиддий тайёргарлигини намоён этиб, тингловчиларда унга нисбатан ҳурмат уйғотади. Шунинг учун тадбирларда Ўзбекистоннинг истиқлол йилларида эришган ютуқларига бағишланган ҳужжатли фильмлардан, мультимедиалардан, слайдлардан фаол фойдаланиш тавсия этилади.

Яна бир талаб – тадбир ўтадиган жой тўғри танланиши, безатилиши керак. У кўримсиз, эътибордан қолган жой бўлмаслиги лозим. Агар тадбир ўтадиган жой жиҳозланмаган бўлса, бу иштирокчиларнинг руҳиятига, охир оқибат тарғибот сифатига салбий таъсир кўрсатиши аниқ.

Тадбирга мўлжалланган жойлар қанчалик тантанавор, дид билан жиҳозланса, иштирокчиларда ҳам ғурур, фахрланиш туйғулари пайдо бўлади. Жойларни жиҳозлашда миллийлик ва замонавийликка эътибор қаратиш лозим.

Маънавий-маърифий фаолият жараёнига замонавий ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш, энг аввало, педагогик-психологик талабларга жавоб бериши керак. Мазкур технологиялардан фойдаланишни ташкил этишда қуйидаги омиллар муҳим ҳисобланади:

– тақдим этилаётган ахборот ресурслари ишончли, тегишли соҳанинг ҳозирги замон ҳолатига мос, тизимли ва кетма-кет кўргазмали амалиёт билан боғланган бўлиши;

– тақдимот материаллари илмийлиги ва қабул қилиниши осонлигининг ўзаро оптимал вариантда берилиши;

– тақдимот материалларининг баён этилиши шахсга йўналтирилган бўлиши керак.

Берилаётган ахборотлар тингловчиларда тадбир мавзуси юзасидан зарур кўникма ҳамда малакаларни шакллантиришни таъминловчи топшириқлар ва вазифалардан ташкил топиши, аудитория ўзлаштириши лозим бўлган ахборотлар ҳажмини аниқлаш, уларнинг маълум бир мантиқий тизимда тақдим этилиши, узвийлик ва узлуксизлик тамойилларига мос келиши, ниҳоят, тизимлилик тамойилига жавоб бериши зарур. Шунингдек, ахборотларнинг йиғилганлар тайёргарлик даражасига мос бўлиши мақсадга мувофиқ саналади.

Ахборот ва коммуникация технологиялари воситалари муайян амалларни онгли, мунтазам, режали амалга оширишда ўзлаштирилади. Маънавий-маърифий тадбирларни ўтказишда фойдаланиши мумкин бўлган воситаларни куйидагича гуруҳлаш мумкин:

Мультимедиа – тадбирларда ахборотнинг турли хил кўринишлари: рангли графика, матн ва графикда динамик эффектлар, овозларнинг чиқиши ва синтезланган мусикалар, анимация, шунингдек, тўлақонли видеоклиплар, ҳатто видеофильмлардан фойдаланишни таъминлайди.

Интерактив доска – бу компьютердаги тасвирларни проектор орқали намоиш этадиган сенсорли экрандир. Махсус дастурий таъминот матн, расм, видео ва аудио маълумотлар ва объектлар, ҳамда Internet-ресурслар билан ишлаш ва улар устига ёзув ва изоҳлар тушириш имконини беради.

Видеоанжуман – ўзаро узокдаги гуруҳлар орасида рақамли видеоёзув ёки оқимли видео кўринишида маълумотларни алмашиш, йиғилиш ва мунозаралар ўтказиш жараёнини таъминлайди.

Аудиоанжуман – тармоқ технологияси тизими ва телефондан фойдаланган ҳолда турли географик нукталарда жойлашган бир қанча шахслар ва гуруҳларнинг маълумотларини овозли – рақамли кўринишида алмашиниш жараёнини таъминлайди.

Электрон ахборот ресурсларини тарқалиши бўйича икки гуруҳга ажратиш мумкин:

– жисмоний ташувчилар орқали тарқатиш (компакт диск, DVD диск ва Flash driver орқали);

– компьютер тармоғи орқали тарқатиш (локал ёки корпоратив тармоқлар).

Агар тадбир ўтадиган жой замонавий технология воситалари билан жиҳозланмаган бўлса, бу иштирокчиларнинг руҳиятига салбий таъсир кўрсатади ва маърузачи тарғиб қилаётган ғояларга ишонч руҳияти сусаяди.

10-шарт. Эришилган натижа

Маърузачи нутқининг сўнгида, албатта, иштирокчилар билан мавзу юзасидан савол-жавоб учун вақт ажратиши шарт. Гап шундаки, ёритилган мавзу тингловчига тушунарли бўлса, уларда саволлар туғилади. Аксинча, агар ҳеч ким савол бермаса, фикр билдирмаса, бу мавзунинг тушунилмаганидан далолатдир. Агар аудиториядан саволлар берилмаса, маърузачи мавзу юзасидан ўзи қўшимча саволлар бериб, тадбир самарадорлигини таъминлаши мумкин.

Ҳужжатлаштириш ва тадбирнинг якуний самарадорлигини белгиловчи кўрсаткичлар

Тадбирнинг баёнида: мақсад, тезислар, берилган савол, олинган жавоблар, ютуқ ва камчиликлар, ху-

лоса ва тавсиялар ёзилиб, имзоланиб, ташкилотчида сақланади.

Тадбир якунида баённомага маъруза матни илова сифатида тикиб қўйилади. Аудиториядан тушган саволлар ва берилган жавоблар ҳам баённомада акс этади. Берилган саволларни маърузачи ўзи учун ҳам алоҳида ёзиб олиши керак. Чунки, айнан шундай саволлар бошқа тадбирларда ҳам берилиши мумкин. Шундан сўнг берилган тавсия ва хулосалар ҳам тадбир баённомасига илова қилинади.

Тадбир давомида юқоридаги тавсияларга қандай амал қилингани бандма-банд баҳоланиб борилади. Тўпланган баллар ўтказилган тадбирнинг самарадорлик даражасини кўрсатади. Ўнта шартдан бирортаси, умуман, бажарилмаган бўлса – 0 балл, 25%и бажарилган бўлса – 3 балл, 50%и бажарилган бўлса – 5 балл, 75%ига – 8 балл, 100% бажарилган бўлса – 10 балл қўйилади. Ҳар бир шарт бўйича ютуқ ва камчиликлар қуйида кўрсатилган жадвал бўйича тўлдирилиб борилади:

Кўрсаткичлар	Ютуқлар	Камчиликлар	Балл
1			
2			
3			
4...			
...10			

Жами: _____ балл қўйилди.

_____ томонидан ташкил
этилган « _____
_____ » мавзусида тадбир самарадорлигини кузатган
эксперт _____

(Ф. И. Ш.)

ИМЗО

20 ____ йил « ____ » _____

ТАРҒИБОТ ТАМОЙИЛЛАРИ

Маънавият ва маърифат соҳасининг қуроли ҳам, воситаси ҳам, усули ҳам – тарғибот (одамларни рағбатлантириш), ташвиқот (шавқлантириш) ҳисобланади. Демак, бугун тарғибот – одамларни ягона шиор остида маънавий рағбатлантириши, ташвиқот – «Озод ва обод, эркин ва фаровон ҳаёт» завқини акс эттириши керак.

Тарғибот одамларда янги билим, туйғу, орзу-истакларни ҳосил қилиш, тўғри асосланган фикр, эътиқодни мустаҳкамлаш, нотўғри шаклланган стереотип, қараш, янглиш хулосаларни ўзгартиришни ҳам кўзда тутати. Шундай экан, масалага илмий-амалий ёндашув инсон психикасининг тузилишини билишни, тарғиботнинг метод, шакл, технология ва воситаларини ижтимоий психология ва педагогика, социологиянинг замонавий ютуқларига таянган ҳолда танлаш ва амалга оширишни тақозо этади. Акс ҳолда, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 25 августдаги «Миллий ғоя тарғиботи ва маънавий-маърифий ишлар самарадорлигини ошириш тўғрисида»ги 451-сон Қарори ижросини таъминлашга бағишланган Республика Маънавият ва маърифат кенгашининг йиғилишида қайд этилганидек, «нукул улуғ алломаларимиз, боболаримиз эришган ютуқларни мадҳ этиш; ютуқларимизни қайд этиш; тарғиботнинг замонавий усулларидан фойдаланмаслик; янгиликларни кечикиб етказиш; мафкуравий таҳдидларни олдиндан кўра билмаслик, превентив

(превентив – олдини олувчи, огоҳлантирувчи) чоралар қўлланилмаётганлиги; асосий фикрлар тахминий гаплар, импровизация қилиш, «ижодий» ёндашишлар соясида қолиб кетаётганлиги; илмий-назарий асосга таянмаслик, интуицияга таяниш» каби камчиликларга йўл қўйилади. Юқоридаги камчиликларни бартараф этиш масалага илмий-назарий асосларга таянган ҳолда ёндашишни талаб қилади. Бу эса, аввало, тарғиботнинг илмий-амалий принципларини аниқлаб олишни тақозо этади. Қуйида шарҳланаётган тарғибот принциплари миллий гоя тарғиботи ҳамда маънавий-маърифий ишлар тажрибасидан келиб чиққан ҳолда такомиллаштириб борилади.

Ишонтириш. Мустақиллигимизнинг бебаҳо неъматлигига тингловчиларни ишонтириш – уларда ифтихор, Ўзбекистоннинг буюк келажагига ишонч туйғусининг янада мустаҳкамланишига эришиш демак. Токи, тадбирдан чиқаётган юртдошимизнинг ишончи кираётганидагидан кучайиб, мамнун чиқсин. Тарғиботчи-тренернинг ўзида юксак ишонч бўлиши ва шу билан бошқаларга ибрат бўлиши бунда энг муҳим омил ҳисобланади. Қачонки, тарғиботчининг ўзи ишончсиз оҳангда, қиёфада, кайфиятда гапирса, тингловчиларни ҳам ишонтира олмайди.

Бунинг учун эса ҳамма ўз ҳаётида кўриб, гувоҳи бўлиб турган мисоллардан ўрнида фойдаланиш лозим. Умумий эмас, балки хусусий мисоллардан, яъни «жамият шундай бўляпти» дейиш эмас, «менинг ҳаётимда шундай ўзгаришлар юз берди» каби мисоллардан фойдаланиш тингловчини фикрлашга ундайди. Ишонтириш осон кечади.

Одамнинг ҳар бир ҳодиса, нарсага шахсий муносабати бўлади. Ўзаро суҳбатда ёки тарбия, тарғибот мақсадларида, билиб ёки билмасдан киши ўз гапи

орқали шахсий муносабатини ҳам таркатади. Натижада, бир кишининг муносабати юзлаб кишиларнинг у ёки бу нарса, ҳодисага нисбатан муносабатига айланиши мумкин. Зеро, киши кўпинча ёнидаги суҳбатдошини нимагадир ишонтиришга, унинг хулқ-атворини ўзгартиришга, ўз фикрини унинг ҳам фикрига айлантиришга, ўз истакларини бошқаларнинг истакларига, эътиқодининг бошқалар эътиқодига айланишига ҳаракат қилади. Ишонтириш услуби ҳақида психологик-педагогик адабиётларда кўплаб фикрлар билдирилган. Қисқача қилиб, ишонтиришни тарғибот нуқтаи назаридан, А.нинг фикрини Б. томонидан далиллар, мисоллар, киёслардан фойдаланиб, А.нинг мантикий таҳлили чиғириғидан ўтказиб, тасдиқлашиб ўзгартириш, дейиш мумкин.

Одам ҳаёти давомида кўп нарсани кўради, улардан таъсирланади. Бу таъсирлар унинг фикр-ўйи, нияти, ғояларига ҳам таъсир кўрсатмасдан қўймайди. Бирок, бу таъсирлар бирданига одамнинг хулқ-атворига айланиб ҳам қолмайди. Ақлнинг «филтри», таҳлили ва «тасдиғи»дан ўтгач, фикр ғояга айланади. Шу сабабли у ёки бу фикр, ғоялар асосли, ўринли, ҳаққоний дейилади. Чунки, одам уларни ўз фикрлари таҳлилидан ўтказиб қабул қилади.

Кўпинча одам ўзи ишонган, чуқур ҳурмат қиладиган кишисининг сўзини ҳеч бир таҳлил, мулоҳаза ва танқидсиз тўғридан-тўғри қабул қилади. Бу ҳол кўпроқ жаҳон реклама-тижорат тарғиботида ҳисобга олинади. Шунинг учун ҳам хорижий ва миллий телерекламаларда атоқли киноактёр, қизиқчи, кўшиқчиларнинг у ёки бу товарни реклама қиладиганини кўп кузатамиз.

Шу тариқа тарғиботнинг ишонтириш услуби харидорлар сонини ошира боради. Чунки одамларнинг сеvimли шахсга бўлган ихлоси, ижобий муносабати

оркали товарга нисбатан ҳам ижобий муносабат юзага келади. Натижада, мухлислар ўзлари билмаган ҳолда ўша товарнинг харидорига айланади.

Одатда, ишонтириш усулида одам ўзига таклиф этилаётган фикрга ақлли, таҳлилий жавоб қайтариши учун унинг миясидаги барча бўлинмалар орасида муваккат алоқалар ишга тушиши, ассоциация, тасаввур, тушунчалар ишлатилиши керак бўлади.

Коҳин, шаман, фолбинларнинг кичкириклари ҳаракатлари одам миясининг бир нуктасини қўзғалтириб, колган кисмини «фалажлантириб» қўяди. Бундай вазиятда тингловчининг чин юракдан хоҳлаган шифо истаги мазкур истакка бутун мияни бўйсундириб беради.

Сўз оркали гуруҳ ёки шахсни ишонтириш услубини қўллашда катъий талабларга риоя қилинади. Булар:

- а) шахсга индивидуал (якка) ёндашув;
- б) унинг шахсий маънавиятини, мафкуравий қарашларини билиш;
- г) унинг ишонишга мойиллигини, сиз таклиф қилаётган ғояга муносабатини аниқлаш;
- д) мафкуравий таъсир усулларини яхши билиш;
- г) монотон – яъни бир оҳанглик ритмда фикрни жамловчи бир-икки марказий тушунчани, сўзларни фаол такрорлашдан (бош миянинг бир нуктасини муттасил қўзғатиб, бошқаларини ухлатиб қўйишдан) иборат.

Сўз – инсон учун шартли қўзғатувчи. У инсоннинг ўтган умри давомида бош миясида содир бўлган барча ички ва ташқи таъсирланишлар билан боғлиқ. У шартли қўзғатувчилар таъсири ҳақида сигнал беради. Самарали ишлатилган сўз, ҳатто, уларнинг ўрнини боса олади. Яъни нарса, ҳодиса ёки воқеани сўзда ифодалаш оркали шартли қўзғатувчи (ўша нарса, ҳодиса) туфайли содир бўлувчи барча хатти-ҳаракатларни пайдо қилиши мумкин (И.П.Павлов тажрибалари).

Тезкорлик. Тарғибот, у ёки бу ижтимоий-сиёсий, мафкуравий ҳодисанинг содир бўлган вақтидан келиб чиқиб, уч турга бўлинади. Булар – превентив (олдини олувчи, огоҳлантирувчи), параллел (воқеа содир бўлиши билан бошланувчи) ва воқеадан кейин бошланувчи тарғиботдир.

Превентив тарғибот одамларни содир бўлиши кутилаётган воқеа, ҳодисани тўғри қабул қилишга тайёрлайди. Тарғиботнинг бу турида содир бўладиган йирик воқеа, ҳодиса тўғрисида аниқ маълумотлар бериб борилади. Бу усул аҳолини мафкуравий хуружлардан огоҳлантиришда алоҳида аҳамиятга эга. Зеро, бунда бузғунчи ғоя, мафкуралар ўз хужумини бошламай туриб, одамлар огоҳлантирилади, уларда иммунитет ҳосил қилинади. Натижада, амалга оширилган хуруж одамларда ҳосил бўлган иммунитет қаршилигига учраб, чилпарчин бўлади.

Тарғиботнинг тезкорлиги – ўта муҳим омил. Чунки, биринчи маълумот одам хотирасида тез ва мустаҳкам ўрнашиб қолади. Вақт бой берилса, мафкуравий ғанимлар воқеа тўғрисидаги маълумотни ўз манфаатларига мослаб, тўқиб-бичиб, биринчи бўлиб етказишга эришишлари мумкин.

Параллел тарғибот – тарғиботнинг кенг тарқалган тури. Унинг мақсади – бошланган, давом этаётган воқеа-ҳодиса ҳақида маълумот тарқатиш, унинг мақсад-моҳияти тўғрисида одамларда етарли ва асосли билимларни ҳосил қилиш. Масалан, Олий Мажлиснинг бирор йирик масалага бағишланган йиғилиши, унда кўрилаётган масалалар борасида одамлар онгида содир бўлиши мумкин бўлган тушунмовчиликлар, ноаниқликлар бартараф этилади. Шу тарика одамлар янги билимларга эга бўлади.

Воқеа-ҳодисадан кейинги тарғибот. У содир бўлган йирик, муҳим воқеанинг аҳамиятини батафсил ту-

шунтириш зарурати тугилганида амалга оширилади. Агар тарғиботнинг бу тури амалга оширилмаса, айрим кишиларда ахборот етишмаслиги туфайли воқеа моҳиятини тўла тушунмаслик ва унинг оқибатида ўз ҳаёти ва фаолиятида шу масалада қандай йўл тутишни билмаслик ҳолатлари учраши мумкин.

Долзарб янгиликлардан фойдаланиш одамларнинг онгига тез ва соз кириб боришга хизмат қилади. Долзарб янгилик бирор воқеага дахлдор, манфаатдор аҳоли қатламлари – зиёлилар, фермерлар, ёшлар ва ҳоказоларни тез қамраб олади, тез ёйилади. Уларнинг караш ва эътиқодларига таъсир қилади. Самарали ва амалий натижа беради. Бунинг учун ёритиладиган воқеа-ҳодисани танлашда уларнинг аҳолининг кўпчилик қисми учун муҳимлигидан келиб чиқилади.

Тушунарлик. Бугунги тезкор ҳаёт суръатида одамлар ўзлари дуч келаётган ахборот хуружлари, миш-мишларда келтирилаётган фактларни икир-чикирларигача таҳлил қилишга, фош этишга вақт топа олмасликлари мумкин. Кўпчилик бир фактнинг бошқа факт, воқеалар билан алоқаси, боғлиқлигини суриштириб, таҳлил қилиб ўтирмайди. Шунинг учун кишиларга тарғиботда келтирилган факт, воқеанинг сабаблари, ҳолати ва оқибатларини пухта тушунтириш керак бўлади. Ғарб тарғиботчилари орасида кенг урф бўлган «Воқеа эмас, унинг талқини муҳим», – деган қоида буни тасдиқлайди ва огоҳлантиради. Воқеа, фактни пухта тушунтириш одамларнинг идрокини енгиллаштиради, уларда тўғри нуктаи назар ва муносабатни шакллантиради.

Тарғибот назариясида «Нуткида 10 та тушунар-сиз сўз ишлатган нотик банкротга учрайди», деган нақл бор. Бу бежиз эмас. Тарғиботчи кўпроқ кундалик ҳаётимизда ишлатиладиган сўзлардан фойдаланса,

нутки тушунарли бўлади. Расмиятчилик одамни бездиради. Тингловчилар билан расмий мажлис ўтказаетгандек оҳанг, киефа, кайфият, ҳолат ва методда эмас, гўеки шунчаки дўстона суҳбат қилаетгандек эркин ва самимий тарзда тадбир ўтказиш тарғиботчининг фойдасини, тадбир муваффақиятини таъминлайди.

«Тасвири сўз». Мактаб дастурларидан биламизки, сўз – иккинчи сигналлар системасига киради. У биринчи сигналлар системасининг ўзбекона акси. Ўз ўрнида айтилган публицистик сўз унда тасвириланаётган воқеа, манзаранинг ўрнини босиши мумкин. Бу физиологлар томонидан тасдиқланган. Масалан, янгикўрғонлик коллеж талабаси Шерзод Сурхондарёдаги янги темир йўлни ҳали бориб кўрмаган. Кечаги тадбирда атоқли нотик Бахтиёр Исҳоқов бу қурилишни шундай тасвириладики, Шерзод гўе Кумкўрғонга бориб келгандек бўлди. Чунки у ҳароратли, образли баёндан таъсирланди, қурилиш кўлампидан ҳайратга тушди. Демак, образли сўз кўз ўрнини босиши мумкин экан. Чунки, Шерзод аср қурилиши, деб номланаётган темир йўлни кўзи билан эмас, нотикнинг сўзи билан «кўрди». Нотик унда темир йўлни кўрганларда уйғонган ҳайрат, завқни пайдо кила олдида.

Худудий ёндашув. Тарғибот мазмунини белгилашда 4 худудий даража: 1. Республика. 2. Худуд. 3. Тарғибот кечаётган туман, шаҳар. 4. Корхона, муассаса мисолларидан фойдаланиш тавсия этилади. Яъни, бирор соҳа бўйича республика, худудий, маҳаллий ва хусусий мисолларни бир-бирига боғлаш тавсия этилади. Бу тингловчилар наздида у ёки бу соҳадаги ислоҳотлар ҳақида объектив, яхлит манзарани ҳосил қилади.

ОАВлари маънавий-мафкуравий мавзулардаги барча ахборотлар мазмунини атрофлича, тўла ёритиб бера олмайди. Ҳолбуки, аҳолини маънавий-мафкуравий

ахборотлаштириш – ҳозирги мураккаб даврда маънавий-маърифий ишларни замон талаблари асосида ташкил этиш, ёшларимизни турли мафкуравий хуржлардан ҳимоя қилиш, юртдошларимизнинг ён-атрофда юз бераётган воқеаларга дахлдорлик ҳиссини ошириш, мамлакатимиз мустақиллиги, тинч-осойишта ҳаётимизга хавф тугдириши мумкин бўлган тажовузларга қарши изчил кураш олиб бориш – давр тақозоси.

Шунинг учун тарғибот мазмунини белгилашда 4 ҳудудий даража таъминланиши зарур:

1-даража – Республика Маънавият ва маърифат Кенгаши, республика ОАВлари (марказий газета-журналлар, Ўзбекистон Миллий телерадиокомпанияси дастурлари, республика давлат ва жамоат ташкилотлари нашрлари, нашриётлар ва ҳ.);

2-даража – Кенгашнинг минтақавий бўлимлари, Қорақалпоғистон Республикаси, вилоятлар ва Тошкент шаҳри оммавий ахборот воситалари;

3-даража – туман, шаҳар кенгашлари ва уларнинг оммавий ахборот воситалари;

4-даража – ҳар бир корхона, муассаса, идора кенгаши, уларнинг ахборот хизматлари.

Яъни республика миқёсида тарқатиладиган маълумот билан ҳудудий, маҳаллий ва хусусий маълумотларни ажратиб олиш керак. Даража қанча қуйи бўла борса, хусусий, яъни ўша туман, ташкилот ҳаётига доир маълумотларнинг ҳиссаси шунча орта бориши тақозо этилади. Чунки, Қорақалпоғистон Республикаси, вилоят, шаҳар, туман, корхоналар республика ОАВлари орқали ҳам ахборот билан таъминланади. Агарда ҳудудий ОАВларида нуқул республика оммавий ахборот воситалари материаллари бериб борилса, бир-бирини такрорлаш содир бўлади. Аҳолининг ўз

минтақаси, ҳудуди, корхонаси ахборот воситаларига кизиқиши сусайиб кетади.

Аҳолини тўла қамраб олиш. Тасаввур қилинг, масалан, парранда гриппидан огоҳлантирувчи тарғибот самарадорлигини қандай баҳоласа бўлади? Туман аҳолисининг 100 фоизи парранда гриппи нималигини тушунтириб, ўзини ва атрофдагиларни ундан қандай ҳимоя қилишини кўрсатиб бера олса, бу туманда ҳеч ким гриппга чалинмайди.

Тўлиқ қамров нафақат огоҳлантириш мақсадларида, балки бунёдкор ютуқларимиз тарғиботида ҳам зарур. Қалбларга қувонч ҳар бир оилага, энг чет тумандаги энг чекка уй, овулларга-да кириб бориши керак. Ана шунда миллат ўз шижоати, қудратини, нималарга кодирлигини 100 фоиз англайди, қаноатланади.

Самимият. Самимият – бегонани танишга, танишни дўстга айлантиради. Тарғиботда ҳам шундай, айниқса, мустақиллик мавзусида сўз кетганда. Маърузачи самимият билан сўзласа тингловчиларнинг онгига тез таъсир этади. Юраклар бир хил ура бошлайди. Бунга эришмоқ учун нотикдан одамларга эътиборлилик, зийраклик, чуқур билим, самимият талаб қилинади. Агар расмиятчиликка, ақл ўргатишга берилиб кетилса, иштирокчиларда, ҳатто энг муқаддас мавзуларга ҳам бефарқлик пайдо бўлиши мумкинки, бунга асло йўл қўйиб бўлмайди.

МУНДАРИЖА

Мураккаб давр талаби	3
Миллий ғоя тарғиботиға тизимли ёндашиш	5
Тарғибот тадбирлари самарадорлигини ошириш шартлари	11
Тарғибот тамойиллари.....	22

МУҲАММАД ҚУРОНОВ
ТАРҒИБОТ ТАМОЙИЛЛАРИ

Тошкент «Маънавият» 2015

Мухаррир *Р. Қўчқоров*
Мусаввир *Ш. Соҳибов*
Мусахҳиҳ *О. Пардаев*
Компьютерда тайёрловчи *И. Аҳмедов*

Лицензия АІ №189, 10.05.2011 й. да берилган. Босишга 20.05.2015 й. да рухсат этилди. Бичими 84x108 $\frac{1}{32}$. Таймс гарнитураси. Офсет босми усулида босилди. Шартли б. т. 1,68. Нашр т. 1,98. 1000 нусха.
Буюртма № 15-53. Нархи шартнома асосида.

«Маънавият» нашриёти босмахонасида чоп этилди. 100047. Тошкент
Тараққиёт 2-берккўча, 2-уй. Шартнома 16–15.

ISBN 978-9943-04-259-9



9 789943 042599

Mananjal