

АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ УЧУН АМАЛИЙ ҚЎЛЛАНМА

Жамоатчилик билан самарали мулоқот

Тошкент – 2013

Амалий қўлланма муаллифлари: ф.ф.н. Наргис.Қосимова, масъул муҳаррир ф.ф.н. Гулнора Бобожонова, масъул дизайнер Лола Исломова.

Мазкур қўлланма Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Тараққиёт дастури (БМТТД)нинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси кўмагида тайёрланди. Қўлланмада берилган мулоҳаза ва тавсиялар муаллифларга тегишли ва БМТТДнинг расмий нуқтаи назарига мос келмаслиги мумкин.

Муаллифлар жамоаси БМТТДнинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси ҳамда БМТТДнинг “Маҳаллий бошқарув тизимини қўллаб-қувватлаш: фуқаролар

иштироки ва ҳамкорлиги” лойиҳаси ходимлари ва маслаҳатчилари Азиза Умарова, Акмал Бозоров, Дилшод Исроилов, Гўзал Адилова, Азизхон Баҳодиров, Отабек Эшматовга қўлланманинг махсус бобларини тайёрлаш ва тақриз қилишда ўз ҳиссасини қўшганликлари учун чуқур миннатдорчилик билдиради.

© Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Тараққиёт дастури
(БМТТД), 2013 й.

СЎЗБОШИ

Фуқароларнинг маълумот олиш ҳуқуқини таъминлаш давлат органлари ва аҳоли ўртасидаги ҳамкорликни йўлга қўйиш жараёнининг таркибий қисмларидан бири ҳисобланади. Ўз навбатида, маълумот олиш ҳуқуқини амалга ошириш давлат ва аҳоли ўртасидаги икки томонлама алоқаларни самарали ташкил этиш, қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш билан боғлиқ. Давлат органининг бундай функциясини ахборот хизмати бажариши мумкин.

Шу мақсадда 2011 йилда БМТ Тараққиёт дастурининг Ўзбекистондаги ваколатхонаси томонидан “Маҳаллий бошқарув тизимини қўллаб-қувватлаш: фуқаролар иштироки ва ҳамкорлиги” лойиҳаси доирасида Наманган ва Жиззах вилоятлари ҳокимликларида вилоят, шаҳар ва туман даражаларидаги 6 та ахборот хизматларида тадқиқотлар ўтказилди.

Тадқиқот ўтказилаётган ҳар бир ахборот хизматини ташкил этиш ва иш тажрибасини ўрганиш натижасида ахборот хизматлари ходимлари учун амалий қўлланма тайёрлаш зарурати мавжудлиги аниқланди. Мазкур қўлланма уларга ахборот хизматини ташкил этишнинг методологик

асосларини тақдим этиш, икки минтақа тажрибасини ўрганиш (кейс-стади), жамоатчилик билан алоқаларни самарали ташкил қилиш ва амалга оширишнинг замонавий усуллари ҳамда воситаларини тўлақонли таклиф этиш имконини беради. Бу фуқароларга жойлардаги давлат органлари бошқаруви ва маҳаллий ҳокимликларнинг фаолияти ҳақидаги ахборотлар билан танишиш имкониятларининг кенгайишига хизмат қилади.

Қўлланмани тайёрлаш жараёнида унга кенг мутахассислар доираси жалб қилинди. Биз уни тайёрлашдаги кўмаги учун Азиза Умарова, Акмал Бозоров, Дилшод Исроилов, Гўзал Одилова, Азизхон Баҳадиров, Елена Иванюженко, Дмитрий Масленников, Отабек Эшматов, Ҳакимжон Фозилов, Ўткир Жумашев, Гулнора Исломова, Фатҳиддин Муҳитдинов, Хасан Саъдуллаев, Гули Ибрагимова, Исфандиёр Ишанқуловга миннатдорчилик билдирамыз. Мазкур амалий қўлланма ахборот хизматлари ходимларига қисқа муддат ичида ҳокимлик Ахборот хизматининг фаолиятини ташкил қилиш ва амалга ошириш, шу орқали жойларда давлат органлари фаолиятининг янада очиқ ва шаффоф бўлишини таъминлашга ёрдам беришига ишонамыз.

МУНДАРИЖА

БИРИНЧИ ВАРИАНТ	ҚЎЛЛАНМА ИЧИДА БЕРИЛГАН ТАРТИБ БЎЙИЧА
КИРИШ	
1-БОБ. ЗАМОНАВИЙ АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ	КИРИШ
Умумий тавсиф	ЗАМОНАВИЙ АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ
“Ахборот хизмати” тушунчаси	1.1. Умумий таъриф
Ҳокимлик ижроия органлари ахборот хизмати ва матбуот хизмати ўртасидаги фарқ	1.2. Ижроия ҳокимият органлари ахборот хизматлари ишининг ўзига хос хусусиятлари
	1.3. Давлат органлари фаолияти тўғрисидаги ахборотни олиш
Ҳокимлик ижроия органлари	1.4. Ҳокимликлар ахборот хизматлари фаолиятининг асосий

ахборот хизматлари ишининг ўзига хос хусусиятлари Ахборот хизматларининг журналистлар билан алоқалар ўрнатишининг умумий қоидалари Давлат органлари фаолияти тўғрисидаги маълумотни олиш Ҳокимлик ахборот хизматлари фаолиятининг асосий тамойиллари Объективлик тамойили Очиқлик тамойили Долзарблик тамойили Тезкорлик тамойили Ижтимоий мўлжалланганлик тамойили 2-БОБ. АХБОРОТ ХИЗМАТИ: МАҚСАДИ, ФУНКЦИЯЛАРИ ВА ТУЗИЛМАСИ Ахборот хизматининг асосий мақсад, вазифа ва функциялари Ахборот хизмати фаолиятининг ички йўналиши Фаолиятнинг ташқи йўналиши Ахборот хизматининг бош мақсади Ахборот хизматининг вазифа ва функциялари Ахборот хизмати тузилмаси ва кадрлар масаласи Туман, шаҳар ва вилоят ахборот	тамойиллари 2. АХБОРОТ ХИЗМАТИ: МАҚСАДИ, ТУЗИЛМАСИ ВА ТАМОЙИЛЛАРИ 2.1. Ахборот хизматининг асосий мақсади, вазифаси ва функциялари 2.2. Ахборот хизматининг тузилмаси ва кадрлар масаласи 2.2.1. Ахборот хизмати раҳбари 2.3. Ахборот хизмати ходимининг иш жойи 2.4. Ахборот хизмати ходимлари фаолиятининг ахлоқий жиҳатлари 3. АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИНИНГ ФУҚАРОЛАР ВА ЖУРНАЛИСТЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИГИ 3.1. Давлат органлари тўғрисидаги маълумотларни тақдим этиш шакллари 3.2. Аҳолига тақдим этиладиган ахборот турлари 3.3. Ҳокимликдаги ахборотларни йиғиш усуллари 3.4. Коммуникация каналлари 3.5. Ахборот хизматининг журналистлар билан ишлашида аккредитациянинг роли 4. ФУҚАРОЛАР ВА ОАВ БИЛАН АЛОҚАЛАРНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ТУРЛАРИ 4.1. Иш вақтини ташкил этиш 4.1.1. Ахборот хизмати ходимларининг иш куни тартиби 4.2. Медиарежалаштириш ва унинг таркибий қисмлари 5. ОАВ ВА ЖАМОАТЧИЛИК УЧУН ТАДБИРЛАР ТАШКИЛ ЭТИШ 5.1.1. Матбуот анжумани
--	--

хизматининг ташкилий тузилмаси Бўлғуси ахборот хизмати ходимларига талаблар Ахборот хизмати раҳбари Ахборот хизмати раҳбарининг асосий лавозим мажбуриятлари Ахборот хизмати ходимининг иш жойи Ахборот хизматининг ташрифчилар учун очиқлиги Техник жиҳозлаш Ахборот хизматида иш юритиш Ахборот хизмати ходимлари фаолиятининг ахлоқий жиҳатлари Ахлоқ таърифи қадриятлар тизими сифатида Ахборот хизмати ходимининг ахлоқий қоидалари 3-БОБ. АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИНИНГ ФУҚАРОЛАР ВА ЖУРНАЛИСТЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИГИ Давлат органлари тўғрисидаги маълумотни тақдим этиш шакллари Ахборот турлари ва шаклларининг таснифи Ахборот хизмати томонидан ҳокимликнинг фаолияти тўғрисида тарқатиладиган ахборот турлари Очиқ ахборот турлари рўйхати Ҳокимилик ичида ахборот олиш	5.1.2. Брифинг 5.1.3. Ахборот учрашуви 5.1.4. Давра суҳбати 5.1.5. Тақдимот 5.1.6. Пресс-тур 5.2. ЖАМОАТЧИЛИК ОЛДИДА ЧИҚИШ 5.2.1. Жамоатчилик олдида чиқиш технологияси 5.4. Матбуот анжуманини ташқил этиш ва ўтказиш қоидалари 5.3. Тадбирларда ахборот хизмати ходимлари томонидан тарқатиладиган ахборот материали 5.4.1. Матбуот анжуманини ўтказишда энг кўп йўл қўйиладиган хатолар 5.5. Пресс-релиз. Пресс- релизнинг турлари, мақсадлари 5.5.2. Пресс-релизни ёзиш қоидалари 5.6. Фотосуратни жойлаштириш қоидалари 6. АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ ФАОЛИЯТИДА ИНТЕРНЕТ РЕСУРСЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ 6.1. Ижро ҳокимият ҳудудий органининг расмий веб-сайти 6.1.1. Веб-сайтга қўйиладиган асосий талаблар 6.1.2. Сайт учун хабар ёзиш 6.1.3. Сайтдаги фотосуратлар, уларнинг ўзига ҳослик ва долзарблик 6.1.4. Сарлавҳа устида ишлаш 6.1.5. Сайт дизайни 6.1.6. Расмий сайтни ижтимоий тармоқларда оммалаштириш 6.2. Ижтимоий тармоқларда ишлаш ва блоггинг
--	--

усуллари Ахборот олишни ички ва ташқи мувофиқлаштириш мисоллари Аудитория турлари Аҳоли ахборот хизматининг асосий мақсадли аудиторияси сифатида ОАВ ва журналистлар бош аудитория сифатида Ахборот хизматлари ОАВга мурожаат қилишининг асосий усуллари Медиа-карта ОАВ билан ишни самарали ташкил қилиш инструменти сифатида Ахборот хизмати ва журналист фаолияти ўртасидаги фарқ Давлат хизматчилари билан ҳамкорлик Коммуникация каналлари Коммуникация каналлари тушунчаси ва турлари Ахборот хизматининг жамоатчилик билан алоқаси тузилмаси Ахборот хизмати журналистлар	6.2.2. Блогларда фотосурат ва видеотасвирларни жойлаштириш қоидалари¹ ГЛОССАРИЙ ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР ИЛОВАЛАР 1-Илова. Фотосуратга олишнинг асосий қоидалари 2- илова. Медиаарежа намунаси
--	---

билан ишлашида аккредитациянинг роли Журналистлар аккредитациясининг ҳуқуқий асослари Аккредитация учун талабномани расмийлаштириш тартиби Аккредитация турлари 4-БОБ. ФУҚАРОЛАР ВА ОАВ БИЛАН АЛОҚАЛАРНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ТУРЛАРИ Иш вақтини ташкил қилиш “Иш вақти” тушунчаси Иш куни режасини тузиш қоидалари Ахборот хизмати ходимларининг кун тартиби Медиарежалаштириш ва унинг таркибий қисмлари Медиарежани тузиш қоидалари Медиарежалаштириш жараёни такибий қисмлари Медиарежалаштириш мисоли Ахборот хизмати йиллик режаси Жамоатчилик билан ишлаш режаси Тадбирларни ёритишга тайёргарлик	
--	--

Кадрлар захирасини ташкил қилиш режаси 5-БОБ. ЖАМОАТЧИЛИК ВА ОАВ УЧУН ТАДБИРЛАР ТАШКИЛ ҚИЛИШ Тадбирлар турлари (матбуот анжумани, матбуот брифинги, давра суҳбати, пресс-тур) Жамоатчилик ва ОАВ учун мўлжалланган тадбирларнинг қисқа тавсифи Ахборот учрашувини режалаштириш ва ўтказиш чизмалари Пресс-турни тайёрлаш босқичлари Пресс-тур дастури мисоли Жамоатчилик олдида чиқишлар технологияси Чиқишнинг асосий мақсадини аниқлаш Аудитория тўғрисида маълумот йиғиш ва унинг таҳлили Чиқиш нутқини тайёрлаш Чиқиш натижасини мустаҳкамлаш Ахборот хизматлари ходимлари томонидан тадбирларда	
---	--

тарқатиладиган ахборот материали Ахборот материаллари турларининг қисқа тавсифи Пресс-релиз намунаси. Матбуот анжуманини ташкил қилиш ва ўтказиш қоидалари Матбуот анжуманига қадам-бақадам тайёргарлик Матбуот анжуманида нима қилиш керак ва нима қилиш керак эмас? Матбуот анжуманини ўтказишда йўл қўйиладиган хатолар Пресс-релиз. Пресс-релиз турлари, мақсадлари. Пресс-релиз-хабар. Пресс-релиз-анонс. Таҳлилий пресс-релиз News-релиз Пресс-релизларнинг тузилиш шакли бўйича таснифи Пресс-релиз тузилмаси Пресс-релизни ёзиш қоидалари Нотўғри пресс-релиз мисоли Тўғри пресс-релиз мисоли	
---	--

Пресс-релизни яратиш ва безаш Фото-суратларни жойлаштириш қоидалари 6-БОБ. АХБОРОТ ХИЗМАТИ ФАОЛИЯТИДА ИНТЕРНЕТ- РЕСУРСЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ Худудий ижроия ҳокимлик органи расмий веб-сайти Давлат ҳокимлиги органларининг аҳоли билан портал орқали ҳамкорлиги афзалликлари Давлат органи томонидан расмий сайт орқали кўрсатиладиган асосий ахборот хизматлари рўйхати Ҳар куни янгиланиб борадиган веб- сайтнинг афзалликлари Веб-сайтга қўйиладиган асосий талаблар Сайт учун маълумот тайёрлаш Сайтдаги фотосуратлар, уларнинг ўзига хослиги ва долзарблиги Сарлавҳалар устида ишлаш Фарғона вилоят ҳокимлиги сайтидаги материалларнинг сарлавҳалари мисоллари Нотўғри ва тўғри сарлавҳалар Сайт дизайни Техник талаблар Ахборот хизмати ходимларига сайтдан фойдаланиши бўйича маслаҳатлар Расмий сайтнинг ижтимоий тармоқларда тарқалиши SEO-оптималлаштириш	
---	--

SMO- қўллаб-қувватлаш Ижтимоий тармоқларда ишлаш. Блоггинг Интернетдаги ижтимоий тармоқларда ишни нимадан бошлаш керак? Оммалашган ижтимоий тармоқларнинг мисоллари Ҳокимлик блогини очиш учун ижтимоий тармоқни қандай аниқлаш керак? Ижтимоий тармоқларда ишлашнинг асосий қоидалари Блогларда фотосурат ва видеотасвирни жойлаштириш қоидалари ГЛОССАРИЙ ИЛОВАЛАР ▪ Фототасвирнинг асосий қоидалари ▪ Медиарежа намунаси	
---	--

КИРИШ

Давлат органларида бошқарув фаолияти самарадорлиги кўп жиҳатдан фуқароларнинг ҳуқуқий ва қонуний манфаатларига дахлдор у ёки бу муаммолар юзасидан асосли қарорларни қабул қилиш учун зарур бўлган ахборотни олиш ва тарқатишнинг тўлақонлиги, ишончлилиги ҳамда долзарблигига боғлиқ.

Жамиятни ахборотлаштириш билан боғлиқ янги жараёнлар натижасида давлат ҳокимлиги ва бошқарувининг марказий ҳамда маҳаллий органларининг вазифалари, мақсадлари, фаолият тамойиллари ўзгарди. Давлатимиз раҳбари Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг 2010 йил 12 ноябрда ўтказилган қўшма йиғилишидаги маърузасида таъкидлаганидек: “Фуқароларнинг эркинлиги ҳамда ахборотни олиш, уни ва ўз ғояларини тарқатиш ҳуқуқларини амалга ошириш каби таркибий қисмлардан иборат бўлган фуқароларнинг ахборот соҳасидаги эркинлиги ҳамда ҳуқуқларини таъминлаш Ўзбекистонда демократик жамиятни қуришнинг тамал тоши ҳисобланади”².

Кундалик амалиётда ахборот алмашиш ҳажми мунтазам ўсиб бормоқда, бу маҳаллий ҳокимлик органларидан ахборотни олиш, ишлаш ва уларга ўз вақтида жавоб беришда кўпинча қийинлик туғдиради. Ахборотни йиғиш ва ишлашнинг йўлга қўйилган пухта тизимининг йўқлиги, малакали кадрлар, инфратузилма ҳамда мазкур соҳага ихтисослашган тузилмаларнинг мавжуд эмаслиги туфайли жойлардаги давлат ҳокимлик органлари фуқароларнинг кўп саволларига ҳар доим ҳам тезкор жавоб бера олмайди.

Мазкур қўлланмада ҳокимлик раҳбарлари ва масъул ходимлари, шунингдек, ахборот хизмати ходимлари “Ахборот хизмати фаолиятини қандай ташкил этиш керак?”, “Фуқаролар ва ОАВ билан мулоқотда қайси коммуникациянинг қандай усул ва воситаларидан фойдаланиш зарур?”, “Иш вақти ҳамда жойини қандай ташкил этиш керак?” ва бошқа шу сингари кўплаб саволларга жавоб топишлари мумкин. Қўлланма БМТТДнинг “Маҳаллий бошқарув тизимини қўллаб-қувватлаш: фуқаролар иштироки ва ҳамкорлиги” лойиҳаси доирасида ташкил этилган ва тадқиқот ўтказилган Жиззах ва Наманган вилоятларидаги ахборот хизматлар фаолиятидан олинган мисол, диаграмма ҳамда фотосуратларни ўз ичига олади.

² Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг 2010 йил 12 ноябрда Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма йиғилишида қилган маърузасидан.

ЗАМОНАВИЙ АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ

Хар қандай тузилмани ташкил этиш учун аввало бу фаолиятнинг нима учун ташкил қилинаётганлиги ва асосий мақсадини билиб олиш керак. Унинг асосий вазифалари ва ишлаш тамойилларини билиш, ишда юқори даражали самарадорлик ва натижавийликка эришиш учун уни яхлит кўра олиш зарур. Мазкур бобда “ҳокимлик ахборот хизмати” тушунчасининг маъноси очиб берилади, давлат ижроия органи ахборот фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари таърифланади. Ахборот хизматининг матбуот хизматидан фарқи, ишининг ўзига хослиги тушунтириб берилгани туфайли, англашилмовчиликлардан холи бўлиш учун имкон яратилади. Ахборот хизмати асосий вазифаларини ва унинг фаолият тамойилларини билиш ходимлар фаолиятини тўғри ташкил қилиш учун ёрдам беради. Ахборот хизмати ҳокимликнинг ахборот сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишда қай тарзда иштирок этиши тушунтирилади. Фуқаролар, жамоат ташкилотлари, ОАВининг ҳокимлик фаолияти тўғрисидаги ахборотни тенг олиши қоидалари тушунтирилади. Аҳоли ва ОАВ вакиллари билан ишбилармонлик муносабатларини ўрнатиш бўйича тавсиялар ишлаб чиқилган.

3.2. УМУМИЙ ТАЪРИФ

Ҳокимлик ахборот хизмати – бу маҳаллий ижроия ҳокимияти органи аппаратининг бевосита раҳбарига бўйсунадиган тузилмавий бўлинмасидир. Ахборот хизмати ишини ташкил қилиш у қайси секторда ишлашига тўғридан-тўғри боғлиқ.

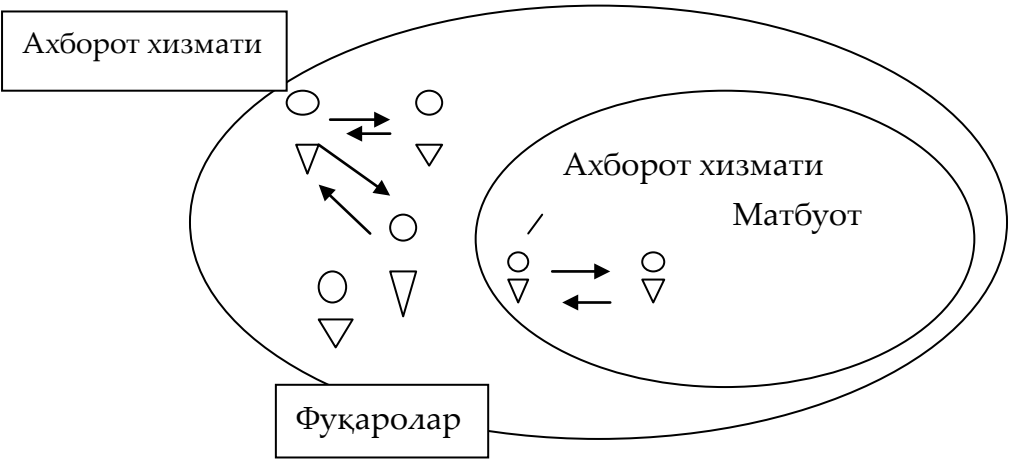
Ахборот хизмати ишини Давлат тузилмаларида ташкил этиш айнан шундай ахборот хизматини тижорат ва ижтимоий соҳаларда ташкил этилишидан фарқ қилади. Ахборот хизматининг иши ҳокимликнинг стратегик мақсадлари, вазифалари ва умуман функцияларига боғлиқ ҳолда ташкил этилади, чунки у ҳокимлик фаолиятидан ажратиб олинган, дейлик автоном объект бўла олмайди. Бу шундан далолат берадики, ахборот хизмати узатаётган барча ахборотлар вилоят (туман, шаҳар) ҳокимлиги аппаратининг раҳбарияти томонидан тасдиқланиши керак.

Маҳаллий ижроия ҳокимияти органлари фаолиятининг шаффофлиги, очиқлиги³ ҳокимликнинг ахборот хизмати томонидан туман ва шаҳарларда рўй бераётган воқеалар тўғрисидаги фикрларнинг хилма-хиллиги акс эттириш билан таъминланади. Ахборот хизмати фаолияти барча фуқаролар учун тушунарли ва очиқ бўлиши шарт. Бунинг учун жамоатчиликни ҳокимлик фаолияти тўғрисида хабардор қилишнинг муайян тартибини

³ Ўзбекистон Республикаси “Давлат ҳокимлик ва бошқарув органлари фаолияти очиқлиги тўғрисида”ги Қонунининг лойиҳаси.
http://www.norma.uz/publish/doc/text81222_zakon_respubliki_uzbekistan

ишлаб чиқиш зарур. Ахборот хизмати фуқаролик жамиятининг ҳоким ва ҳокимлик бўлинмалари томонидан қабул қилинадиган қарорлар тўғрисидаги ахборотни кенг кўламда олишини таъминлаши лозим. Бу биринчи навбатда, фуқароларнинг ҳуқуқ, эркинликлари ва қонуний манфаатларига дахлдор қарорларга тааллуқлидир.

1-чизма. “Ҳокимликнинг ахборот хизмати ва матбуот хизмати ўртасидаги фарқ”



Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 22 сентябрдаги “Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантириш чора-тадбирлар тўғрисида”ги 203-сонли қарори қабул қилинганлиги муносабати билан, мазкур хизматга “Ахборот хизмати” номи берилди.

3.3. ИЖРОИЯ ҲОКИМИЯТ ОРГАНЛАРИ АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ ИШИНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Ўзбекистонда ОАВлар умумий сони (01.07.2012 й. ҳолатига)	
Газеталар	715
Журналлар	263
Веб-сайтлар	196
ТВ	63

Ахборот хизматининг фаолияти

аҳолини хабардор қилиш ҳамда ҳокимлик (ҳокимлик бошқармалари) ва фуқаролар, шунингдек, маҳалла қўмиталари ҳамда ва турли хилдаги ННТлар сиймосида фуқаролик жамияти институтларининг вакиллари ўртасида ишонч ва ҳамкорлик муҳитини яратишдан иборат. Ахборот хизмати турли хилдаги коммуникация каналларидан

Радио	35
Ахборот бюллетенлари	16
Ахборот агентликлари	4
Жами	1292
булардан 774 таси (60 фоизи) нодавлат ҳисобланади.	

фойдаланган ҳолда, ўз фаолиятини жамоатчиликка ёки маълум вазифаларни бажаришга қаратилган ҳар хил йўналишларда (масалан, давлат бошқаруви органининг имиджини шакллантириш) олиб бориши мумкин. Ахборот хизмати ўзининг вазифаларини амалга ошириш учун юқори давлат бошқаруви органининг ахборот хизмати, турли даражадаги республика вазирлик ҳамда идораларининг ҳудудий ва тузилмавий бўлинмалари билан ҳамкорлик қилиши зарур.

Ҳокимликнинг ахборот хизмати ҳоким билан келишилган ҳолда ишлаб чиқилган ва тасдиқланган тартибларга ҳамда ахборот хизмати фаолиятини белгилаб берадиган бошқа ҳужжатларга қатъий риоя қилиши лозим. Ахборот хизмати ходимлари ахборотни узатилишига масъулият билан ёндашиши, мумкин қадар унинг очиқлиги ва ошқоралигини таъминлаши керак. Бу ҳокимлик ва аҳоли ўртасида ўзаро ишонч муҳитини яратиш имконини беради.

Ҳокимликнинг матбуот билан муносабатларини унинг ахборот хизмати йўлга қўяди. Ахборот хизмати ходимларининг нотўғри танланганлиги ҳокимликнинг мақсадларига путур етказиши ва унинг фаолиятини профессионал бўлмаган тарзда тақдим этиши мумкин. Ва аксинча: малакали, ғайратли, фаол ахборот хизмати жамоаси ижроия ҳокимият органи фаолиятининг муваффақиятига кўмаклашади. Замонавий шароитда айнан ахборот хизматлари **жамоатчилик билан алоқалар бўйича маслаҳатчилик функциясини** бажариши лозим. Бундан ташқари, тўла ҳолда ахборот олиш ва уни таҳлил қилиш имконига эга бўлгани ҳолда, ахборот хизмати ҳокимнинг ҳам ўз хизматлари билан, ҳам маҳаллий аҳоли билан ўзаро муносабатларини такомиллаштиришда унинг зарур маслаҳатчисига айланиши мумкин. Шу сабабли, “ҳокимлик ахборот хизмати” атамаси кенг маънога эга тушунча эканлигини билдиради. Ахборот хизмати ходимлари нафақат яхши рўхшунос ва таҳлилчи бўлиши, балки мамлакатнинг ички ва ташқи сиёсатини, ҳокимлик фаолиятининг асосий йўналишларини чуқур билиши ва таҳлил қила олиши шарт. Нохуш ва ноқулай вазият рўй берганда ахборот хизмати бунга дарҳол ўз муносабатини билдириши ҳамда ахборотни тўғри тақдим этиш орқали низоли вазиятларни конструктив ҳамкорлик йўлига ўзгартиришга қодир бўлиши зарур.

Ахборот хизмати журналистлар билан ҳолис муносабат ўрнатиши учун бир нечта умумий қоидага риоя қилиши керак⁴:

1) ҳалол ўйин олиб бориш – ҳокимлик фаолияти тўғрисида сохта фактларни тақдим этмаслиги керак.

2) матбуотга профессионал даражада хизмат кўрсатиш – журналистларга уларнинг вазифалари ва иш суръатига мос тарзда янгиликларни тайёрлашда ёрдам бериш. Энг асосийси ҳокимлик фаолияти тўғрисидаги ахборот ўз вақтида журналистлар қўлига тушмаса, аҳолига етиб бормаслиги мумкин.

3) “Кўнгилсиз воқеани яшириш”ни илтимос қилмаслик – бунга ўхшаш илтимослар сўровчининг профессионал эмаслигидан далолат беради ва бу унга нисбатан хушёр муносабатда бўлишга ундайди. Бундан ташқари, баъзида айнан шунга ўхшаш илтимослар нашр раҳбариятига у ёки бу воқеанинг бутун “нохушлиги”ни очиб беради – акс ҳолда у эътиборсиз қолиши ҳам мумкин бўлар эди. Бундай вазиятларда яхшиси, журналистларга у ёки бу вазиятга олиб келган объектив сабабларни тушунтирган маъқул.

4) матбуотга барча янгиликларни бараваракайига жамлаб ёғдирмаслик – янгиликларни тақдим қилишдан олдин уларни хронологик жиҳатдан саралаш, муҳимлилик ва долзарблилик даражасига кўра таснифлаш, ахборотни нашрлар ва мазкур ахборот мўлжалланган аудитория тоифалари бўйича аниқ тақсимлаш мақсадга мувофиқ.

3.4. ДАВЛАТ ОРГАНЛАРИ ФАОЛИЯТИ ТЎҒРИСИДАГИ АХБОРОТНИ ОЛИШ

2-чизма. Ахборотдан тенг фойдаланиш

⁴ Катлин С.М. Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М.: Вильямс, 2001. С. 124.



Ҳокимлик ахборот хизмати ишни самарали ташкил этиш учун биринчи навбатда 4 та асосий йўналиш бўйича саволларга жавоб бериши шарт:

- Ҳокимият жамоатчилик билан алоқаларга қанчалик аҳамият беради? Ахборот хизмати олдига қандай мақсад ва вазифалар қўйилади? Ахборот хизмати иши самарадорлигининг қайси кўрсаткичларидан фойдаланилади? Ҳокимият томонидан ахборот хизматига қўйиладиган ўзига хос талаблар қандай?
- Туман (шаҳар) аҳолиси учун қайси ахборот энг кўп қизиқиш уйғотади? Фуқароларнинг ахборот сўровларини қандай олиш ва ишлаш керак?
- Энг тўлиқ ахборотни қандай олиш керак? Ахборотнинг объективлигини қандай текшириш ва таъминлаш лозим?
- Ахборотни қандай қилиб тўғри ва қайси шаклда тақдим этиш керак? Газета, радио, телевидение ёки Интернет орқалими?

3.5. ҲОКИМЛИКЛАР АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ ФАОЛИЯТИНИНГ АСОСИЙ ТАМОЙИЛЛАРИ

3-чизма. Ахборот хизматлари фаолиятининг бешта тамойили



Объективлик тамойили. Ахборот хизмати ҳокимлик томонидан бирон-бир қарорни қабул қилиш вақтида далил ва фактлар ахборотда тўғри баён қилинишини таъминлайди.

Очиқлик тамойили. Ахборот хизмати ҳокимликка келиб тушаётган ва ахборотга тааллуқли барча шахсий сўровларни қаноатлантиради, ҳокимият сўралаётган ахборот ахборот очиқлиги

! Ахборот хизмати ахборот махфий бўлган, яъни давлат сирлари тўғрисидаги қонунчилик нормаларида мустаҳкамлаб қўйилган тақдирда ахборотни тақдим этишни рад қилишга ҳақлидир.

тамойилининг чекловчи рўйхатга киритирилганлигини асослай оладиган ҳолатлар бундан мустасно.

Долзарблилик тамойили. Ахборот хизмати вилоят (шаҳар, туман) ҳокими ёки унинг бошқарув аппарати аъзоларининг ОАВлар вакиллари ва жамоатчилик билан биргаликда кўпчиликни қизиқтираётган саволлар ҳамда долзарб муаммолар муҳокамасига бағишланган учрашувларини мунтазам ташкил этади.

Тезкорлик тамойили. Ахборот хизмати фуқароларнинг мурожаатлари ва ижроия ҳокимияти органи қабул

қиладиган қарорларига ўз вақтида муносабат билдиради. Жавобни фуқаролар учун қулай ва тушунарли шаклда иложи борича қисқа муддатда тақдим этиш мақсадга мувофиқ. Кўпи билан уч иш куни давомида жавоб беришга ҳаракат қилган маъқул. Бироқ, ҳатто энг мушкул ҳолатда ҳам фуқароларнинг мурожаатларига жавоб қайтариш муддати қонун билан белгилаб қўйилган муддатлардан четга чиқмаслиги керак.

Ижтимоий мўлжалланганлик тамойили. Ҳокимликнинг ахборот сиёсатини амалга ошириш давомида ахборот хизмати аҳолини яхши ҳимоя қилинмаган қатламларини ижтимоий қўллаб-қувватлаш бўйича қонунлар, қонуности ҳужжатлари, давлат дастурлари ва лойиҳаларни бажариш жараёни ва натижаси ёритилиши устуворлигини таъминлайди. Ахборот хизмати фаолияти, унинг биноси ва ахборот маҳсулотлари имкониятлари чекланган шахслар учун қулай бўлиши шарт.

4. АХБОРОТ ХИЗМАТИ: МАҚСАДИ, ТУЗИЛМАСИ ВА ТАМОЙИЛЛАРИ

Ахборот хизмати асосий мақсад ва вазифаларини аниқ билиши, ўз фаолиятига тааллуқли меъёрий-ҳуқуқий базасига эга бўлиши – ахборот хизмати муваффақиятли фаолият юритишининг гаровидир. Мазкур бобда ахборот хизматининг мақсад ва вазифаларига батафсил таъриф берилади. Кадрларни

Фуқароларнинг таклифлари таклиф тушган кундан эътиборан бир ойгача муддатда кўриб чиқилади, қўшимча ўрганишни талаб этадиган таклифлар бундан мустасно бўлиб, бу ҳақда таклиф киритган шахсга маълум қилинади.

Аризалар ва шикоятлар давлат органига, жамоаат бирлашмасига, корхона, муассаса ва ташкилотга тушган кундан эътиборан бир ойгача муддатда ҳал этилади, улар масалани моъиятан ҳал этишлари, қўшимча ўрганишлар ва текширишни талаб қилмайдиган масалаларни эса 15 кундан кечиктирмай ҳал этишлари шарт.

Манба: Ўзбекистон Республикаси “Фуқароларнинг мурожаатлари тўғрисида”ги Қонунининг 11-моддаси.

танлаш ва уларни лавозим мажбуриятларининг рўйхати бўйича тавсиялар берилган. Бобда ахборот хизмати фаолиятининг ахлоқий жиҳатлари очиб берилади, риоя қилинган ҳолда ўзининг мақсадли аудиторияси билан муваффақиятли ишлаш мумкин бўлган қатор ахлоқий меъёрлар келтирилади. Ахборот хизмати ходимларининг иш жойлари ва ахборот хизматида иш юритишни ташкил этиш бўйича тавсиялар тақдим этилади.

4.1. АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ АСОСИЙ МАҚСАД, ВАЗИФА ВА ФУНКЦИЯЛАРИ

Ҳокимлик ахборот хизматида фаолияти шартли равишда икки – ички ва ташқи йўналишга бўлинади.

Ички йўналиш	Ташқи йўналиш
Ҳокимликнинг тузилмавий бўлинмалари, унинг турли бўлимлари	Фуқаролар, ОАВ, жамоат ташкилотлари, тижорат ташкилотлари ва бошқа идораларнинг ахборот хизматлари

БМТТДнинг “Маҳаллий ҳокимлик органларини қўллаб-қувватлаш: фуқаролар иш доирасида 2010 йилда ахборот хизматларининг асосий истеъмолчилари (аҳоли, тадбиркорлик субъектлари) фикрини ўрганиш мақсадида ўрганилган ҳудудларда жойлардаги давлат ҳокимияти органлари ижтимоий тадқиқот ўтказилган эди. Мазкур тадқиқот натижаларининг кўрсатишича, Жиззах ва Наманган вилоятида 38 фоизи ҳокимликлардан олинган ахборот материалларининг сифати юқори баҳоланган, қолганлари эса ўртача баҳоланган. Сўралганларнинг 42,9 фоизи берган аризаларига жавоб олмаган. Танланган ҳудудлардаги сўралганларнинг 42,9 фоизи ахборотни битта манбадан, масалан, ҳокимликнинг ахборот хизматида олишни хоҳлашларини билдирган. Ижтимоий сўров маълумотларига кўра, респондентлар ўзлари ахборот олишни истаган энг долзарб деб аташди: ➤ маҳаллий ҳокимият органларининг қарорлари; ➤ банклар фаолияти ва уларнинг хизматлари, кредитлар, заёмлар; ➤ маҳаллий солиқлар ва солиқ ҳисоботи; ➤ коммунал хизматлар ва тарифлар; ➤ соғлиқни сақлаш; ➤ ижтимоий ҳимоя; ➤ таълим.
--

ҲОКИМЛИК АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ БОШ МАҚСАДИ аҳоли ва маҳаллий ҳокимият органлари ўртасида икки томонлама алоқа ўрнатиш, давлат ҳокимияти ва жойлардаги бошқарув органлари фаолиятига дахлдор ахборотнинг очиқлигини таъминлаш ва ундан эркин фойдаланишга қўмаклашиш ҳисобланади.

Ахборот хизматининг вазифа ва функциялари:

Вазифалар	Функциялар
1. Ҳоким томонидан белгиланадиган ахборот сиёсатини шакллантириш ва амалга оширишда иштирок этиш:	Ҳокимлик маъмуриятининг баёнот, хабар, пресс-релизлари ва бошқа расм тарқатиш;
	PR-кампанияларни тайёрлаш ва ўтказиш (хабардорликни ошириш мақса, оммавий тадбирлар);
	Ахборот хизмати фаолиятининг мақсадларига мувофиқ ҳокимликнинг ба идораларнинг ҳудудий бўлинмаларидан ахборот йиғиш, ишлаш, сақлаш
	Ҳокимлик фаолиятига тааллуқли материалларини эълон қилиш учун (эф этиш, ҳокимлик бошқарув аппаратининг баёнот, хабар, пресс-релизлар ва ҳамда тарқатиш;
	Ҳокимлик фаолияти доирасидаги норматив-ҳуқуқий ҳужжатларнинг ОАВ тушунтириш, интернетда ҳокимликнинг веб-ресурсларини ташкил қилиш
	Ахборотни йиғиш ва ишлаш йўли билан ҳокимлик фаолиятини ахборот б
	Ҳокимлик фаолияти тўғрисида фуқароларнинг фикрини аниқлаш мақсади этиш ва кейин эълон қилиш учун уларни таҳлил қилиш;
	Миллий ва хорижий ОАВ ва журналистлар билан ҳамкорлик, журналис ўтказиш ҳамда уларнинг фаолият юритиши учун шароитни таъминлаш, О
	Фуқароларнинг шарҳлари, шикоят ва таклифларини ўрганиш, уларни тах
	Ҳоким ва бошқа ҳокимлик ходимларининг фуқаролар билан учрашувлар
2. Ҳокимлик ва унинг раҳбарияти фаолияти тўғрисида	Ахборот хизматининг фаолият доирасига кирадиган масалалар бўйича фу вақтида ва сифатли кўриб чиқиш;
	Жамоатчилик фикри ҳамда маҳаллий, республика ва хорижий ОАВнинг м

жамоатчиликнинг объектив фикрини шакллантириш.	тенденцияларининг таҳлилни ўтказиш, шунингдек, мазкур муносабатни
	Бир хилда талқин қилинмайдиган, ишониб бўлмайдиган, шунингдек, ҳокимлик вакиллари томонидан берилган маълумотларни ўз ичига олган ОАВ маҳсулоти эълон қилинганда, журналистларнинг ҳокимлик фаолиятини ёритиш масалалари борасида
	Ҳокимлик вакиллари билан матбуот анжуманлари, брифинглар, учрашувлар, таълим ва таҳсил масалалар бўйича ҳокимликнинг нуқтаи назарини расмий тушунтириш
	Ҳоким ва ҳокимликнинг мансабдор шахслари оммавий чиқишларининг лозим бўлган ҳолларда тайёрланадиган материалларнинг мониторинги ҳамда таҳлилни олиб бо

2.2. АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ ТУЗИЛМАСИ ВА КАДРЛАР
МАСАЛАЛАРИ

Ахборот хизматининг мақс ад ва вазифаларига мувофиқ унинг ташкилий тузилмаси ва штатлар жадвали аниқлаб олинади. Вазифлар ҳажми кичик бўлган тақдирда бир нафар матбуот котибининг ўзидан иборат ахборот хизматини ташкил этиш мумкин. Котиб энг кам техник воситалар ёрдамида ҳокимлик ахборот хизматининг барча функцияларини бажаради. Агар шаҳар ёки туман аҳолиси зич жойлашган ёки бу вилоят ҳокимлиги даражасида бўлса, у ҳолда штатлар бирлиги сонини ошириш мумкин бўлади. Бунда қуйидаги вариантлар бўлиши мумкин⁵:

Аҳолиси 100 минг нафар кишидан ортиқни ташкил этган туман ёки шаҳар	Шаҳар – вилоят маркази	Вилоят ҳокимлиги
1 – матбуот котиби, АХ раҳбари; 1 – техник мутахассис, журналист (аудиовизуал ва онлайн материаллари учун жавоб беради) – имкон даражасида.	1 – матбуот котиби, АХ раҳбари; 1 – журналист – контент бўйича мутахассис;	1 – матбуот котиби, АХ раҳбари; 1 – журналист, контент бўйича, жумладан, онлайн модерацияси бўйича мутахассис; 1 – оператор (фото ва видео тасвир).

Ахборот хизмати фаолиятининг самарадорлиги ходимларининг касбий маҳоратига боғлиқ. Хизматга мутахассислар қабул қилишни очиқ танлов йўли билан олиб бориш мақсадга мувофиқ. Ахборот хизмати штатига номзодларни танлаш вақтида шуни ҳисобга олиш керакки, номзодлар *олий маълумотли, компьютер техникаси билан ишлаш кўникмалари, мутахассислик бўйича иш тажрибаси, маълум бир ҳаёт тажрибасига* эга бўлиши лозим. Ахборот хизматининг бўлғуси ходимлари ОАВ ва давлат органлари қандай ишлашини

! Ахборот хизмати – бу ҳоким маъмуриятининг ёрдамчи эмас, балки асосий бўлимларидан бири. Бу аҳоли ва ҳоким ўртасидаги узлуксиз мулоқот даражасидир. Ахборот хизмати ходимлари ҳоким жамоасининг аъзолари ҳисобланади.

⁵ Тавсиялар Жиззах ва Наманган вилоятларининг 6 та танланган ахборот хизматининг иши таҳлилига асосланган.

яхши билиши ва улар билан яқиндан ҳамкорлик қилишга қодир бўлиши шарт.

Агар ахборот хизмати ходимлари муайян ҳокимлик ходимлари қаторидан шакллантирилса, у ҳолда улар учун *ахборот технологиялари, журналистика, жамоат психологияси ва бошқарув* каби йўналишлар бўйича профессионал хабардорлик даражасини оширишни ташкил қилиш зарур.

Ахборот хизматининг ҳар бир ходими кўп функцияларни бажариши ва ўзаро алмашина олиши лозим.

2.2.1. Ахборот хизмати раҳбари

Ахборот хизматини ҳоким томонидан тайинладиган ва лавозимидан озод қилинадиган **раҳбар бошқаради**. *Ахборот хизмати раҳбари бир вақтнинг ўзида ҳокимнинг матбуот котиби ҳам ҳисобланади*. Тавсия қилинадиган лавозим йўриқномасига мувофиқ, ахборот хизмати раҳбари мазкур хизматнинг фаолиятини мувофиқлаштиради ҳамда унга юклатилган вазифа ва функцияларнинг бажарилиши учун шахсан жавоб беради. Ҳокимлик ахборот хизмати раҳбари бевосита ҳокимга бўйсунди. Ҳокимлик ахборот хизмати раҳбарига бевосита ахборот хизмати ходимлари бўйсунди.

Ахборот хизмати раҳбари:

- ахборот хизмати фаолиятини ташкил этади, режалаштиради ва назорат қилади;
- ҳокимликнинг бошқа бўлинмалари билан ўзаро ҳамкорликни амалга оширади;
- ахборот хизматида кадрларни танлаш ва жой-жойига қўйишни таъминлайди;
- ходимлар ўртасида вазифаларни тақсимлайди;
- ходимларнинг касб маҳоратини ошириш учун шароит яратади.

Ахборот хизмати ходимлари ахборот хизмати раҳбарининг тавсиясига кўра лавозимга тайинланади ва озод қилинади. Ахборот хизмати фаолиятининг ахборот, ҳуқуқий, моддий-техник ва транспорт таъминоти, шунингдек, хизмат ходимларининг ижтимоий-маиший таъминоти ҳокимликнинг таркибий бўлинмалари учун белгиланган тартибда амалга оширилади.

Ахборот хизмати раҳбари турли тадбирларни ўтказишда уни ўтказиш билан боғлиқ ахборотни йиғиш ва таҳлил қилиш ҳамда ОАВ билан алоқа ўрнатиш учун жавоб беради. Ахборот хизмати раҳбари ҳокимликнинг бутун фаолиятдан хабардор бўлиши шарт.

Ҳокимлик ахборот хизмати раҳбарининг *асосий хизмат вазифалари*:

- ҳокимликнинг ахборот сиёсатини амалга ошириш учун ҳоким билан биргаликда медиа-режани ишлаб чиқиш;
- ҳокимнинг ҳудудий ОАВнинг позицияси ҳамда ҳудуддаги жамоатчиликнинг ҳокимлик фаолиятига нисбатан фикрининг аҳволи тўғрисида тезкор хабардор қилиш;
- ҳокимга ҳудудий муаммолар тўғрисида қисқа ахборот хабарларини мунтазам (*масалан, ҳафтасига 1 марта*) тақдим этиш;
- ҳокимлик фаолияти тўғрисида янгиликлар, лавҳалар ва бошқа материалларнинг чиқиши учун ахборот режасини ишлаб чиқиш (*1-3 ой учун бўлгани маъқул*);
- ҳокимлик фаолиятига дахлдор ахборот материалларини тайёрлаш (*матбуот релизи, фото бюллетенлар, видео- ва аудиоматериаллар, интервью ва ҳоказо*);
- ОАВ, бошқа ташкилот ва фуқаролар томонидан ҳокимлик фаолияти юзасидан берилиши мумкин бўлган саволларига жавобларни олдиндан тайёрлаш;
- ҳоким билан келишилган ҳолда ҳоким ёки бошқа ҳокимлик ходимларининг матбуот анжуманлари, брифинглар, интервью ва фуқаролар билан учрашувларини ташкил этиш ҳамда ўтказиш;
- ҳокимликнинг расмий веб-сайти учун ахборотни тайёрлаш ва жойлаштириш;
- ҳокимлик ва ҳудуддаги бошқа ташкилотлар фаолияти тўғрисида ОАВ хабарларининг мониторинг ва таҳлил қилиш;
- ҳокимлик фаолияти тўғрисида эълон қилинган маълумотларнинг ишончлилигини таҳлил қилиш;
- тушунтириш хатлари ва раддиялар тайёрлаш ва ҳоказо.

! Ҳокимлик ахборот хизматининг раҳбари:

- компьютер техникасида тажрибали фойдаланувчи даражасида ишлай олиши;
- ахборотни йиғиш ва таҳлил қилиш кўникмаларига эга бўлиши;
- электрон ва босма ОАВининг муҳаррир ва журналистлари билан ишчанлик алоқаларини намунали йўлга қўйиш маҳоратига эга бўлиши шарт.

2.3. АХБОРОТ ХИЗМАТИ ХОДИМИНИНГ ИШ ЖОЙИ

Ахборот хизматининг тўлақонли фаолият кўрсатиши учун мумкин қадар унинг ишида зарур бўладиган қулай моддий-техник шароитларни яратиб беришга ҳаракат қилиш керак. Хизмат биносига келувчилар учун шинам ва қулай, ўзининг самарали ишлаш учун барча керакли асбоб-ускуналар билан жиҳозланган бўлиши лозим. Ҳар бир ходим замонавий шахсий компьютерга эга бўлиши, ҳокимликнинг маҳаллий тизими, Интернетга кира олиши шарт. Ахборот хизмати офиси сканер ва принтер ёки кўп функцияли мослама (принтер, сканер, факсимил мосламаси сингари кўшимча функциялари билан нусха кўчириш аппарати) билан жиҳозланган бўлиши керак. Ахборот хизмати ходимининг иш столида кундалик дафтар, органайзер, иш телефони бўлиши лозим. Ахборот хизмати раҳбари телефон аппаратида ташқари факс билан ҳам таъминланган бўлиши шарт. Шунингдек, ахборот хизмати видеокамера, рақамли фотоаппарат, рақамли диктофон билан таъминланиши керак.

2.4. АХБОРОТ ХИЗМАТИ ХОДИМЛАРИ ФАОЛИЯТИНИНГ АХЛОҚИЙ ЖИҲАТЛАРИ

Этика – бу шундай қадрият мезонки, унинг ёрдамида инсон нималар тўғри ва нима нотўғри, қайси одам виждонли ҳамда виждонсиз, адолатли ва адолатсиз эканлигини аниқлаб олади. Ахборот хизмати ходимлари учун ҳуқуқий ва ахлоқий меъёрларга риоя қилиш муҳим жиҳатлар бўлиб, Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси, қонунлари, шунингдек, қонуности ҳужжатларига қатъий амал қилиш лозим ҳисобланади. *Нотўғри ёки қасддан бузилган* ёки шахсни шахсий ҳаёт ҳуқуқларини бузадиган *маълумотни* эълон қилиш нафақат ҳуқуқ, балки ахлоқий меъёрлар нуқтаи назаридан ҳам йўл қўйиб бўлмайдиган хато ҳисобланади.

Баъзи бир ахлоқий қоидалар:

- ахборот хизмати ходимлари ОАВ ва бошқа манбалардаги материаллардан фойдаланганда муаллифлик ҳуқуқларини ҳурмат қилиши керак;
- ахборот хизмати ходимлари ОАВ билан мулоқот чоғида ва фуқаролар мурожаатларини ишлаш вақтида плюрализм (*хилма-хиллик*) тамойилини ҳурмат қилиши лозим;
- одамлар ҳақидаги шахсий маълумотларини фақат уларнинг розилиги билан эълон қилиш мумкин.

Ахборот хизмати ходими ахлоқ **меъёрларини** бузган ҳолда, кўпинча қонунчиликни ҳам бузади. Ахборот хизматининг самарали ишлаши учун ахборот хизмати ходимларининг турли вазиятларда ўзини тутиш маънавий-ахлоқий меъёрларини ўз ичига олган ички қоидаларни қабул қилиш тавсия этилади. Ходимнинг қабул қилиш вақтида лавозим бўйича йўриқнома билан бирга уни мазкур ахлоқий қоидалар билан ҳам таништириш лозим. Ахлоқий қоидалар ахборот хизматининг муваффақиятларига кўмаклашади, хизмат ходимлари ва фуқаролар билан муносабатларни тартибга солади.

АХБОРОТ ХИЗМАТИДА ҚУЙИДАГИ МАВЗУГА ОИД ЖИЛДЛАР БЎЛИШИ КЕРАК:

- “Ўзбекистон Республикасининг норматив-ҳуқуқий ҳужжатлари: Олий Мажлис палаталарининг қарорлари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонлари, қарорлари, фармойишлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, фармойишлари ва ҳоказолар”;
- “Ҳокимнинг буйруқлари ва қарорлари”;
- “Медиа-режа” (ҳокимлик ахборот фаолиятининг режа ва тактикалари);

• “Фуқаролар ва ОАВнинг сўровлари” (фуқаролар ва ОАВнинг барча мурожаатлари мазкур жилдда ахборот хизматининг тегишли жавоблари билан сақланиши керак);

- “Бошқа кирувчи ҳужжат ва хатлар”;
- “Бошқа чиқувчи ҳужжат ва хатлар”;
- “Ҳисоботлар” (жумладан, ҳокимлик раҳбариятининг сўрови бўйича);
- “ОАВ мониторинги”;
- Ва йўналишлар устуворлиги бўйича бошқалар.

Мазкур жилдларнинг барчаси қоғоз ва/ёки электрон кўринишда доимий тартибда юритилиши зарур. Ҳужжатлар келиб тушиши, тадбирларни ўтказишга кўра уларни ўз вақтида жойлаштириш, шунингдек, уларни хронологик тартибда рўйхатга олиш ҳужжатларни тўғри юритишнинг муҳим шарти ҳисобланади.

! Сканер қилинган ҳужжатларни шахсий компьютерда электрон кўринишда, ахборот хизмати бош серверида вақти-вақти билан такрорлаган ҳолда сақлаш тавсия қилинади. Бу ахборот хизмати учун қоғоз харажати тежашига имкон беради, қоғоз шаклида архивлаштиришни талаб қилмайди.

3. АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИНИНГ ФУҚАРОЛАР ВА ЖУРНАЛИСТЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИГИ

Ахборот хизматининг журналистлар, фуқаролар, давлат хизматчилари билан ўзаро муносабатлари – ахборот хизмати ишининг муваффақияти ёки муваффақиятсизлигини белгилаб берувчи асосий жиҳатлардир.

Мазкур бобда ахборот турлари ва шаклларининг батафсил таснифи, ҳокимликларнинг фуқароларга тақдим этиши шарт бўлган очиқ ахборотнинг тўлиқ рўйхати берилган бўлиб, улар ахборот хизмати ишини ташкил этишда амалий ёрдам беради. Ахборот хизмати ходимлари учун

Давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари, фуқароларнинг ўзини ўзи бошқариш органлари, жамоат бирлашмалари ва бошқа нодавлат нотижорат ташкилотлари жамият манфаатларига тааллуқли воқеалар, фактлар, ҳодисалар ва жараёнлар тўғрисида қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда оммавий ахборот воситаларига хабар бериши шарт.

Манба: Ўзбекистон Республикаси “Ахборот эркинлиги таъминллари ва кафолатлари тўғрисида”ги 439-П-сонли Қонунининг 8-моддаси 2-қисми (12.12.2002 й).

аудитория турларининг таснифи, ахборотни тақдим этиш билан боғлиқ мисолларни билиш жуда муҳимдир. Бўлимда медиа-карталарни тузиш, ахборотни тўғри ва нотўғри тақдим этиш намуналари берилган. Мисоллар ахборот хизмати ходимларига ўзларининг билим ва кўникмаларини такомиллаштиришда ёрдам беради. Журналист ва ахборот хизмати ходими фаолиятидаги фарқни тушуниш ишонч билан ишлаш ва кўп учраб турадиган хатоларга йўл қўймаслик имконини беради. Аудитория билан мулоқот қилиш борасидаги тавсиялар орқали янада самарали фаолият юритиш учун оптимал коммуникация каналини танлаш кўникмаси шакллантирилади. Бўлимда журналистларни аккредитация қилишнинг норматив-ҳуқуқий базаси кўрсатилган ва уни ўтказиш бўйича маслаҳатлар ҳам берилган.

3.1. ДАВЛАТ ОРГАНЛАРИ ТЎҒРИСИДАГИ МАЪЛУМОТЛАРНИ ТАҚДИМ ЭТИШ ШАКЛЛАРИ

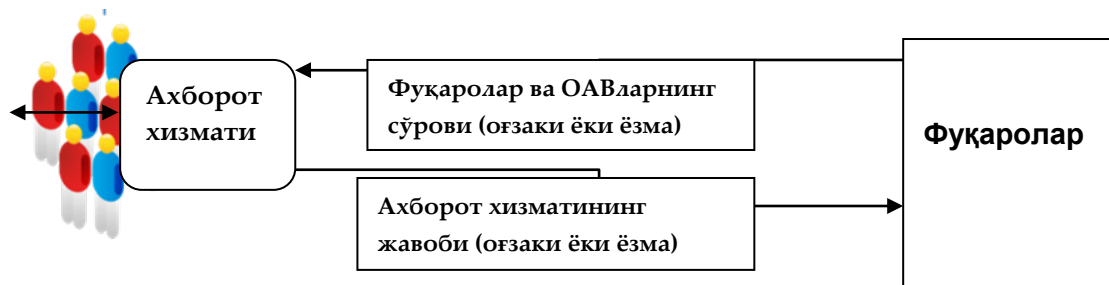
Ўзбекистон Республикаси фуқароларининг фикрлаш, сўз ва эътиқод эркинлиги ҳуқуқи ҳар ким ўзи истаган ахборотни излаш, олиш ва уни тарқатиш ҳуқуқига эгалитини ўз ичига олади, амалдаги конституциявий тузумга қарши қаратилган ахборот ва қонун билан белгиланган чеклашлар бундан мустаснодир.

Давлат органлари ҳар бир шахсга унинг ҳуқуқ ва манфаатларига дахлдор бўлган ҳужжатлар, қарорлар ва бошқа материаллар билан танишиб чиқиш имкониятини яратиб бериши лозим. Ахборотни олиш қонунчилик ҳужжатлари ва тегишли материалларни эълон қилиш ва тарқатиш йўли билан таъминланади⁶.

4-чизма. Ахборот хизматининг ахборотни тақдим этиш бўйича фуқаролар билан ўзаро муносабатлари модели

Давлат
органлари

⁶ Ўзбекистон Республикаси “Ахборотни олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида”ги 401-І-сонли Қонунининг 7-моддаси (24.04.1997 й.).



Давлат ҳокимлик ва бошқарув
 органлари фаолияти
 тўғрисидаги
 ахборот барча учун
 очикдир

Фуқароларнинг
 сўровларини олиш ва
 ишлаш ахборот хизматининг

жамоатчилик билан қайта алоқа ўрнатишнинг механизмини ташкил этади. Мазкур сўровлар бўйича ахборот хизматининг жавоблари аризачи ёки ахборот мўлжалланган аудиториянинг истаги ёки уларга афзаллигидан келиб чиққан ҳолда ҳам ёзма, ҳам оғзаки бўлиши мумкин. Ахборот хизматлари ахборотни расмий жавоб хатлари, ОАВдаги хабарлар ёки ҳокимликнинг расмий сайти орқали ҳам тақдим этиши мумкин. Оғзаки тарздаги жавоб шаклларига бевосита ҳокимликнинг ваколатли вакиллари иштирокидаги учрашув ва тадбирлар, телефон орқали ёки ҳокимнинг оммавий чиқишлари ҳамда ҳоким ва ахборот хизматининг аҳоли билан учрашувлари вақтидаги жавобларини киритиш мумкин.

! Фуқароларнинг оғзаки мурожаатлари ва уларни кўриб чиқиш натижалари рўйхатдан ўтказилиши керак. Бунда фуқаролар мурожаатлари қуйидаги ахборотни ўз ичига олиши шарт:

- фамилия, исми, отасининг исми;
- фуқаронинг турар жойи тўғрисидаги маълумот;
- таклиф, ариза ёки шикоят моҳиятининг баёни.

Мазкур маълумотлари йўқ бўлган мурожаатлар аноним ҳисобланади ва кўриб чиқилмайди.

Ахборот хизмати ходимлари ўз фаолиятида ахборот турлари, яъни, аудио-, электрон ва матнли ахборотлардан моҳирлик билан уларни жамлаш ва ўз ўрнида фойдаланиш орқали ишида янада юқори самарадорликка эришишлари мумкин. Бирор ҳудуд бўйича ахборот хизмати ходимлари ташаббуси билан тайёрланган, соддалаштирилган кўринишдаги график (жадваллар, фотосуратлар) матнли, рақамли (статистик маълумот) ахборотни ўз ичига олган мақолалар орқали шу вилоятда у ёки бу сектор ривожланганлиги ҳақида тўлиқ тасаввурга эга бўлиш мумкин.

Бундай чиқишлар, “жонли мулоқот”лар, маҳаллий телевидение ва радио орқали берилган интервьюлар аҳоли ва ҳокимлик ўртасидаги ишончли муносабатни мустаҳкамлаши мумкин.

Ахборот хизмати ходимлари томонидан ҳокимлик фаолияти тўғрисида тарқатиладиган барча ахборотлар **объектив, долзарб, ишончли ва фойдаланиш учун қулай** бўлиши керак.

Ахборотнинг объективлиги

Объектив ахборот – бу бирон-бир шахснинг фикрига боғлиқ бўлмаган ахборотдир. У аниқ бир субъект тўғрисида ҳар хил фикр-мулоҳазаларни ўз ичига олмаслиги керак.

Жиззах вилояти ҳокимлигининг расмий веб-сайтидан олинган маълумот.

ТИББИЁТ ХОДИМЛАРИ УЧУН ТУРАР ЖОЙ

“Мамлакатимиз Президентининг 1998 йил 10 ноябрдаги “Ўзбекистон Республикаси соғлиқни сақлаш тизимини ислоҳ қилиш Давлат дастури тўғрисида”ги 2107-сонли Фармонига мувофиқ ҳаётга босқичма-босқич жорий қилинаётган тиббиёт соҳасидаги ислохотлар ўзининг ижобий натижаларини бермоқда.

Аҳолига малакали тиббий хизмат кўрсатиш ва профилактика тадбирлари самарадорлигини оширишда соғлиқни сақлаш қуйи бўғинларининг роли **жуда катта бўлмоқда.**

Жиззах вилоятида мазкур даволаш муассасаларининг моддий-техник базаси мустаҳкамланмоқда, тиббий хизмат сифати яхшиланмоқда.

Минтақанинг 175 та тургун тиббий шохобчаларида ҳозирда 299 та шифокор меҳнат қилмоқда. Тургун тиббий шохобчаларини малакали кадрлар билан тўлдириш учун ҳукумат ҳужжатига мувофиқ қишлоқ жойларда намунали лойиҳалар бўйича якка тартибдаги турар-жойлар қурилмоқда.

Хусусан, Жиззах туманида жойлашган “Ардошхон” тургун тиббий шохобча ходимлари учун 4 хонали коттеж қурилиб, уларда пудратчи – “Уй-жой таъмир” сервис маркази жамоаси томонидан пардозлаш ишлари якунланмоқда. Зомин тумани ҳокимининг қарорига мувофиқ, “Қизилой” тургун тиббий шохобча шифокори учун тайёр коттеж сотиб олинган. Бу ерда ҳам охирги ишлар тугалланмоқда. Шунингдек, вилоятнинг Арнасой, Баҳмал, Ғаллаорол, Фориш ва

Янгиобод туманларида ҳам қишлоқ шифокорлари учун уй-жой қурилиши яқунланмоқда.

Маслаҳат: Материалларни тайёрлашда ортиқча кўтаринки руҳдаги ва орттирма даражали сўзларни ишлатишдан ўзингизни тийинг: жаҳон андозалари даражасида, жуда ҳам гўзал, ажойиб, улкан, олий даражада, энг... ва ҳоказо.

Ахборотнинг ишончилиги. Агар ахборот вазиятнинг асл ҳолатини акс эттирса, у ишончлидир. Бундай ахборот объектив ҳам, субъектив ҳам бўлиши мумкин. Жиззах вилояти ҳокимлигининг айнан шу <http://www.jizzax.uz> сайтида, шу жумладан, қуйидаги ахборот ҳам бор. У тадбиркорликни лицензиялаш ва давлат томонидан тартибга солиш масаласига тааллуқлидир:

“Лицензиялар вилоят ҳокимликлари томонидан тўртта йўналиш бўйича берилади:

1. Алкоголли маҳсулот билан чакана савдони амалга ошириш ҳуқуқини рухсат берувчи гувоҳнома.

2. Ўзбекистон Республикаси ҳудудида ва унинг ташқарисида гастроль-концерт фаолиятини амалга ошириш, никоҳ, юбилей ва бошқа тантаналарга концерт хизмати кўрсатиш, грампластинкалар, видеокассеталарни ишлаб чиқариш, ёзиш, нусха кўчириш ва сотиш бўйича фаолиятига.

3. Нефть маҳсулотларини сотиш фаолиятига.

4. Улгуржи савдони амалга ошириш фаолиятига...”

Ахборотнинг тўлақонлиги. Ахборот вазиятни тушуниш ва қарор қабул қилиш учун етарли бўлган тақдирда, уни тўлақонли, деб айтиш мумкин. Тўлиқсиз ахборот хато хулосага олиб келиши мумкин. Бундай ҳолатда ҳокимликнинг обрўсига зарар етказадиган мақолалар пайдо бўлиши ҳам мумкин. Уларни қуйида берилган мисоллар билан солиштиринг:

“Ўзбекистон Республикаси Мустақиллигининг 20 йиллигини муносиб кутиб олишга тайёргарлик, аҳоли орасида меҳрибонлик ва ўзаро тотувлик, ижтимоий қўллаб-қувватлаш, бегараз ёрдам кўрсатиш каби миллий қадриятларни янада мустаҳкамлаш шунингдек, маҳалла, аҳоли яшаш жойлари ҳудудларини ободонлаштириш ва тозалаш бўйича ишларни амалга ошириш, барча ҳудудларнинг санитария ҳолатини яхшилаш шунингдек, Вазирлар Маҳкамасининг 2011 йил 4

августдаги 493-ф-сонли фармойишини бажариш мақсадида ўтган душанба 8 август кунини Жиззах вилояти ҳокими С. А. тегишли фармойиш имзолади.

Мазкур ҳужжатда Республика Маҳалла хайрия жамғармаси, Камолот ЁИХ, шунингдек, Халқ таълими вазирлиги, Олий ва ўрта-махсус таълим муассасалари, давлат ҳокимлиги органлари ходимлари ҳамда жамоатчилик вакилларининг август ойида ҳудудларни ободонлаштириш ва тозалаш ойлиги, жорий йилнинг 13-14 августидан эса –хайрия хашарини ўтказиш тўғрисида ташаббус маъқулланди. Мазкур фармойишга мувофиқ, келаси шанба ва якшанба – 13-14 август кунлари вилоятимиз шаҳар ва қишлоқлари, меҳнат жамоаларида хайрия хашари ўтказилади. Жиззах шаҳри ва тумани ҳокимликлари зиммасига бир ҳафта давомида вилоят ҳокимлигига ўтказилган иш тўғрисида ахборотни тақдим этиш вазифаси юкла-тилди. Хашар муносабати билан бошқарма, муассаса, ташкилот ва меҳнат жамоалари ходимларининг бир кунлик иш ҳақи ихтиёрий тарзда “Маҳалла” хайрия жамғармаси вилоят бўлинмасининг ҳисобрақамига (ҳ/р 00000000000000000000, МОЮ: 000000, ИНН: 0000000000 “Банк”да) ўтказилиши белгилаб қўйилган. Вилоят ички ишлар бошқармаси (А.А.)га ҳудудларни ободонлаштириш ва тозалаш ойлиги давомида ва айниқса умумхалқ хайрия хашари кунларида жамоат тартибини сақлаш ва унга риоя қилиш ҳамда ёнгин хавфсизлигини таъминлаш бўйича барча зарур чоралар кўриш, шунингдек, бу ишларда фойдаланиладиган техник воситалар яроқлилигини алоҳида назорат қилиш топширилган. Вилоят телерадиокомпанияси (Э.Э.), “Жиззах ҳақиқати” – “Джизакская правда” газеталари таҳририяти (С.Сафаров) ҳамда барча оммавий ахборот воситаларига ҳудудларни ободонлаштириш ва тозалаш ойлиги ва хайрия хашари жараёнини кенг ёритиб бориш тавсия қилинган. Мазкур фармойиш бажарилишини назорат қилиш вилоят ҳокимининг ўринбосарлари Б.Б. ва К.Кга юклатилган”.

Юқорида баён қилинган матнда стилистик, орфографик хатоларга йўл қўйилган бўлиб, уни ўзлаштириш қийин.

Фарғона вилоят ҳокимлигининг расмий сайти

СПОРТ ФЕСТИВАЛИ

Қувасойдаги Арсиф қишлоғида Ўзбекистон мустақиллигининг навбатдаги юбилейига бағишланган хотин-қизлар ўртасида спорт фестивалининг вилоят босқичи ўтказилди. Унда корхона, ташкилот ва муассасаларнинг спортга қизиққан ходималаридан ташкил топган шаҳар ва туманлар терма жамоалари иштирок этдилар.

Фестиваль соғлом турмуш тарзини шакллантириш, хотин-қизлар соғлигини мустаҳкамлаш, уларнинг ижтимоий фаоллигини ошириш, хотин-қизларни жимоний тарбия ва спорт билан машғулотларга кенг жалб қилиш мақсадида ўтказилмоқда.

Маҳаллий болалар ва ўсмирлар спорт мажмуасида ўтказилган фестивалнинг очилиш маросимида вилоят ҳокими ўринбосари, вилоят Хотин-қизлар қўмитасининг раиси М.Х., “Соғлом авлод учун” журналининг бош муҳаррири М.Ю., Қувасой шаҳар ҳокими А.З. ва бошқалар сўзга чиқди. Улар инсон ҳаётида спортнинг тутган ижобий роли тўғрисида гапирдилар.

Аёллар спортнинг волейбол, енгил атлетика, стол тенниси, шахмат турларида куч синашдилар...

- Фестиваль доирасидаги бўлиб ўтган спорт мусобақалари, шубҳасиз, аёллар саломатлигини мустаҳкамлашга кўмаклашади, - деб таъкидлади Бешариқ тумани терма жамоаси аъзоси, тиббиёт бирлашмасининг физиотерапия бўлими массажисти Д.М. – Мен тиббий ходим сифатида аёл организми учун спортнинг фойдасини яхши биламан. Мазкур фестивалда йилдан-йилга иштирок этаётган хотин-қизлар сони ортиб ошиб бораётганлиги қувонарлидир ва бу бизда хотин-қизлар спорти ривожланаётганлигидан далолат беради.

Мусобақа якунига кўра, умум жамоа ҳисобида биринчи ўрин Тошлоқ тумани терма жамоасига берилди. Иккинчи ўринни – Қўқонлик спортчилар, учинчи ўринни эса Учкўприк тумани вакиллари эгаллади.

Ҳ. Н.,

30.07.2012 й.

Мазкур хабар воқеа, унинг мақсади, вазифалари тўғрисида ҳисобот ҳисобланади. Шу билан бирга хабар тушунарли тилда ўз ичига ортиқча маълумот ва муаллифларнинг мулоҳазаларини олмаган ҳолда тайёрланган.

Ахборотнинг долзарблиги – бу унинг айтилган пайтдаги аҳамияти ва муҳимлиги билан белгиланади. Фақат ўз вақтида берилган ахборот инсон ва умуман жамият учун фойдали бўлиши мумкин. Эскирган ахборот долзарблигини йўқотади ва кўп даражада фойдасиз ҳисобланади.

Бунга Тошкент шаҳар ҳокимлигининг <http://toshkent.uz> расмий веб-сайтидан мисол келтириш мумкин:

“Тошкент шаҳар ҳокимлигида фуқароларни қабул қилишни ташиқ этиш тўғрисида:

- Тошкент шаҳар ҳокимлигида фуқароларни қабул қилиш Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси, Ўзбекистон Республикасининг “Фуқароларнинг муурожаатлари тўғрисида”ги 446-П-сонли Қонуни (13.12.2002 йил янги таҳрирда), шунингдек, шаҳар ҳокимининг 2009 йил 5 мартдаги 42-сонли қарори ҳамда ҳокимликнинг 2007 йил 2 февралдаги 1-сонли регламентиға мувофиқ ташиқ этилган.

- Бугунги кунда шаҳар фуқаролари шахсан шаҳар ҳокими томонидан тасдиқланган “Фуқароларни қабул қилиш жадвали”ға мувофиқ шаҳар ҳокими ва унинг ўринбосарлари томонидан белгиланган кун ва соатларда белгиланган хонада қабул қилинмоқда.

- Фуқароларни ҳоким ва унинг ўринбосарлари қабулиға ёзиб қўйиш ҳокимлик аппарати Ишлар бошқармасининг умумий масалалар бўйича бош мутахассиси томонидан амалға оширилади.

Шаҳар ҳокими ва унинг ўринбосарлари қабулиға ёзилиш истагини билдирган фуқаролар ўзлари билан паспорт ёки шахсини тасдиқловчи бошқа ҳужжат, шунингдек, фуқароларнинг мазкур муурожаат юзасидаги унга дахлдор бирламчи идора ва муассасаға қилган муурожаатини тасдиқловчи маълумотға эға бўлиши шарт.

- Ўзбекистон Республикаси “Фуқароларнинг муурожаатлари тўғрисида”ги Қонунининг 6-моддасиға мувофиқ, фамилия, исм, манзил кўрсатилмаган, ёлгон

маълумотлар, шунингдек, сохта имзоли мурожаатлар аноним ҳисобланади ва кўриб чиқилмайди”.

Мазкур ахборот фуқароларни қабул қилиш тартиби ва қоидалари тўғрисида хабардор этади ҳамда тегишли қонунчилик ҳужжатларини ҳавола қилади.

Ахборотнинг фойдалилиги ёки қимматлилиги. Ахборот фойдалилиги уни фуқаролар учун қимматлилиги билан белгиланади. Ҳокимликка мурожаат қилган ҳар бир фуқаро ўзини қизиқтирган саволга жавоб олиши керак. Ахборот хизматлари орқали тарқатиладиган ахборот аҳолининг ҳуқуқий онгини ошириш ва ахборот маданиятини шакллантиришга хизмат қилиши керак. Шу муносабат билан, Жиззах вилояти ҳокимлигининг <http://www.jizzax.uz> расмий веб-сайтидан мисол келтириш мумкин:

ФУҚАРОЛАР МУРОЖААТЛАРИНИ КЎРИБ ЧИҚИШ

Вилоят ҳокимлиги аппаратида фуқароларнинг оғзаки ёки ёзма шаклдаги ариза, таклиф ва шикоятлари билан ишлаш ҳамда фуқароларни қабул қилиш Ўзбекистон Республикасининг “Фуқароларнинг мурожаатлари тўғрисида”ги Қонуни ва вилоят ҳокими томонидан тасдиқланган “Жиззах вилояти ҳокимлигида фуқароларнинг мурожаатларини кўриб чиқиш ва уларни қабул қилиш тартиби” асосида амалга оширилади.

Фуқароларнинг мурожаатлари билан ишлаш учун жавобгарлик ҳоким ўринбосарлари, умумий бўлим, гуруҳ раҳбарлари ва котибият мудирларига юклатилади.

Вилоят ҳокимлигида фуқароларни қабул қилиш вилоят ҳокими, ҳоким ўринбосарлари, ҳокимлик аппаратининг котибият, бўлим ва гуруҳлар раҳбарлари томонидан фуқароларни қабул қилиш хонасида ўтказилади. Ҳар бир фуқаро қабул қилинганидан сўнг қабул қилиш карточкаси расмийлаштирилади. Унда фуқаронинг фамилияси, исми, отасининг исми, турар жойи тўғрисидаги маълумот, фуқаро мурожаатининг қисқача моҳияти кўрсатилади. Қабул қилиш карточкаси умумий бўлимда рўйхатдан ўтказилади. Қабулда кўтарилган муаммо тегишли ижрочилар кўриб чиқиши учун берилади ва назорат ҳокимлик аппаратининг тегишли бўлими ҳамда шахсан умумий бўлим раҳбари томонидан амалга оширилади.

Ариза ва шикоятлар вилоят ҳокимлигига келиб тушган кундан бир ойгача муддатда, қўшимча ўрганиш ва текширувни талаб қилмайдиган ариза ва шикоятлар эса – 15 кундан кечикмасдан кўриб чиқилади.

Ҳар кун куннинг охирида умумий бўлим мудир фуқароларнинг мурожаатлари рўйхатга олинишини ва улар бўйича олиб борилган ишни таҳлил қилади, қонунчилик бузилишига йўл қўймаслик чораларини кўради. Ҳар ой якуни бўйича фуқаролардан келиб тушган мурожаатларни умумлаштиради ва уларни мазмунига кўра таҳлил қилади. Таҳлилий маълумотлар ҳоким соати ва аппарат йигилишлари муҳокамасига олиб чиқилади.

Фуқароларнинг мурожаатлари билан ишлаш учун масъул шахс:

Ғ. А.

Вилоят ҳокимлиги аппарати умумий бўлимининг бош мутахассиси

Мурожаат учун телефон: 000-00-00, e-mail: name@mail.uz

3.2. АҲОЛИГА ТАҚДИМ ЭТИЛАДИГАН АХБОРОТ ТУРЛАРИ

Жойлардаги давлат ҳокимлиги ва бошқаруви органлари томонидан аҳолига тақдим этиладиган ахборот турлари Ўзбекистон Республикасининг қонунлари ва қонуности ҳужжатлари билан тартибга солинади.

Ўзбекистон Республикасининг қонунчилигига мувофиқ, вилоятлар, шаҳар ва туманлар ҳокимликлари қуйидаги очиқ ахборот турларини тақдим этади:

Ҳокимликлар тузилмаси ва фаолияти тўғрисида:

✓ ҳокимликлар тузилмаси, таркиби, функциялари, вазифалари, ваколатлари ва асосий фаолияти тўғрисида (ҳокимликнинг ҳуқуқий мақомини, жумладан, ҳокимлик, унинг тузилмавий бўлинмалари ҳамда бўйсунувчи ташкилотларнинг ташкилий тузилмаси, функциялари ва вазифаларини белгилаб берувчи меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар);

✓ ҳокимлик фаолият соҳасида ҳукумат ва давлат органлари томонидан қабул қилинган дастурлар тўғрисида (номи, мақсадлари, асосий вазифалари, буюртмачилари, бош бажарувчилари, амалга ошириш муддатлари ва кутилаётган натижалари);

✓ ҳокимликларда фуқароларнинг мурожаатларини кўриб чиқиш тартиби тўғрисида (фуқароларнинг аризалари, шикоятлари ва бошқа мурожаатларини қабул қилиш тартиби тўғрисидаги ахборот, масъул шахслар);

✓ воқеалар ва фаолияти тўғрисида, кадрлар ва тузилмавий ўзгартиришлар, қабул қилинган қарорлар, режалаштирилаётган ва ўтказилган тадбирлар тўғрисидаги хабарлар;

✓ режалаштирилаётган тадбир (йиғилишлар, кенгашлар, учрашувлар, матбуот анжуманлари, семинарлар, брифинглар, давра суҳбатлари ва бошқалар) тўғрисида, бунда манфаатдор юридик ва жисмоний шахсларнинг иштирок этиши кўзда тутилади;

✓ ҳокимлик раҳбарлари ва ўринбосарлари тўғрисида (раҳбар ва ўринбосарнинг қисқа таржимаи ҳоли, фотосурати), ташриф буюрувчиларни қабул қилиш кунлари ва соатлари, боғланиш учун маълумот (телефон, факс рақамлари, почта ва электрон манзили);

✓ бўш иш ўринлари ва ҳокимликка ишга қабул қилишнинг шартлари тўғрисида;

✓ ҳокимликнинг давлат органлари, юридик ва жисмоний шахслар, шунингдек, хорижий ва халқаро ташкилотлар билан ўзаро муносабатлари ҳаракати тўғрисида;

✓ амалга оширилишида ҳокимлик иштирок қилаётган халқаро шартномалар тўғрисида;

✓ ҳоким ва халқ депутатлари Кенгаши томонидан қабул қилинган меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўғрисида;

✓ ҳоким ва халқ депутатлари Кенгашларининг ўз кучини йўқотган меъёрий--ҳуқуқий ҳужжатлари тўғрисида;

✓ ҳокимлик, унинг ташкилотлари томонидан ўтказиладиган товарларни етказиб бериш (ишларни бажариш, хизматлар кўрсатиш) бўйича ўтказилган очиқ танлов (тендерлар) ва ким ошди савдолари тўғрисида.

Ҳудудларни ривожлантириш тўғрисида:

✓ ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш бўйича комплекс дастурлар тўғрисида;

✓ халқ ҳўжалиги соҳаларида ислоҳотларни чуқурлаштириш ҳамда халқ фаровонлигини ошириш бўйича ҳукумат ва ҳудудий дастурларни амалга ошириш тўғрисида;

✓ фуқароларнинг ижтимоий ва ҳуқуқий ҳимояси тўғрисида;

✓ ҳудудни ривожлантиришнинг истиқболли дастурлари, туман, шаҳарнинг бош режаси ва уни қуриш қоидалари тўғрисида;

✓ маҳаллий солиқлар ва бошқа мажбурий тўловларнинг миқдори, маҳаллий солиқлар бўйича тақдим этиладиган имтиёзлар тўғрисида;

✓ маҳаллий бюджетнинг ижроси бўйича ҳисобот тўғрисида;

✓ табиий ва меҳнат ресурсларидан оқилона фойдаланиш, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида.

Иқтисодиёт, тадбиркорликни ривожлантириш ва инвестицияларни жалб қилиш тўғрисида:

- ✓ тадбиркорликни давлат томонидан тартибга солиш тўғрисида:
- ✓ мамлакат ва минтақада хусусий тадбиркорлик ва кичик бизнесни ривожлантириш тўғрисида;
- ✓ бизнесни режалаштириш ва бошқариш, тадбиркорликни ривожлантиришнинг молиявий-кредит жиҳатдан қўллаб-қувватлаш масалалари бўйича;
- ✓ хусусий тадбиркорлик субъектларини рўйхатга олиш тартиби ва тадбиркорлик субъектлари, жумладан, хорижий инвестициялар иштирокидаги корхоналарни рўйхатга олиш учун зарур бўлган ҳужжатлар рўйхати тўғрисида;
- ✓ тадбиркорлик субъектларига солиқ солиш тартиби тўғрисида;
- ✓ тадбиркорлик субъектлари учун берилган солиқ имтиёзлари ва преференциялари тўғрисида;
- ✓ тадбиркорлик субъектларини тугатиш тартиби тўғрисида;
- ✓ хусусий тадбиркорлик субъектлари учун лицензияланадиган фаолият турларининг рўйхати тўғрисида;
- ✓ алкоғолли маҳсулотлар билан савдони амалга ошириш бўйича фаолиятни лицензиялаш тартиби тўғрисида;
- ✓ автомобиль ёқилғиси билан савдони амалга ошириш бўйича фаолиятни лицензиялаш тартиби тўғрисида;
- ✓ грампластинкалар, аудиокассеталар ва лазерли дискларни ишлаб чиқиш, ишлаб чиқариш, ёзиш, нусха кўчириш ва сотиш бўйича фаолиятни лицензиялаш тартиби тўғрисида;
- ✓ улгуржи савдони амалга ошириш бўйича фаолиятни лицензиялаш тартиби тўғрисида;
- ✓ бошқа фаолият турларини лицензиялаш тартиби тўғрисида;
- ✓ мол-мулки реализация қилинадиган ночор иқтисодий субъектлар рўйхати тўғрисида;
- ✓ ер муносабатларини тартибга солиш тартиби тўғрисида;

✓ республика ва минтақанинг инвестиция салоҳияти, шунингдек, инвесторлар учун имкониятлар, имтиёзлар ва преференциялар тўғрисида, амалдаги вазият ҳамда устувор инвестиция лойиҳаларини кўрсатган ҳолда;

✓ йиллар ва соҳалар бўйича хорижий инвестициялар ҳажми тўғрисида;

✓ қишлоқ хўжалигида амалга оширилаётган иқтисодий ислоҳотларнинг натижалари, туманлар бўйича қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг асосий турларини ишлаб чиқаришнинг ҳолати тўғрисида;

✓ капитал қурилишда иқтисодий ислоҳотларнинг бериши тўғрисида;

✓ мавжуд маршрутлар ва транспорт хизматларини ташкил этиш бўйича фуқароларнинг таклифларини қабул қилиш тўғрисида;

✓ минтақа аҳоли пунктларининг бош режасини ишлаб чиқиш жараёни тўғрисида;

Ижтимоий соҳа тўғрисида:

✓ жамоат истироҳат боғлари тўғрисида;

✓ ҳайвонот боғлари, давлат қўриқхоналари, табиат ёдгорликлари тўғрисида;

✓ Ҳаж ва Умра зиёратларини амалга оширишни ташкил этиш тартиби тўғрисида;

✓ оммавий тадбирларни ўтказиш учун мўлжалланган объектлар рўйхати тўғрисида;

✓ оммавий тадбирларни ўтказиш устидан назорат бўйича комиссиянинг ишлаш тартиби ҳамда оммавий тадбирларни ўтказиш учун рухсат бериш қоидалари тўғрисида;

✓ фарзандларни тарбиялаш, уларни ишга жойлаштириш, соғлигини мустаҳкамлаш, воятга етмаганларни қаровсиз қолдиришни ва улар ўртасидаги қоидабузарликларнинг олдини олиш, уларнинг ҳуқуқ, эркинлик ва қонуний манфаатларини муҳофаза қилиш тўғрисида;

Халқ депутатлари ва ўзини ўзи бошқариш органларининг Кенгаши тўғрисида:

✓ сессия белгиланган кун ҳамда халқ депутатлари маҳаллий Кенгаши сессиясининг кун тартибига қўйиладиган масалалар тўғрисида;

✓ халқ депутатлари Кенгашининг регламенти, халқ депутатлари Кенгашининг доимий ва бошқа комиссиялари тўғрисидаги низомлар ҳақида;

✓ ўзини ўзи бошқариш органларининг фаолият соҳасига кирадиган масалалар бўйича чорак ҳисоботлари тўғрисида;

Коммунал хизматлар тўғрисида:

✓ иссиқ сув таъминоти ва иситиш хизматлари учун ҳақ тўлаш тартиби тўғрисида;

✓ иссиқ сув таъминоти истеъмоли ҳисоблагичларини ўрнатиш шартлари тўғрисида;

✓ иссиқ сув таъминоти истеъмолчилари билан ишлаш бўйича давлат хизматларининг телефон рақамлари тўғрисида;

✓ иссиқ сув таъминоти истеъмолчисини ҳисобга қўйиш ва ҳисобдан чиқариш тартиби тўғрисида;

✓ иссиқ сув таъминоти истеъмолчисини ҳисобга қўйиш ва ҳисобдан чиқариш учун талаб қилинадиган ҳужжатларни рўйхатдан ўтказиш ва олиш тартиби тўғрисида;

✓ иссиқ сув таъминоти истеъмолчисини ҳисобга қўйиш ва ҳисобдан чиқариш учун ҳужжатларни расмийлаштириш жараёнида тўлдирилиши керак бўлган барча шакллар тўғрисида;

✓ юридик ва жисмоний шахслар учун иссиқ сув таъминоти хизматлари учун тарифлар тўғрисида;

✓ ахлатни чиқариб ташлаш хизматлари учун ҳақ тўлаш тартиби тўғрисида;

✓ ахлатни чиқариб ташлаш хизматлари истеъмолчилари билан ишлаш бўйича шаҳар хизматларининг телефон рақамлари тўғрисида;

✓ ахлатни чиқариб ташлаш хизматлари истеъмолчисини ҳисобга қўйиш ва ҳисобдан чиқариш тартиби тўғрисида;

✓ ахлатни чиқариб ташлаш хизматлари истеъмолчисини ҳисобга қўйиш ва ҳисобдан чиқариш учун талаб қилинадиган ҳужжатларни рўйхатдан ўтказиш ва олиш тартиби тўғрисида;

✓ ахлатни чиқариб ташлаш хизматлари истеъмолчисини ҳисобга қўйиш ва ҳисобдан чиқариш учун талаб қилинадиган ҳужжатларни расмийлаштириш жараёнида тўлдирилиши зарур бўлган барча шакллар тўғрисида;

✓ фойдаланувчиларнинг барча тоифалари учун ахлатни чиқариб ташлаш учун тарифлар тўғрисида;

✓ совуқ сув таъминоти ва канализация хизматлари учун ҳақ тўлаш тартиби тўғрисида;

✓ совуқ сув таъминоти истеъмоли ҳисоблагичларини ўрнатиш шартлари тўғрисида;

✓ совуқ сув таъминоти истеъмолчилари билан ишлаш бўйича шаҳар хизматларининг телефон рақамлари тўғрисида;

✓ совуқ сув таъминоти истеъмолчисини ҳисобга қўйиш ва ҳисобдан чиқариш тартиби тўғрисида;

✓ совуқ сув таъминоти истеъмолчисини ҳисобга қўйиш ва ҳисобдан чиқариш учун талаб қилинадиган ҳужжатларни рўйхатдан ўтказиш ва олиш тартиби тўғрисида;

✓ совуқ сув таъминоти истеъмолчисини ҳисобга олиш ва ҳисобдан чиқариш учун ҳужжатларни расмийлаштириш жараёнида тўлдирилиши зарур бўлган барча шакллар тўғрисида;

✓ юридик ва жисмоний шахслар учун совуқ сув таъминоти хизматлари учун тарифлар тўғрисида;

✓ уй-жой коммунал хўжалигида ишларнинг ҳолати, уй-жой коммунал хўжалигида ислохотларнинг асосий босқичлари ва хизматлар сифатини янада яхшилаш юзасидан кўрилаяётган чора-тадбирлар, коммунал хизматлардан фойдаланувчиларга яратилган учун имкониятлар ва шарт-шароитлар тўғрисида ва бошқалар.

3.3. ҲОКИМЛИКДАГИ АХБОРОТЛАРНИ ЙИҒИШ УСУЛЛАРИ

Ахборот хизмати ҳар бир бўлим ва ходимнинг функция ва вазифаларини аниқлаб олиш учун ҳокимлик тўғрисидаги ички низом билан пухта танишиб чиқиши лозим. Шундан сўнг ахборот хизмати ҳокимликнинг турли бўлимларидан мунтазам равишда олиши мумкин бўлган ахборотлар рўйхатини тузиши керак. Айни пайтда ҳам ташқи, ҳам ички ахборот манбаларидан фойдаланган ҳолда очиқ ахборотни йиғиш, ишлаш ва ошкор қилиш жараёнлари ҳокимнинг ахборот хизматининг мазкур фаолият турини белгилаб берувчи қарорида аниқ белгиланган бўлиши шарт.

Қуйида ахборот олишни ички ва ташқи мувофиқлаштириш бўйича иккита мисол келтирилган

Мисол	Сизнинг
1-мисол: Бошқа давлат органларидан ахборотни қандай олиш керак? Ҳокимликнинг интерактив хизматлари тўғрисида ахборот бўлимини тўлдириш зарурати юзага келганда, ҳокимлик томонидан бериладиган лицензияларни бериш жараёнлари тўғрисидаги ахборотни олиш лозим бўлади. Мисол учун грампластинкалар, аудиокассеталар ва лазерли дискларни ишлаб чиқиш, ишлаб чиқариш, ёзиш, нусха кўчириш ва сотиш бўйича фаолиятни лицензиялаш тартиби тўғрисидаги ахборот керак. Грампластинкалар, аудиокассеталар ва лазерли дискларни ишлаб чиқиш, ишлаб чиқариш, ёзиш, нусха кўчириш ва сотиш бўйича фаолиятни лицензиялаш тартиби бутун республика бўйича мажбурий ва ягона ҳисобланади, шу сабабли у республика аҳамиятидаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар таркибида мавжуд бўлади. Бу, ўз навбатида, мазкур турдаги ахборотни олиш учун ташқи манбага мурожаат қилиш кераклигидан далолат беради. Республика аҳамиятидаги норматив-ҳуқуқий ҳужжатни эълон қилиш мажбурий бўлиб, улар Ўзбекистон Республикасининг www.lex.uz Маълумотлар миллий базасининг ахборот-қидирув тизимида ҳам мавжуд. Шу тариқа, грампластинкалар, аудиокассеталар ва лазерли дискларни ишлаб чиқиш, ишлаб чиқариш, ёзиш, нусха кўчириш ва сотиш бўйича фаолиятни лицензиялаш тартибини ахборот-қидирув тизимидан олиш мумкин. Грампластинкалар, аудиокассеталар ва лазерли дискларни ишлаб чиқиш, ишлаб чиқариш, ёзиш, нусха кўчириш ва сотиш бўйича фаолиятни лицензиялаш Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши, вилоятлар ва Тошкент шаҳар комиссиялари томонидан амалга оширилади. Мазкур комиссияларга Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгашининг раиси, вилоятлар ва Тошкент шаҳар ҳокимларининг ўринбосарлари раҳбарлик қилади. Комиссия ишчи органи функцияларини Қорақалпоғистон	Мазкур органга ёзма ра сўраётган ахборотни ж қилиш керак. Бунда Ўз Вазирлар Маҳкамасини сонли қарорининг 2-ил аудиокассеталар ва лаз чиқиш, ишлаб чиқариш сотиш бўйича фаолият тўғрисидаги низомга и сўралаётган ахборот эл кераклиги, чунки Сиз у жойлаштиришингизни бўлади. Ахборотни ҳокимлик в тегишли қонунчиликка Сиз уни янгилаб туриш вақти-вақти билан www.lex.uz қилиб, тегишли ўзгарт боришингиз ёки грамп аудиокассеталар ва лаз чиқиш, ишлаб чиқариш сотиш бўйича фаолият комиссиянинг ишчи ор хатингизга қайд қилин ўзгартишларни юбори бандни киритишингиз

Республикасининг Маданият ва спорт ишлари вазирлиги, вилоятлар ва Тошкент шаҳрининг маданият ва спорт ишлари бошқармалари бажаради. Сиз қайд қилинган лицензиялаш тартиби тўғрисида ахборотни улардан олишингиз мумкин.

2-мисол: Жамоатчиликни ҳоким томонидан қабул қилинадиган меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўғрисида хабардор қилиш

Ҳокимнинг меъёрий-ҳуқуқий ҳужжат кучига эга бўлган қарорлари тўғрисидаги ахборот манбаси бўлиб ҳокимликнинг ўзи ҳисобланади. Демак, мазкур ахборотни ҳокимликни бошқарув аппаратининг ўзидан олиш мумкин. Жиззах ва Наманган вилоятлари ҳокимликларида охириги уч йил давомидаги ҳоким қарорларининг электрон маълумотлар базаси яратилган бўлиб, уларга кириш “Е-Нижат” тизими орқали амалга оширилади. Бунга ўхшаш электрон база йўқ бўлган тақдирда, Сиз ҳокимликнинг девонхонаси ёки умумий бўлимига мурожаат қилишингиз керак. Бунда шуни ёдингизда тутинг:

а) ҳоким қарорлари улар расман эълон қилинганидан бошлаб ўн кундан, башарти ҳужжатларнинг ўзида бошқа муддат кўрсатилган бўлмаса кейин кучга киради;

б) жойлардаги давлат ҳокимияти органларининг меъёрий -ҳуқуқий ҳужжатлари ҳокимликнинг расмий нашрларида эълон қилинади.

Ҳужжатнинг имзоланган нусхаси олинганидан сўнг, унинг сканер орқали кўчирилган версиясини ҳокимликнинг сайтида жойлаштириш ёки мазкур ахборотни сўраган аризачига жўнатиш мумкин.

Ҳокимлик қарорларига кўра
ўзгартиш ва қўшимчалар
ҳокимликнинг умумий с
билан доимий алоқани ў

Аудитория турлари

Ахборот хизмати ўзи ташкил қилинган ҳудуд/жой аҳолисига ахборотни манзилли тақдим этади. Шунга қарамасдан, қизиқишлари бўйича танланган кичик гуруҳлар билан алоқа жараёнлари муваффақиятли йўлга қўйилади.

! Ҳокимлик ахборот хизматида иш юритиш тўғрисидаги йўриқномани, жумладан, ахборотни йиғиш, фуқаролар ва **ОАВ**нинг ахборот сўровлари билан ишлашнинг усул ва тартибларини белгилаб олиш зарур.

Аҳоли ва қуйидаги ташкилотларнинг вакиллари ахборот хизматининг аудиторияси ҳисобланади:

- давлат органларининг;
- фуқаролик жамияти, сиёсий партиялар ва жамоат бирлашмалари институтларининг;
- оммавий ахборот воситаларининг;
- бизнес-тузилмаларининг.

Ҳар бир аудитория ўзига хос хусусиятлари ва эҳтиёжлари билан характерланади ва у билан мулоқотга киришишдан олдин буни чуқур ўрганиш зарур. Ахборотни олиш шакли борасида афзал томонларни эътиборга олиш муҳим.

2010 йилда Жиззах ва Наманган вилоятида ўтказилган сўров натижаларига кўра, 34 фоиз респондентлар телевидение орқали ахборот олишни маъқул кўришларини таъкидлашган.

Ўзбекистонда 2012 йилнинг биринчи чорагида Интернет фойдаланувчилар сони 9 млн. нафар кишидан **ортди**. 2012 йил июлида .UZ ҳудудида домен номларининг сони 15 мингтадан ошди.

Манба: <http://news.olam.uz/it/9206.html>

Аҳоли

Ахборот хизматининг асосий мақсадли аудиторияси ҳудуд аҳолиси ҳисобланади. Уни ишончли ахборот билан таъминлаш ҳокимлик фаолияти муваффақиятининг кафолати ҳисобланади. Ахборот хизмати ҳокимликнинг фаолияти тўғрисида аҳоли ва жамоатчиликни хабардор қилиш бўйича манзилли ишни ОАВ ва жамоатчилик алоқалари орқали амалга ошириши керак. Бунда, биринчи навбатда, ўзининг ижодий салоҳияти, ахборот хизмати, ўз веб-сайти, давлат (вилоят) ҳамда хусусий теле- ва радиоканалларининг имкониятлари ва бошқа манбалардан фойдаланилади. Шу билан бирга, аҳолининг қайси гуруҳини қайси турдаги ахборот қизиқтиришини аниқ билиш керак. Масалан, ёшлар телеканалида нафақаларни ҳисоблаб чиқаришнинг янги усули ҳақида гапиришнинг ҳожати йўқ.

Ахборот хизмати ходимлари аҳоли билан ишлаш вақтида қуйидагиларни бажариши керак:

ҳокимлик фаолиятининг йўналишлари, тадбирлар, қабул қилинадиган, ҳудуд аҳолисининг мулкӣ ёки бошқа, масалан, маданий ёки ижтимоий манфаатларига дахлдор бўлган қарорлар тўғрисида ўз вақтида хабардор қилиш;

фуқароларнинг ахборот хизматларига оғзаки ва ёзма шикоят ҳамда мурожаатларига тезкор жавоб қайтариш;

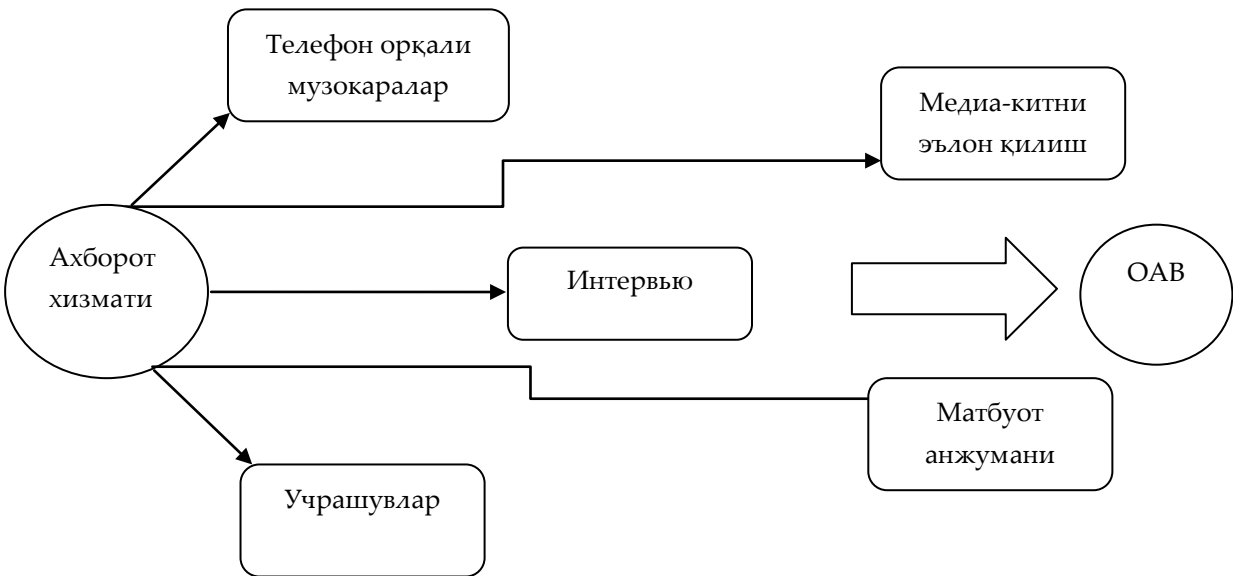
“Тезкор алоқа” воситаси орқали ҳокимликнинг расмий веб-сайти, ижтимоий тармоқлар орқали фуқаролар билан қайта алоқани йўлга қўйиш.

ОАВ ва журналистлар муҳим аудитория сифатида

Журналистлар билан ҳамкорлик самарали бўлиши учун, ахборот хизмати ходимлари аҳоли ўртасида ахборот тарқатишда ОАВнинг ролини тўғри тушуниши ва баҳолаши керак. Матбуот вакиллари билан мулоқот одоб доирасида бўлиши лозим. Ахборот хизмати ходимлари журналистлар учун очиқ бўлишлари зарур.

Ахборот хизмати республика ва маҳаллий ОАВнинг тўлиқ рўйхатини шакллантириб олиши зарур. Ахборот хизмати билан ҳамкорликдан энг кўп манфаатдор бўлган журналистларнинг қўшимча рўйхатига ҳам эга бўлиш керак. Бундай рўйхат матбуот релизлари ва бошқа ахборотни тарқатиш вақтида, шунингдек, ахборот хизмати томонидан ташкил этиладиган турли тадбирларга журналистларни таклиф этиш пайтида зарур бўлади.

5-чизма. Ахборот хизматларининг ОАВга мурожаат қилишининг асосий усуллари



ОАВга мурожаат қилишнинг асосий усулларига телефон орқали музокаралар, учрашувлар, интервью, медиа-кит материалларини эълон қилиш ва матбуот

! Материалларни муайян журналист ёки муҳаррирга жўнатиш, акс ҳолда улар бошқа, масалан реклама бўлимига тушиб қолиши ҳам мумкин. Журналист ахборотни олганлигига ишонч ҳосил қилинг. Қўшимча далил ва маълумотларни тақдим этишга тайёр бўлинг.

анжуманини киритиш мумкин. Таҳририятга қўнғироқ ва журналистга матбуот релизини жўнатишдан олдин у билан суҳбатлашиш матбуот релизларини оддийгина юборгандан кўра кўпроқ натижа беради. Ахборот хизмати ходимининг ташаббусига кўра журналист билан шахсан учрашув эса бундан ҳам самарали усул ҳисобланади.

Интервью
– бу журналистлар билан шахсан мулоқотга киришиш усуллари билан биридир.

! ОАВда ҳокимлик фаолияти билан боғлиқ масалаларни ёритиш пайтида уларни қизиқтирган саволларга ўз вақтида жавоб қайтаринг, журналистларга қўтарилган муаммога боғлиқ бўлган қўшимча ахборотни таклиф қилинг, таҳририят томонидан жўнатиш саволларга жавоблар, низоли материаллар учун шарҳлар, зарурат туғилган ҳолда улар билан шахсан учрашувларни тайёрланг.

Ахборот хизмати ходими интервьюдан олдин пухта тайёргарлик кўриши керак. Бунда ҳокимлик томонидан қўтарилаётган масаланинг муҳимлигидан келиб чиққан ҳолда, ҳоким ёки унинг ўринбосари қатнашади. Ахборот хизмати ходими улар учун барча зарур ахборот, статистик маълумотлар, шунингдек, суҳбат давомида берилиши мумкин бўлган тахминий саволларга жавобларни тайёрлаши керак.

Матбуот учун, кейинчалик ундан ОАВ вакиллари ахборот сифатида фойдаланадиган **материалларни тақдим этиши** ахборот хизмати ходимларининг мажбуриятларига киради. Бундан ташқари, ахборот хизмати ходимларининг ўзлари бевосита матбуот, радио ва телевидение учун материаллар ёзади. Ахборот хизмати ходими ОАВ билан ҳар куни ишлаши керак. Айнан шундай тарздагина у журналистларни янгиликларга оид ва таҳлилий ахборотнинг узлуксиз оқими билан таъминлай олади. Булар турли хил ахборот хатлари, электрон почта орқали юбориладиган матбуот релизлари ва ҳоказолар бўлиши мумкин. Шунингдек, тутиш лозимки, ахборот хизматининг янгиликларга тааллуқли ахбороти газета саҳифаларига қўйилиши учун, эса қоладиган, воқеалар умумий оқимидан ажралиб турадиган бўлиши керак. Шу ҳолда у ОАВ учун ҳам қизиқарли бўлади.

ОАВ билан иш самарали бўлиши учун оммавий ахборот воситалари тўғрисидаги маълумотлар базасини мунтазам равишда янгилаб туриш керак. Бунинг учун ҳамкорлик қилиш режалаштирилаётган ОАВнинг рўйхати акс эттириладиган медиа-карта (қуйида берилган) ёки матбуот картаси тўлдирилади.

Ахборот хизмати ходими медиа-картасининг намунаси:

Т/р	ОАВ номи	Бош муҳаррир Ф.И.Ш.	Алоқа учун масъул шахс	Алоқалар		Манзил
				телефон	e-mail	
1	“Жиззах ҳақиқати”	А.А.А.	Б.Б.Б.	000000	name@ mail.uz	Мамлакат/вилоят/шаҳар/қў
2	“Жиззах овози”	А.А.А.	С.Бўронова	000000	name@ mail.uz	Мамлакат/вилоят/шаҳар/қў

Таҳририятнинг тузилмаси, саҳифалари, рукнлари, ходимлари (бош муҳаррирдан мухбиргача) тўғрисида ахборотни ўз ичига олган етакчи газета ва журналлар рўйхати, манзиллар, телефон рақамлари ҳамда электрон почта манзилларига эга бўлиш **жуда муҳим**.

Журналистлар – бу ўзига хос аудитория бўлиб, унинг вазифасига ахборотни таҳлил қилиш, баҳолаш ва узатиш киради. Шунинг билан бирга, журналистлар билан ишончли муносабатларни ўрнатиш учун олий даражадаги касб маҳоратига эга бўлиш, ҳалоллик, ўзаро муносабатларда виждонлилик, қабул қилинган ахлоқий қоидаларга мунтазам риоя қилиш сингари хусусиятлар киради.

Матбуот анжумани ёки журналистлар учрашуви. Ҳокимлик ходимларининг журналистлар билан матбуот анжуманлари ёки шахсий учрашувлардаги мулоқоти ахборотни ОАВ таҳририятлари орасида ахборот (янгиликлар, ҳужжатлар, фотосуратлар)ни манзилли тарқатиш мақсадида ташкил этилади.

Бундай учрашувлар материал чоп этилиши эҳтимолининг ошишига қўмаклашади, журналистлар ишини осонлаштиради.

Матбуот анжуманини ўтказиш қоидаларига кўра, журналистларга матбуот-китлари тарқатилади. Матбуот-китлари барча керакли ахборот, фотосуратлар, маълумотларнинг чиқишлари ёзилган дискларни ўз ичига олади. Матбуот анжуманига журналистларнинг саволларига жавоб бера оладиган етакчи мутахассис ва экспертлар таклиф қилинади. Ахборот хизмати тўғрисида тўлиқ, долзарб ва тўғри ахборотни беришга айнан шу йўл билан эришилади.

Ахборот хизмати ходими ва ОАВ журналисти ўртасида қандай фарқ бор?

Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги 541-I-сонли Қонунига мувофиқ, журналист – бу “Ўзбекистон Республикаси ёки хорижий давлат ОАВ хизматида бўлган ёки шартнома асосида ишлайдиган ҳамда маълум бир мавзудаги ахборотни йиғиш, таҳлил қилиш ва тарқатиш билан шуғулланадиган шахсдир”⁷. Айни вақтда, *Ахборот хизмати ходими ҳокимликнинг шатидаги ходими ҳисобланиб, у бир томондан, ҳоким ва унинг аппарати, ҳокимликнинг бўлинма ва бошқармалари тўғрисида ахборотни тайёрлайди ва тарқатади, ОАВ мониторингини олиб боради, журналистлар билан мунтазам алоқани таъминлайди ҳамда фуқароларнинг ахборот сўровларига жавоб беради. Бошқа томондан, у ҳоким ва ҳокимлик ходимларини аҳоли, ОАВнинг ҳокимлик ва унинг бўлинмалари фаолиятига муносабати тўғрисидаги ахборот билан таъминлайди.*

Журналист воқеалар тўғрисида ўзининг субъектив фикрини билдириши мумкин, ахборот хизмати ходими эса ижроия ҳокимият органининг расмий ахбортини, у ёки бу масалалар бўйича унинг нуқтаи назарини билдиради.

**Ахборот хизмати ходими ва журналистнинг ишлаш
тамойилларидаги фарқлар**

Ахборот хизмати ходими	ОАВ журналисти
Ахборотнинг мақсади	
Воқеаларни ҳокимликнинг мақсади ва вазифаларига мувофиқ тарзда ёритиш	Воқеа, ҳодисани ҳар тарафдан ёритиш
Мақсадли аудитория	
Фуқаролар, ОАВ, манфаатдор тузилмалар ва бизнес вакиллари	Ўқувчилар, томошабинлар ва тингловчилар, Интернет фойдаланувчилари
Асосий технологиялар	
Турли тадбирлар (матбуот анжуманлари, брифинглар, интервью, PR-акциялар)ни ташкил қилиш, журналистлар учун ахборот материалларини тайёрлаш, ҳоким учун кенг ва таҳлилий материалларни	Воқеаларни ёритишда журналистиканинг жанр, усул ва йўналишлари, замонавий ахборот-коммуникация техникаларидан фойдаланиш

⁷ Ўзбекистон Республикаси “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги 402-I-сонли Қонунининг 9-моддаси (1997 йил 24 апрель).

тайёрлаш, PR-компаниялар	
--------------------------	--

Ахборот хизмати ходимларининг журналистлар билан биргаликда ишлаганда йўл қўядиган одатдаги хатолари⁸

Ёдингизда тутинг!

Ахборот хизматининг вазифаси – фуқароларни ҳокимлик фаолияти тўғрисида хабардор қилишдан иборат.

ОАВнинг вазифаси ҳокимлик фаолиятини таҳлил қилиш, уни танқид қилиш ҳамда фуқароларни хабардор қилиш учун олинган маълумотни эълон қилиш ҳисобланади. ОАВ билан одоб доирасида биргаликда ҳаракат қилиш давлатнинг аҳоли билан алоқаларини йўлга қўйишда асосий воситаларидан бири сифатида давлат ва хўжалик бошқаруви тизими олдида турган энг муҳим вазифалар мажмуини ҳал этишга ўзининг катта ижобий таъсирини кўрсатиши мумкин.

1-хато. Айблов – “буюртма” мақола

Журналистнинг фикри ва нуқтаи назарига қўшилмаслик материалнинг буюртма эканлигида айблов учун баҳонага айланмаслиги керак. Қайд этиш жоизки, “мақола “буюртма”га ўхшаш таассурот қолдиради”, деб айтилган ибора ҳам жиддий айблов ҳисобланади. Мақолада баён қилинган қарашларга қўшилмасликни ифода этиш учун ахборот хизмати ҳақлигини исботлайдиган ва инкор қилиб бўлмайдиган далилларни келтириш лозим.

2-хато. Журналист – гўё ҳокимликка хизмат кўрсатувчи ходим

Кўпинча журналист ҳокимликка хизмат кўрсатиши керак, деган хато фикр учрайди. Журналистнинг вазифалари – давлат ҳокимияти органларининг камчиликларини аниқлаш ва танқид қилиш эканлигидан келиб чиққан ҳолда, мазкур мулоҳаза хато ҳисобланади. Кўп ҳолларда ахборот хизматлари журналистнинг мақолаларини тўғрилаш ёки ўзгартиришга ҳаракат қилиб, материалларни келишиб олишни талаб этади. Буларнинг барчаси ОАВ вакиллари билан алоқа ўрнатишга салбий таъсир

⁸ Биз Константин Бочарскийнинг <http://www.apress.ru/pro/article/2006> сайтидаги “Семь ошибок пиарщика” (“Пиар ходимининг етгита хатоси”) мақоласи ёрдамида ахборот хизмати ва ОАВ ўртасида юзага келадиган муносабатларни таҳлил қилиб, ОАВ билан муносабатларда ахборот хизматлар йўл қўядиган 4 та одатдаги хатоларини ажратиб олдик.

кўрсатади. Аксарият вазиятларда журналистларнинг ўзлари ноаниқликлардан холи бўлиш мақсадида матнни ахборот хизмати раҳбари билан келишиб олади, бироқ ахборот хизмати ходими томонидан журналист матнига киритилган тузатишлар муҳим эмас ва у материалнинг моҳиятини ўзгартирмайдиган бўлиши лозим. Ўзбекистон Республикаси “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги 541-І-сонли Қонунининг 4-моддасида цензурага йўл қўйилмаслиги тўғрисида шундай дейилган: “Ўзбекистон Республикасида оммавий ахборот воситаларини цензура қилишга йўл қўйилмайди. Эълон қилинаётган хабарлар ёки материаллар олдиндан келишиб олинишини, шунингдек, уларнинг матни ўзгартирилишини ёки бутунлай нашрдан олиб қолинишини (эфирга берилмаслигини) талаб қилишга ҳеч кимнинг ҳаққи йўқ.”⁹.

3-хато. Ўз сўзидан қайтиш

Агар журналистлар билан интервьюдан кейин бирон-бир сабабларга кўра ўз сўзингиздан қайтсангиз, шу ёдингизда бўлсинки, биринчидан, журналист интервьюни ёзиб олган бўлиши мумкин, иккинчидан, ўз сўзингиздан қайтиш Сизга “профессионал эмас ёки ваколати йўқ шахс” сифатида маълум бир тамғани қўяди. Бундан ташқари, ўз сўзингиздан қайтишингиз Сизнинг журналист ва у тақдим этган таҳририят билан муносабатларингизга путур етказди ҳамда Сизга “паст инсон” мақомини беради. Ахборот хизматининг ходими бундай характер билан журналистни профессионал эмасликда айблаётгани ва келажақда бу журналистлар билан ўзаро муносабатларда салбий таъсир кўрсатиши мумкинлигини тушуниб олиши керак.

4-хато. Бир хилдаги шарҳларни тарқатиш

Кўпинча таҳририятлар ахборот хизматларидан бир хил шарҳларни олади. Улар қолип бўйича тайёрланади, келишилади ҳамда ОАВга тарқатилади ёки саволларга бир хилдаги жавоблар сифатида тақим қилинади. Шунинг ёдда тутиш лозимки, ҳар бир нашрнинг ўз йўналиши, ёритиладиган мавзуси бор. Булардан келиб чиққан ҳолда, уларни нашр йўналишига мос келадиган шарҳлар қизиқтиради. Шу сабабли, ахборот хизматлари ҳар бир ОАВнинг сўровларига индивидуал, манзилли ёндашиш ва шунга мос жавобларни тайёрлаши керак.

⁹ Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги 541-І-сонли Қонуни (1997 йил 26 декабрь) www.lex.uz

3.4.3. Давлат хизматчилари

Аҳоли, бизнес, нодавлат нотижорат ташкилотларининг вакиллари қизиқтирадиган долзарб муаммоларни жойлардаги давлат ижроия ҳокимияти органлари билан муҳокама қилиш механизмларини такомиллаштириш ахборот хизматининг муҳим фаолиятига киради.

Бу ишни қандай яхшироқ бажариш керак?

➤ **биринчидан**, ҳокимлик (тегишли бўлим) ходимларини ахборот хизматига мазкур бўлим ваколати доирасига кирадиган савол билан мурожаат этиши тўғрисида хабардор қилиш. Ахборот хизмати ходими ёзма билдириш билан бирга ёзма тарздаги мурожаатни мазкур бўлим кўриб чиқиши учун қайта юбориши зарур. “Е-Нужат” электрон ҳужжатлар айланмаси тизими ўрнатилган ҳокимликларда мурожаатни электрон кўринишда жўнатиш лозим. Ахборот хизмати ходими мурожаатни юборган пайтда ўзининг шахсий электрон-рақамли имзосини қўлагани боис, жўнатувчи шахсининг ҳақиқийлиги масаласи низо туғдирмайди. Бундай тизим мазкур мурожаат бўйича ҳоким ёки унинг ўринбосарлари топшириқлари бажарилиши мониторингини олиб бориш учун ҳам имкон яратади;

➤ **иккинчидан**, ҳокимлик ходимларини ўтказилаётган тадбирлар тўғрисида шахсан оғзаки ёки ёзма равишда хабардор қилиш. ОАВда ҳокимлик раҳбарияти, бўлим бошлиқлари учун ҳокимлик фаолияти тўғрисида мақола ва хабарларнинг шарҳларини тайёрлаш;

➤ **учинчидан**, даврий нашрларнинг ривожланишига кўмаклашиш, ўз ваколатлари доирасида ОАВ, жамоат ташкилотлари билан ҳамкорликдаги ҳаракатларини йўлга қўйиш;

➤ **тўртинчидан**, ҳокимлик ишининг мавжуд ижобий тажрибасини умумлаштириш ва таҳлил қилиш.

Ахборот хизмати ишининг бош йўналишларидан бири ҳокимлик ходимлари ўртасида ҳам вертикал, ҳам горизонтал ахборот алмашинувини йўлга қўйиш ҳисобланади.

Ноқулай саволларга қандай жавоб бериш керак?

Мақсадли аудиторияга ахборот тақдим этганда, кўп ҳолларда (матбуот анжуманлари, давра суҳбатлари, интервьюлар давомида) ахборот хизмати ходимини қийин аҳволга соладиган ҳар хил саволлардан ҳоли бўлиш мушкул. Бундай ҳолларда вазиятдан қандай чиқиш мумкин? Албатта, бу борада қатъий қоида мавжуд эмас. Бироқ, бундай вазиятда бир нечта **қоида**га амал қилиш мумкин:

1. Имкони борича тўғри бўлиш ва фақат ўзингиз мутлақ аниқ билган нарсани гапириш. Агар Сиз бирон-бир нарсага қатъий ишонмасангиз, яхшиси бунга иқдор бўлиб, масалани чуқурроқ ўрганиб, кейинроқ жавоб қайтаришни ваъда қилганингиз маъқул. Агар савол муаллифи уни чуқурроқ билса, уни қолишини ва Сизни хабардор қилишини илтимос қилиш керак.

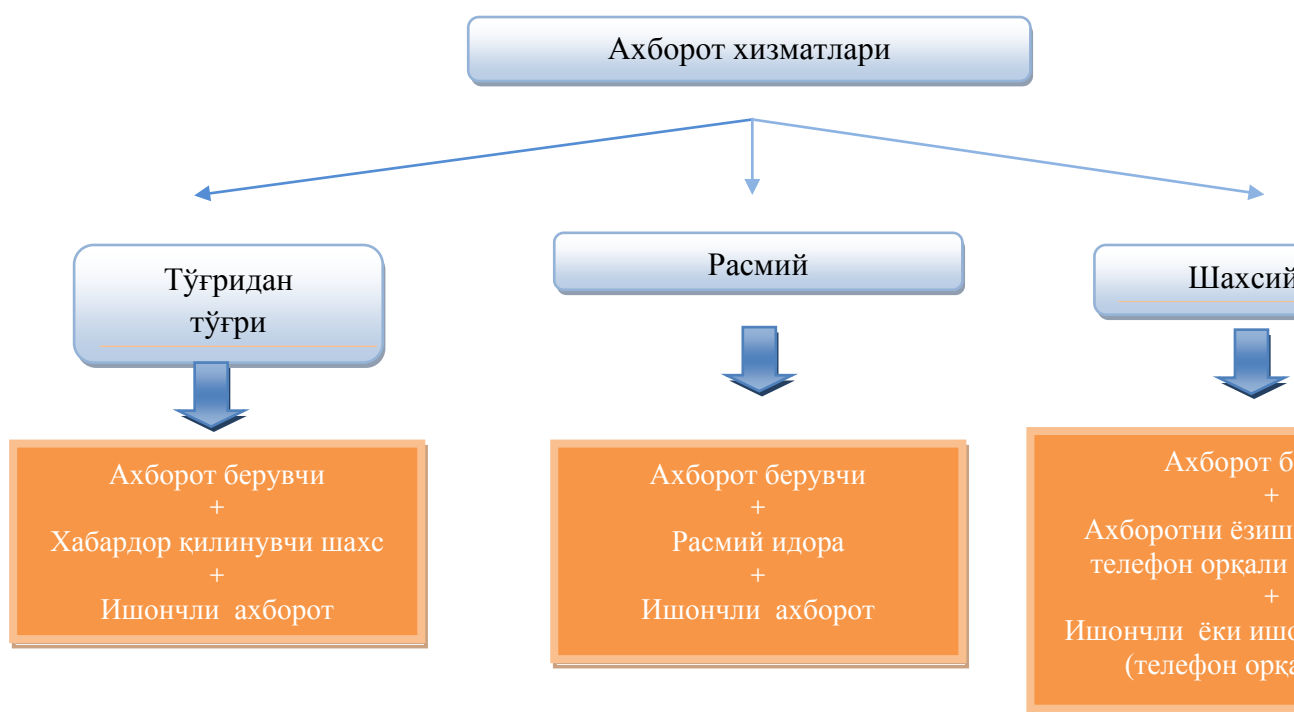
2. Ҳеч қачон шахсий характердаги ҳиссиёт ва мулоҳазаларга ўтмаслик.

3. Агар Сиз матбуот анжуманида бўлсангиз, “Ҳозирча бизда мазкур масала бўйича шарҳ йўқ”(ёки: “биз ҳозирча мазкур масалани ўрганмоқдамиз. Илтимос, кейинги саволни беринг!”) деб жавоб қайтаришингиз мумкин.

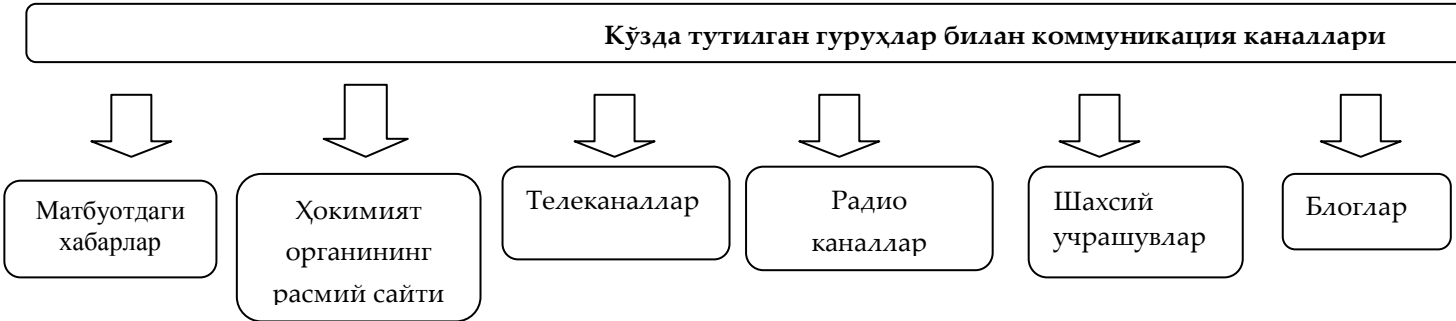
3.4. Коммуникация каналлари

Коммуникация каналлари – бу ахборот янгиликлари тарқатиладиган механизмдир. Канал расмий (оммавий ахборот воситалари, онлайн тармоқлари ва бошқалар) ва норасмий (оғзаки мулоқотлар, миш-мишлар ва ҳоказо) бўлиши мумкин. Коммуникация канали орқали ахборотни жўнатувчи ва олувчи ўртасида алоқа ўрнатилади. Биринчиси ахборотни жўнатади, иккинчиси эса ахборотни олади, ахборот олувчилар бир нечта бўлиши мумкин.

6-чизма. Ахборот хизматларининг жамоатчилик билан алоқа ўрнатиш тузилмаси



Ахборот хизматлари фаолиятида турли аудиториялар билан алоқа ўрнатиш учун фойдаланиладиган каналлар ва турли алоқа шаклларини ўрганиб чиқишга ўтамиз. Дастлаб коммуникация каналлари тузилмасига мурожаат қиламиз. Бугун биз ахборот узатишнинг анъанавий усулидаги оммавий ахборот воситаларидан аста-секин интернет-каналларга ўтилаётганлигини айтишимиз керак.



3.5.Ахборот хизматининг журналистлар билан ишлашида аккредитациянинг роли

Оммавий ахборот воситалари вакиллари (журналистларни) аккредитация қилиш ишларини ахборот хизмати раҳбари Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 23 ноябрдаги “Ўзбекистон Республикаси оммавий ахборот воситалари вакиллари давлат ҳокимияти органлари ҳузурида аккредитация қилиш тартибини такомиллаштириш тўғрисида”ги 243-сонли қарорига¹⁰ мувофиқ ташкил этади. Ўз вазифаларини бажариш пайтида у ҳокимликнинг тегишли таркибий тузилмалари (умумий бўлим, назорат-таҳлил бўлими) билан ҳамкорлик қилади. Ҳокимият фаолиятини мунтазам ёритиб боровчи ОАВ вакиллари тегишли ОАВнинг муҳбири сифатида аккредитациядан ўтади.

Ахборот хизмати ходими ОАВ таҳририятларини ҳокимлик ҳузурида аккредитация қилиш тартиби, муддатлари ва аккредитация учун талаб этиладиган ҳужжатлар юзасидан олдиндан хабардор қилиши керак.

Журналистларни аккредитация қилиш

Аккредитация қилиш учун ОАВ таҳририятининг ҳоким номига расмий бланкадаги ёзма талабномаси тақдим этилади. Талабнома ОАВ раҳбари

¹⁰ Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 23 ноябрдаги “Ўзбекистон Республикаси оммавий ахборот воситалари вакиллари давлат ҳокимияти органлари ҳузурида аккредитация қилиш тартибини такомиллаштириш тўғрисида”ги 243-сонли қарори (Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари тўплами, 2006 й., № 46-47, 461-б.)

томонидан имзоланади, муҳр билан тасдиқланади. Унда қуйидаги маълумотлар кўрсатилиши керак:

- ОАВнинг тўлиқ номи ва тури;
- нимага ихтисослашгани;
- тарқалиш ҳудуди;
- электрон манзил ва индекси кўрсатилган почта манзили;
- оммавий ахборот воситаси таҳририяти телефонлари ва факслари рақамлари;
- аккредитация қилиш учун тавсия этилган ОАВ вакилининг фамилияси, исми, отасининг исми, лавозими, телефон рақамлари.

Талабномага қуйидаги ҳужжатлар илова қилинади:

- ОАВнинг давлат рўйхатидан ўтганлиги тўғрисидаги гувоҳнома нусхаси;
- телекўрсатувлар, радиоэшиттиришлар олиб бориш учун берилган лицензия нусхалари (электрон ОАВи учун), паспорт маълумотлари;
- диплом нусхаси;
- аккредитацияга тавсия этилаётган ОАВ вакилининг 3x4 ҳажмдаги рангли фотосурати.

3.6.2. Аккредитация турлари

Аккредитация турлари	
Доимий	Эълон қилинган аккредитациянинг тўлиқ муддатига – аккредитация қилаётган орган фаолиятини доимо ёритиб борадиган ва мазкур мавзуга ихтисослашган ОАВ ходимлари учун
Вақтинчалик	Ўз таҳририятининг аккредитация қилаётган орган фаолиятини ёритиш юзасидан муайян вазифани бажариши учун маълум муддат билан чегараланган. ОАВнинг вакиллари
Махсус	Тадбир алоҳида тартибда ўтказилган тақдирда

4. ФУҚАРОЛАР ВА ОАВ БИЛАН АЛОҚАЛАРНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ТУРЛАРИ

Доимо вақт етишмаслиги, ўта мураккаб (цейтнот) вазиятларга тушиб қолиш сингари синовдан ўтказадиган ҳолатлардан қандай қилиб қутулиб қолиш мумкин, ахир ҳамма ҳам бунинг уддасидан чиқа олмайди? Мазкур бобда қандай қилиб бундай вазиятларнинг олдини олиш, ортиқча шошма-шошарлик ва асабийлашишларсиз унумли ишлаш мумкин, деган саволларга жавоб оласиз. Иш вақтини тўғри режалаштириш бўйича маслаҳатлар ахборот хизмати ходимларининг меҳнат самарадорлигини ошириш имконини беради. Стратегик, тактик ва бошқа турли режаларни, яъни ўрта муддатли ва тезкор режаларни тўғри тузиш бўйича батафсил тушунтиришлар ва бу юзасидан келтирилган намуналар Сизга амалий ёрдам бўлади. “Медиарежалаштириш” тушунчаси нафақат тушунтирилган, балки мисолларда яққол кўрсатиб ҳам берилган. Улар ахборот хизматига ўзларининг шунга ўхшаш режаларини тузишда ёрдам беради. Бобдан ахборот хизмати ходимларининг тахминий иш куни тартиби юзасидан тавсия ва маслаҳатлар ҳам ўрин олган.

4.1. Иш вақтини ташкил этиш

Иш вақти – ишни бажариш учун сарфланадиган вақт, ёки тўғридан-тўғри ўз хизмат вазифаларини бажариш учун фаол ишда бўлиш вақти¹¹.

Вақтдан самарали фойдаланиш учун ОАВ ходими, аввало, ўзининг асосий функциялари, мақсади, вазифалари ва ихтиёридаги вақтни аниқ белгилаб олиши керак. Иш куни режасини тузиш учун ўз вазифаларини бир неча қисмга ажратиб олиш лозим. Бу қисмлар узоқ муддатли, ўрта муддатли ва қисқа муддатли вазифалардан иборат бўлиши мумкин. Ахборот хизмати ходимининг стратегик режаси вақтдан фойдаланиш режаси асосини ташкил этиши зарур. Стратегик режадан келиб чиққан ҳолда йиллик режа тузилади, йиллик режа, ўз навбатида, чорақ, ой ва ҳафтага бўлинади. Иш вақтини режалаштиришда иш куни режаси муҳим аҳамиятга эга. Одатда, юзага келган шароитдан келиб чиқиб, мунтазам янгиланиб борилиши керак. Ахборот хизмати раҳбари ходимларга эртанги кунга топшириқ берган ҳолда, ҳар куни уларнинг ишини бевосита режалаштириб бориши зарур.

Маслаҳат: Расмий тасдиқланган иш куни тартибига риоя қилинг. Зарурат бўлмаса, ишда ушланиб қолманг ва буни ўз қўл остингиздагилардан талаб қилманг.

4.1.1. Ахборот хизмати ходимларининг иш куни тартиби

¹¹ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: Инфра-М, 2006 г.

Ахборот хизмати ходимининг тахминий иш куни тартиби қуйидаги ҳаракатларни ўз ичига олиши керак.

- Ҳар бир иш кунини режалаштириш мажлисидан бошлаш керак, мажлис 20 дақиқадан ортиқ давом этмагани маъқул. Унда вазифалар ва уларнинг ижрочилари белгилаб олинади. Ахборот хизмати ходимлари олдинги кунда бажарилган ишлар юзасидан ҳисобот берадилар, шунингдек, асосий масалалар: учрашувлар, тадбирлар, ОАВга интервью ва шу ҳоказолар юзасидан ўз фикр-мулоҳазаларини билдиради. Ахборот хизмати раҳбари шу кун учун топшириқлар беради.
- Иш куни мобайнида ахборот хизмати ходимлари ҳокимликнинг турли тузилмаларига, зарурат бўлса бошқа ташкилотларга тегишли расмий талаб юборган ҳолда ҳоким учун зарур ахборотни тўплаши керак. Бундан ташқари, ахборот хизмати ходимлари ҳар куни ҳокимлик фаолияти юзасидан ягона фикрни ишлаб чиқиш учун телефон орқали бошқа матбуот-хизматларидаги ҳамкасблари билан мулоқотда бўлади. Ахборот хизмати раҳбари ҳоким томонидан ҳар куни раҳбар ходимлар учун ўтказиладиган эрталабки мажлисда иштирок этиши лозим. Ахборот хизмати ходимлари раҳбарият ва ҳокимлик ходимларини содир бўлаётган ва ташкилот фаолиятига, унинг мавқеига таъсир кўрсатиши мумкин бўлган воқеалар, нашр этилган материаллардан хабардор қилиб туриш учун янгиликларни таҳлил қилиб борадилар.
- Шунингдек, аҳоли билан учрашиш, уларнинг оғзаки ва ёзма шикоятлари ва мурожаатларини қабул қилиш учун ҳам вақт ажратиш лозим. Агар бирор тадбир ёки матбуот анжумани ўтказишни режалаштирган бўлсангиз, тайёргарликни бир неча кун олдин бошлаш керак. Бу ҳақда қўлланманинг кейинги параграфларида сўз юритамиз.
- Ахборот хизмати ходимларининг иш тартиби ҳокимлик иш тартибига мос бўлиши керак.

Маслаҳат
эшигига ва сайти
фуқаролар муро
телефон рақам
манзилни ости

4.2. Медиарежалаштириш ва унинг таркибий қисмлари

Медиарежалаштириш (*media planning*) – ахборот кампанияси режасини тузиш, материални жойлаштириш учун ОАВ ва бошқа медиа-майдонларни танлашдир. Тўғри медиарежалаштириш хабарнинг керакли аудиторияга етиб бориши учун имконият яратади. Медиа-майдонни ва намоёиш вақтини оқилона танлаш хабар қандай аудиторияга мўлжалланган бўлса, айнан шу

аудитория уни кўриши ва эшитиши учун гаров бўлади. Медиарежалаштириш ОАВни танлаш, ахборот кампанияси босқичларини вақт нуқтаи назаридан режалаштиришни ўз ичига олади. Одатда, медиарежа жадвал кўринишида тузилади. Жадвалда медиа-майдон, хабарнинг тури (мақола, аудио-видео ролик, баннер ва ҳоказо), чиқарилиш кун, неча марта чиқарилиши, хронометраж (теле-радио хабарлари учун), бетлар сони (газета, журналлар учун) кўрсатилади. Бундай жадвал шакли эҳтиёждан келиб чиққан ҳолда ишлаб чиқилиши мумкин. Шундай қилиб, медиарежалаштиришда унинг учта асосий негизини кўрсатиш мумкин: мақсадларни шакллантириш, фаолият стратегияси ва тактикасини танлаш.

Ахборот хизмати олдинга қўйилган мақсадларнинг турига қараб, *стратегик, тактик ва тезкор* медиарежани ишлаб чиқади.

Ахборот хизмати фаолиятининг амалиёти шуни кўрсатадики, ахборот хизмати тактик ва тезкор медиарежани амалга ошириши, яъни ўз олдига ўрта муддатли (бир йилга) ва қисқа муддатли (ҳафта, ой, чорак) мақсадларни қўйиши мумкин.

Медиарежелаштириш қуйидагиларни ўз ичига олади:

- ✓ ахборот кампаниясининг мақсад ва вазифаларини аниқлаб олиш;
- ✓ кўзланган аудиторияни белгилаш;
- ✓ ахборотни тарқатишнинг энг мақбул каналлари ва усулларини излаш, шу жумладан, ОАВ рейтингини таҳлил қилиш: умумий қамров, кўзланган аудиторияни кенг қамраб олиш;
- ✓ ахборот кампанияси медиарежасини тузиш;
- ✓ ахборот кампанияси бюджетини тузиш ва асослаб бериш;
- ✓ ахборот кампанияси самарадорлигини ҳисоблаб чиқиш.

! Ҳокимлик ахборот хизматининг медиарежаси йиллик, ярим йиллик, чораклик режаларни ўз ичига олиши керак. Режалар ҳоким томонидан тасдиқланади. Уларда тадбир, аудитория, ижро муддатлари тўғрисида маълумотлар бўлиши, ижрочининг фамилияси, исми, отасининг исми ҳамда лавозими кўрсатилиши керак.

Медиарежалаштириш бўйича мисол (ягона мақсад учун)

Нодавлат, нотижорат ташкилотлар билан ҳамкорликни мустаҳкамлашга бағишланган “давра суҳбати”ни ташкил этиш

5.ОАВ ВА ЖАМОАТЧИЛИК УЧУН ТАДБИРЛАР ТАШКИЛ ЭТИШ

Тадбирларнинг турлари

(матбуот анжумани, матбуот-брифинг, давра суҳбати, пресс-тур)

Жамоатчилик ва ОАВ учун тадбирлар ўтказиш – ахборот хизматининг ўта муҳим вазифаларидан биридир, шу туфайли бундай тадбирларни сифатли ўтказиш хизмат обрў-эътиборининг шаклланишида ҳал қилувчи роль ўйнайди. Ўйлаймизки, ахборот хизмати томонидан ўтказиладиган турли тадбирларнинг батафсил рўйхати ва тавсифи уларни ташкил этиш савиясини оширишга ёрдам беради ва ахборот хизмати обрўсини оширади. Матбуот анжуманларини тайёрлаш ва олиб бориш бўйича батафсил, қадам-бақадам йўриқнома, ахборот хизмати тарқатадиган материаллар турини тавсифлаш ва ифодалаб бериш ҳамда уларни тайёрлаш бўйича аниқ тавсиялар муваффақиятли фаолиятингиз гарови бўлади, деган умиддамиз. Матбуот анжумани ва матбуот-брифингларига тайёргарлик кўриш ва ўтказиш бўйича тадбирларнинг тахминий намуналари келтирилган. Пресс-релиз ёзиш бўйича батафсил тушунтиришлар, уларнинг қийёлама намуналари Сизга ОАВ билан яхши муносабат ўрнатишга ёрдам беради. Бу каби тадбирларни ўтказишда йўл қўйиладиган оддий хатолар таҳлил қилинади.

Бир қараишда, ОАВ учун ташкил этиладиган барча тадбирлар бир-бирига ўхшайди. Ягона мақсадли аудитория ўз қонун ва тартибларини ўтказишга ҳаракат қилади. Ахборот бериш билан боғлиқ ҳар бир тадбир ўзининг бошқалардан мутлақо фарқ қиладиган ёндашувлари, эътибор қаратиладиган жиҳатлари, таъсир қилиш воситаларига эга. Баъзида фарқ унчалик кўзга ташланмайди, аммо, нима бўлганда ҳам тадбирни нотўғри ташкил этиш ишнинг умумий самарадорлигига таъсир қилади. Журналистлар учун ташкил этиладиган тадбирлардан кўзланган асосий мақсад ахборотни ОАВ орқали узатиб, жамоатчиликни бохабар қилиш. Гарчи, соҳадан йироқ бўлган кишига журналистлар учун ташкил этиладиган барча тадбирлар бир хилдек туюлсада, улар ягона ахборот тадбирига бирлашган ҳолда, кўзланган мақсад ва ўтказиш хусусиятлари билан бир-биридан фарқ қилади.

5.1.1.Матбуот анжумани

Матбуот анжумани – бу журналистлар учун ташкил этиладиган тадбир бўлиб, унда ижтимоий аҳамиятга эга бўлган ахборот ва янгиликлар ваколатга эга кишиларнинг шарҳи билан берилади. Матбуот анжумани ўртача 45-60 дақиқа давом этади.

Агар Сизда ОАВга айтмоқчи ва етказмоқчи бўлган янгилик ёки бирон ахборот бўлса, юз берган вазиятни тушунтириб бермоқчи бўлсангиз ва бу жамоатчилик учун муҳим бўлса, матбуот анжумани матбуотга хабар етказишнинг энг мақбул шакли, матбуот эса ўз навбатида, турли

коммуникация каналлари орқали бу янгилик ёки хабарни жамоатчиликка маълум қилади.

5.1.2.Брифинг

Матбуот анжуманидан фарqli ўларoқ брифинг долзарб янгиликни тезлик билан тарқатиш ва уни қисqача қилиб матбуот вакилларига баён қилиш учун ташкил этилади. Брифинг 15-20 дақиқа давом этади (brief сўзи инглизчадан “қисқа”, деб таржима қилинади). Ҳокимлик фаолияти, фаолият йўналишлари бўйича олинган натижалар тўғрисидаги муҳим маълумотни, давлат бошқарув органлари вакилларининг расмий фикрини, яъни муқаддам ҳеч қаерда маълум қилинмаган хабарни ОАВ вакилларига етказиш учун брифингдан фойдаланилади. Журналистларга ҳокимлик фаолиятида юзага келган муаммо тўғрисида маълумот ва расмий шахсинг фикридан иборат янгиликни етказиш учун брифинг энг қулай тадбирдир. Одатда, брифингда журналистларнинг фақат бир неча саволларига жавоб берилади.

5.1.3.Ахборот учрашуви

Бундай учрашувдан мақсад – ахборот бериш. Агар журналистларни ҳокимлик ёки ахборот хизмати фаолиятидан шунчаки бохабар қилмоқчи бўлсангиз, ахборот учрашуви ташкил этинг. Бундай учрашув чоғида ташкилотчилар томонидан янгилик маълум қилинади, аммо муҳокама этилмайди. Фақат битта масала учрашув мавзуи бўлиши мумкин.

Ахборот учрашуви имкон қадар муваффақиятли бўлиши учун уни режалаштириш ва ўтказишнинг иккита умумий чизмасига риоя қилиш керак.

1-чизма. Муаммо билан дастлабки танишиш ва кейинчалик уни батафсил муҳокама қилиш.

Масалан, ёш тадбиркорларга микрокредитлар ажратишга бағишланган ахборот учрашувда дастлаб ташкилотчилар журналистларга минтақадаги вазият тўғрисида тўлиқ маълумот берадилар, шу масала учун мутасадди ташкилотлар ОАВ вакилларининг саволларига жавоб беради.

5.1.4.Давра суҳбати

Давра суҳбати журналистлар учун ташкил этиладиган бошқа тадбирлардан нимаси билан фарқ қилади. Албатта, стол атрофига стуллар қандай терилгани билан эмас, балки муҳокама қилиниши талаб этиладиган муаммонинг борлиги билан ажралиб туради, бунда уни муҳокама этишда мутахассислар ва давлат ҳокимияти органлари вакиллари билан бир қаторда журналистлар ҳам иштирок этади. Мазкур тадбир энг қулай ва яхши ташкил этиладиган мунозара ҳисобланади. Давра суҳбатини муаммо билан таниш бўлган модератор бошқаргани маъқул. Бу журналистларга муаммони турли қирралардан кўриш имконини беради.

Давра суҳбатини ташкил этаётганда масала муҳокамасига шу мавзу билан қизиқадиган ва кўтарилаётган муаммо таҳририят йўналишига мос бўлган ОАВ вакиллари таклиф этиш керак.

2-чизма. Ахборот учрашуви бир неча блокка бўлинади. Ҳар бирида асосий мавзу масалаларнинг бири юзасидан ахборот берилади, кейин бу ахборот батафсил ёритилади. Масалан, минтақа аҳолиси учун тоза ичимлик суви муаммосини ҳал этишга бағишланган учрашувда мутахассислар навбат билан ўз ташкилотларининг шу муаммони ҳал этиш йўлидаги фаолияти тўғрисида маълумот берадилар. Тадбир тартиби бузилмаслиги учун модератор регламентни назорат қилиб боради.

Давра суҳбати модератори кўтарилган масала билан атрофлича таниш бўлишдан ташқари “аудиторияни бошқариш” техникасини ўзлаштирган бўлиши, ифкорона ва илмоқли саволлардан моҳирона узоқлашиш, чўзилиб кетиши хавфи бўлган мунозараларни вақтида тўхтатиши ва давра суҳбати қоидаларини бузмаган ҳолда мавзу доирасидан чиқмаслиги керак. Бошқа тадбирлардан фарқли ўлароқ давра суҳбати бир соат ва ундан ҳам кўп давом этиши мумкин. Шунга кўра иштирокчиларнинг кўтарилган масалани муҳокама қилишлари учун вақт ажратиш керак.

5.1.5.Тақдимот

Тақдимот – бу ҳокимликнинг муайян мақсадга йўналтирилган фаолиятини ёки у ҳал этиш ва муҳокама қилиш ниятида бўлган муаммони намоиш этишдир. Масалан, маҳаллий бюджет лойиҳаси, ижтимоий соҳадаги ислохотлар ва ҳоказо. Яхши ташкил этилган тақдимот журналистларга кўпроқ ахборот олиш имконини беради. Тақдимот ОАВнинг максимал турларини қамраб олиш учун мақсадга мувофиқ тадбир. Ёддан чиқармаслик керакки, журналистлар тақдимот давомида ҳатто эркин мулоқот чоғида ҳам ўз материаллари учун маълумот йиғишлари мумкин. Тадбир доирасида Журналистларнинг қизиқарли экспертлар билан учрашувини ташкил этиш ҳам мумкин.

5.1.6.Пресс-тур

Бу ахборот хизмати томонидан режалаштирилган ва журналистлар учун махсус мўлжалланган тадбир бўлиб, у объектив журналистик чиқишларни ОАВда эълон қилиш учун уюштирилади. Пресс-турлари бир неча соатдан бир неча кунгача давом этиши мумкин. Пресс-турини уюштириш учун ҳокимлик бевосита иштирок этадиган ҳар қандай аҳамиятли воқеа сабаб бўлиши мумкин.

Пресс-турни ташкил этиш босқичлари:
пресс-турни ўтказишдан қўзланган мақсадни белгилаб олиш
пресс-турни ўтказиш куни ва вақтини белгилаш
журналистлар учун пресс-тур объектини белгилаш ва мазкур объект бўйича барча зарур маълумотни танлаш
пресс-тур маршрутини, яъни объектларни қўздан кечириш навбатини белгилаш
тўхташ режалаштирилган ҳар бир объектда тадбирларни ўтказиш учун масъул шахсларни белгилаш
таклиф этиладиган журналистлар рўйхатини тузиш
пресс-тур дастурини тузиш
ОАВга дастлабки пресс-релиз (анонс) жўнатиш, сўнг батафсил пресс-релиз (янгиликдан иборат) жўнатиш
пресс-тур логистикасини ташкил этиш
пресс-тур иштирокчилари хавфсизлигини таъминлаш

Пресс-турнинг асосий афзаллик томони – унинг норасмий тусда ўтишидир. Тадбир давомида журналистлар бирон ҳодисани ичкаридан кўрадилар, ҳатто унда иштирок этишлари ҳам мумкин. Юқорида айтиб ўтилганлардан ташқари матбуот саёҳатига тайёргарлик кўриш қуйидагиларни ўз ичига олади:

- журналистларни кутиб олиш ва жойлаштириш (шу жумладан, транспортда ташиш, зарурат бўлса меҳмонхонада жойларни бронь қилиш ва ҳоказо);
- иштирокчиларнинг овқатланишини таъминлаш;
- бошқа шаҳардан келган журналистлар учун маданий дастурлар ташкил этиш;
- журналистларнинг ташаббускор ва ташкилотчилар билан яқуний учрашувини уюштириш;
- жўнаб кетишни ташкил этиш. Ёдингизда бўлсин, жўнаб кетишга енгил-елпи қараш барча саъй-ҳаракатларингизни пучга чиқариши мумкин.

Пресс-тур дастурига мисол

Зоминда ОАВ кунини ўтказиш (пресс-тур Жиззах вилоятининг Зомин туманида туризмни ривожлантиришга бағишланган БМТнинг Тараққиёт дастури лойиҳасига бағишланган).

ДАСТУР

Йил, сана, ой.

8:00 - 8:45 – майдонда журналистларни автобусга тўплаш;

8:45 - ... манзилдаги мўлжалланган жойга кетиш;

10:00 - 10:30 – Зомин Ўлкашунослик музейини томоша қилиш;

10:30 - 11:20 – Зомин табиатининг диққатга сазовор жойларини (номи) томоша қилиш;

11:30 - 13:00 – Зомин тумани ҳокимлиги мутахассислари билан учрашув;

13:10 - 14:10 – тушлик;

14:20 - 15.00 – пресс-турни ёритиш бўйича ОАВ вакилларининг медиарежасини (ҳокимлик биносида) ишлаб чиқиш;

15.10 – жўнаб кетиш.

Вилоят ҳокимлигининг Ахборот хизмати.

Манзил: _____

Мурожаат учун телефонлар: _____

e-mail: _____

5.2.ЖАМОАТЧИЛИК ОЛДИДА ЧИҚИШ

Жамоатчилик олдида чиқиш ахборот хизмати ходимида қўйиладиган муҳим функционал талаблардан биридир. Мазкур бобда чиқишга тайёргарлик кўришининг, вазиятдан келиб чиққан ҳолда чиқишдан мақсадни тўғри белгилашнинг батафсил технологияси келтирилган ва ўйлаймизки, бу ҳар қандай аудитория олдида ўзингизни дадил тутишингизга ёрдам беради. Бобдан матбуот анжуманига қандай қилиб тўғри тайёргарлик кўриш борасидаги тавсиялар ҳам ўрин олган.

5.2.1.Жамоатчилик олдида чиқиш технологияси

Тақдимотлар, жамоатчилик олдида чиқишлар ва матбуот анжуманларида кўпинча аудиторияни нимагадир ишонтириш, ўз позицияси ва нуқтаи назарини асослаб бериш керак бўладиган вазиятлар юзага келади. Шу боис ахборот хизмати ходимлари учун жамоатчилик аудитория олдида чиқиш техникасини эгаллаш муҳим аҳамият касб этади. Бу техника қуйидагиларни ўз ичига олади:

1. Чиқишдан кўзланган асосий мақсадни белгилаб олиш

Жамоатчиликда чуқур таассурот қолдириш ва унга тушунарли бўлиши учун, аввало, чиқишдан кўзланган мақсадни аниқ белгилаб олиш зарур. Чиқишга тайёргарлик кўраётганингизда чиқишдан мақсад нималиги ҳақида ўйланг:

1-қадам.
Чиқишдан
кўзланган
мақсадни
белгилаб оламиз

- маълум ахборотни етказиш, фаолиятнинг янги йўналишлари тўғрисида сўзлаб бериш, бирон муаммо, масала юзасидан ўз (яъни расмий) нуқтаи назарингиз ҳақида сўзлаб бериш;

- муайян хатти-ҳаракатларга ундаш, аудиториянинг бирон нарсага муносабатини, нуқтаи назарини ўзгартириш.

Кўп ҳолларда, чиқишдан бир неча мақсад кўзланади. Уларнинг ичидан битта энг муҳимини танлаб олиш ва унга урғу бериш катта аҳамиятга эга.

Чиқиш пайтида нутқингиз аудиторияга тушунарли, эшитаётганларга яқин ва тушунарли бўлиши керак. Албатта, бу ўз нутқингизда содда сўзлашувга хос сўзлардан фойдаланиш керак дегани эмас. Нутқда техник, илмий ва бошқа тор аудиторияга тушунарли терминлардан фойдаланишдан ўзингизни тийинг. Ёдда тутинг, “менежмент” ҳамда “креатив” сингари сўзлардан талабалар орасида фойдаланган ўринли. Катта ёшдагилардан иборат аудитория олдида бу сўзларни “бошқарув” ва “ижодкор” сўзларига алмаштирган маъқул. Сизни эшитаётган аудиторияга имкон қадар тушунарли тилда, яъни уларнинг тилида гапиришга ҳаракат қилинг. Ана шунда чиқишдан кўзланган мақсадга эришасиз.

2. Аудитория тўғрисида тўлиқ маълумот тўплаш ва уни таҳлил қилиш

Чиқиш қилаётган киши уни тинглайдиган жамоатчилик тўғрисида қанча кўп билса, натижа шунча юқори бўлади. Масалан, уни қанча одам тинглайди? Бу одамларнинг ёши нечада? Чиқиш қилаётган нотиқдан каттами ёки кичикми? Улар нима мақсадда ташриф буюрганлар? Жамоатчилик қандай моддий манфаатни кўзлайди? Уларнинг маънавий қадриятлари нималардан

иборат? Жамоатчиликнинг мақсадлари Сизникига қанчалик мос келади? Сиз ва улар қутаётган натижа ўртасида енгиб бўлмайдиган зиддиятлар йўқми?

3. Образни шакллантириш

**3-қадам.
Маърузамиз
мавзуси бўйича
батафсил
маълумотни
тўплаймиз**

Минбардан сўзга чиққан одам чиқиш олдидан ўзини эксперт, деб таништиради ва одатда, ишонч туғдиради. Бу таассуротни кучайтириш, ишончни оқлаш учун чиқишдан олдин аудиторияни ўрганиш, маърузанинг мазмунини, илгари жамоатчиликка таниш бўлмаган барча тафсилотларигача чуқур билиши мақсадга мувофиқ бўлади. Маърузачи тингловчиларнинг манфаатларига мос жиҳатларни топиши жуда муҳим. Аудиторияга қизиқ бўлган нарсани топиш, кейин айнан шу қизиқарли мавзу орқали ўз мақсадига эришиш керак. Ёдингиздан чиқарманг, ҳеч ким ва ҳеч қачон омадсизликдан буткул кафолатланмаган. Шунинг учун, чиқишга қанча кўп тайёрлансангиз, аудиториянинг ўзига хос томонларини ва маъруза мавзусини қанча кўп ўргансангиз, чиқишнинг муваффақиятли бўлиши эҳтимоли шунча кўп бўлади.

4. Чиқиш учун нутқ тайёрлаш

Ёдингизда бўлсин, чиқишдан кўзланган мақсад иккитадан кўп бўлмаслиги керак. Жамоатчиликка бундан кўпини эслаб қолиш қийин бўлади. Нутқингиз мантиққа тўғри келсин, яъни Сиз аудиторияга етказмоқчи бўлган фикрлар мантиқан боғланган бўлсин. Нутқингиз раво, содда ва тушунарли равишда тузилсин. Тадқиқотлар шуни кўрсатдики, тингловчиларда биринчи 15 дақиқа давомида нутқни эшитиш ва тушуниш қобилияти юқори бўлади. Кириш қисми қисқа бўлиши, чиқишдан кўзланган асосий мазмунни ўзида мужассам этиши ва унда мавжуд вазият инобатга олинган бўлиши керак. Сўнг ўз далил-исботларингизни ва асосий мақсадингизни баён қилинг. Келтирилаётган далил-исботлар асосланган, эътирозга ўрин қолдирмайдиган, мазкур аудитория учун қанчалик муҳим бўлса, шунчалик ёдда қоладиган мисоллар ва образлар билан мустаҳкамланган бўлиши керак. Якуний қисмда бошида айтилганларни эслатиб ўтиш ва хулоса чиқариш мумкин. Хулоса аниқ ва аудиторияга тушунарли бўлиши керак. Нутқ жонли бўлиши, иложи бўлса слайд, фильм, жадвал ва бошқа кўргазмали материаллар намойиши билан тўлдирилса янада яхши бўлади. Баъзан, асосий тезисни биров бошқача ифодалаб, унинг эшитувчилар онгига чуқур жойлашишига эришиш ҳам мумкин.

4. Танқидни тўғри қабул қилиш

Агар Сизни танқид қилаётган бўлсалар, шошилманг, уларни диққат билан охиригача эшитинг ва фаолиятингизни танқидий нуқтаи назардан таҳлил қилганлари учун самимий миннатдорчилик билдиринг. Танқид – бу Сизнинг тажрибангиз. Танқид маҳоратни чарҳлайди. Агар Сизга ифвокорона савол берадиган бўлсалар – уни ҳам сабр-тоқат билан тинглаш, чиқишингизга бўлган эътибор учун миннатдорчилик билдириш ва савол берувчининг ўзига савол бериб, унинг позициясини аниқлаштириб олиш керак. Агар ушбу кичик баҳсда мувафаққият қозонишга ишонсангиз, масаланинг моҳиятини тушунтириб берадиган кенг кўламли жавобни беринг.

6. Яқуний натижани мустаҳкамлаш

Чиқиш давомида аудиторияни кузатиб бориш керак: мақсадга эришганингизни сезишингиз билан, нутқни тугатиш мумкин. Ёдингиздан чиқарманг, нутқнинг охири, худди сўз боши каби кўпроқ ёдда қолади, шунинг учун уни таассурот қолдирадиган иқтибос ёки муайян ҳаракатга чақириқ билан тугатинг.

5.3. Тадбирларда ахборот хизмати ходимлари томонидан тарқатиладиган ахборот материали

Ҳокимлик ахборот хизмати фаолиятининг самарадорлиги ОАВга бериладиган ахборот материалининг сифатига боғлиқ. **Бэкграундерлар** (backgrounder) – бу ташкилот, унинг ихтисослиги, кўрсатадиган хизматлари, ташкил этилиш тарихи, ривожланиши ва бошқалар тўғрисидаги маълумотдир. Бэкграундерлар пресс-релизда келтирилган қисқа маълумотларни тўлдиради. Бу ҳокимлик фаолиятининг янги йўналишлари ёки жорий тадбирлар тўғрисидаги маълумот бўлиши мумкин. Масалан, жорий йилнинг тўққиз ойи якунларига бағишлаб ўтказиладиган йиғилиш тўғрисида. Ташкилот янгиликларининг узлуксиз оқимини тўхтатмаслик учун бундай ахборотларни мунтазам равишда жўнатиш лозим.

Пресс-релиз (press-release). Бу журналистлар учун тайёрланган ахборот бўлиб, у долзарб мавзудаги, муҳим янгилик ёки фойдали маълумотдан иборат ёки аҳоли кенг қатлами учун мўлжалланган фойдали хабардир.

Пресс-релиз

3-қадам. Маъруза мавзуси бўйича батафсил маълумот йиғамиз.

2012 йилда Жиззах вилояти ҳокимлигининг ахборот хизмати Жиззах шаҳрида “**Ҳуқуқий давлат ва фуқароларнинг ҳуқуқий онгини шакллантиришда ОАВ роли**” мавзuida “давра суҳбати” ўтказди.

2012 йил Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг таклиши билан “Мустаҳкам оила йили” деб эълон қилинган. Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 64-моддасида “Оила жамиятнинг асосий бўғинидир ҳамда жамият ва давлат муҳофазасида бўлиш ҳуқуқига эга”, дейилган. Ўзбекистонда демократик жамият ва ҳуқуқий давлат қуриш жамиятнинг, яъни ҳар бир инсон ва ҳар қандай оила аъзосининг ҳуқуқий маданиятини ошириш масаласини ҳал қилиш билан чамбарчас боғлиқдир. Шу сабабдан мазкур лойиҳанинг мақсади қуйидагилардан иборат:

- журналистлар ва демократик жамият институти вакиллари оила тўғрисидаги қонунлар борасидаги ҳуқуқий билимларини ошириш, уларни ҳуқуқни муҳофаза қилиш идоралари, Омбудсман институти, маҳаллий ўзини ўзи бошқариш идораларининг фуқаролар ҳуқуқини ҳимоя қилиш, ижтимоий ҳамкорликни мустаҳкамлаш масалаларидаги роли тўғрисида хабардор қилиш;

- ОАВ вакиллари, фуқаролик жамияти институтлари, жойлардаги Омбудсман, ички ишлар идоралари ўртасида келажакда ҳуқуқий журналистика, зарур ахборотдан фойдаланиш, ўз вақтида ҳуқуқий маслаҳат олиш ва ОАВга материалларни тайёрлаш масалаларида ўзаро ёрдам бериш мақсадида тўғридан-тўғри алоқаларни йўлга қўйиш;

- маҳаллаларда болалар ва ёшларнинг маънавий тарбияси масалаларида милиция вакиллари, маҳаллий фуқаролар йиғини ва журналистлар ўртасида ўзаро алоқани мустаҳкамлаш.

Давра суҳбати доирасида “Мустаҳкам оила йили” бўйича қабул қилинган Давлат дастурининг асосий мақсади, оила институтининг қонуний асослари, давлат ва жамоат ташкилотлари ҳамда ОАВнинг оилани мустаҳкамлаш, ёш авлодни тарбиялаш масалаларни самарали ҳал этишда, шунингдек, ижтимоий ҳамкорликни мустаҳкамлашдаги роли атрофлича ўраниб чиқилади.

Ташкилотчиларнинг алоқа манзиллари:

Мурожаат учун телефон/Факс: _____

e-mail: _____

- **Медиа-кит** (media-kit – медиа-тўплам/комплект/пакет). Медиа- ёки матбуот-кит – пресс-релиздан кейин ахборот тарқатишнинг муҳим воситаларидан бири. Матбуот-китда муҳокама этилаётган масала бўйича турли материаллар бўлиши керак, улар журналистга мавзунини кенгроқ ёритиб

беришга ёрдам беради. Матбуот-кит пресс-релиз, буклет, ташкилот фаолияти тўғрисида қисқача маълумот, фото, дискларда видеоёзув ва шу кабилардан иборат бўлади.

- **Кейс-тарих, ёки ҳодиса-тарих.** Бу материалдан масала ижобий ҳал бўлгани тўғрисида сўзлаб бериш учун фойдаланилади. Кейс-тарихлар, одатда қуйидаги тузилмага эга бўлади: кенг аҳоли қатламига тааллуқли долзарб масала кўтарилади, бу муаммо ҳокимият томонидан қандай ўрганилаётгани ва қарор амалга оширилгандан кейинги тажриба батафсил ёритилади.

- **Раҳбар шахсларнинг муаллифлик мақолалари**

- **Кенг қамровли мақолалар.** Улар фаолият йўналишлари бўйича ҳокимлик амалга ошираётган тадбирлар шарҳи, таҳлил, натижалардан иборат.

- **Факт-лист** – бу қисқа ҳужжат бўлиб, унда ҳокимлик, мансабдор шахс фаолиятининг турлари ва соҳалари, ёки ҳодиса сабаблари акс эттирилади. Факт-лист, одатда пресс-релиз ва бэкграундерни тўлдириб туради ва журналистга ўз мақоласи мавзуини ёритиш учун қўшимча манба бўлиб хизмат қилади.

- **“Савол-жавоб” шакли.** Факт-листнинг ўрнини босадиган ёки тўлдирадиган ахборот. Бу ҳужжатда мавзу юзасидан энг кўп бериладиган саволлар ва уларга жавоблар санаб ўтилади. Моҳирона тузилган “Савол-жавоб” шакли баъзида муҳаррирнинг мансабдор шахс билан интервьюсининг ўрнини босади.

- **Фотосуратлар.** Мавзуни ёритиб бериш учун фойдаланилади. Матбуот учун кенг форматли, аниқ тасвир, объект ракурси тўғри танланган фотосуратлар талаб этилади.

- **Баёнот.** Кўтарилаётган муаммо бўйича ҳокимликнинг нуқтаи назари ва режаларини баён қилиш шакли. У аниқ, равшан тузилган ва қисқа баён этилган бўлиши керак.

- **Раддия.** Ҳокимлик ёки давлат бошқарув органи мансабдор шахсининг нуқтаи назари нотўғри талқин қилинган нашрдан сўнг чоп этилади.

- **Сўров.** Журналистлар орасида турли долзарб масалалар юзасидан уларнинг фикрини билиш учун ўтказилади.

5.4.Матбуот анжуманини ташкил этиш ва ўтказиш қоидалари

Матбуот анжумани – ҳокимликнинг бирон масала юзасидан фаолиятини оммавий ахборот воситаларида ёритишнинг энг самарали усули. Матбуот анжумани бу нафақат ҳокимлик фаолияти тўғрисида ахборот бериш

имконияти, балки журналистлар билан шахсий мулоқот ўтказиш имконияти ҳамдир. Журналистларга матбуот анжуманида берилган ахборот бўйича ОАВда нашр этилган материаллар матбуот анжумани тўғри ташкил этилганлигининг кўрсаткичи ҳисобланади. Матбуот анжуманидан кўзланган мақсадга эришишда унга пухта тайёргарлик кўриш муҳим аҳамиятга эга. Матбуот анжуманига тайёргарлик кўриш ўз ичига турли характерга эга тадбирларни ўз ичига олади. Шундан сўнг ОАВ учун тадбирга ўтказиладиган тадбирга босқичма-босқич тайёргарлик кўрамиз:

Биринчи қадам: Матбуот анжумани ўтказишга сабаб бўладиган ахборот топамиз

Матбуот анжумани ўтказиш учун доимо бирон-бир ахборот сабаб бўлади. Сиз журналистларни шунчаки учрашмоқчилигингизни билдириб, таклиф эта олмайсиз. Тадбир ўтказишга сабаб бўладиган ва шунга арзийдиган ахборот қидиринг, зарур бўлса уларни ўзингиз яратинг. Ахборот асосида доим бирон янгилик ётади.

Иккинчи қадам: Журналистларни таклиф этиш

Матбуот анжуманига журналистларни доим олдиндан таклиф қилиш керак. Одатда, ОАВ вакиллари тадбирдан бир ҳафта олдин таклиф этилади. Таклифномани бир неча каналлар орқали жўнатган маъқул – электрон почта, факс, телефон орқали, шахсий таклиф. Таклифномада матбуот анжумани мавзуи (сабаб бўлган ахборот), ўтказиладиган сана ва вақт, ўтказиш жойи ва, албатта, алоқа маълумотлари – телефон, факс, электрон почта адреси, боғланиш мумкин бўлган шахс кўсатилади. Матбуот анжумани арафасида таҳририятга телефон қилинг, бўлажак тадбир тўғрисида эслатинг, матбуот анжуманида иштирок этадиган журналистнинг исми-шарифини аниқлаб олинг.

Маслаҳат: Кўнгироқларга зудлик билан жавоб беришга одатланинг. Агар ахборот хизматида учинчи қўнгироқдан кейин ҳеч ким жавоб бермаса – бу масъулиятсизлик белгиси ҳисобланади.

Учинчи қадам: Пресс-релиз тайёрлаш

Пресс-релиз мақола, репортаж ёки бошқа журналистик материалнинг асоси бўлиб хизмат қилади. Ёдингизда бўлсин, тўғри тузилган пресс-релиз фактлар, исмлар, ташкилотлар номи, статистика маълумотларининг бузиб кўрсатилмаслиги, энг муҳими ахборотнинг ҳаққоний ва одоб билан етказилиши гаровидир.

Тўртинчи қадам: Матбуот анжуманига таклиф этилганларни кутиб олиш

Матбуот анжумани ўтказиладиган бинонинг кираверишига тадбир ўтказиладиган жой ва қават кўрсатилган эълонни илиб қўйинг. Иштирокчиларни рўйхатдан ўтказиш учун тадбир ўтказиладиган зал олдига стол қўйиб, “Иштирокчиларни рўйхатга олиш” деган табличка ўрнатиб қўйинг. Рўйхатга олиш учун масъул ходимни тайинланг, у олдиндан тайёрланган рўйхатда келган иштирокчиларни белгилаб туриши керак. Агар унинг қатнашиши кўзда тутилган бўлса, иштирокчи имзо чекади ва матбуот-кит олади, сўнг ходим уни залга таклиф этади.

***Маслаҳат:** Асосий кўрсаткичларни шундай жойлаштирингки, иштирокчи жойни бемалол топсин: бинога киришда тадбир қаерда ўтказилиши кўрсатилган эълон; “Матбуот анжумани” деб ёзилган кўрсаткич; бино эшигида кичкина табличка; кираверишда иштирокчиларни рўйхатга олиш учун стол ва унда “рўйхатга олиш” деган табличка.*

Барча ташкилотчиларда ҳокимлик номи, ходимнинг фамилияси, исми, отасининг исми кўрсатилган бейжик (кўкракка тақиладиган нишон) бўлгани маъқул, сабаби журналистлар турли масала юзасидан кимга мурожаат қилиш кераклигини билишлари керак. Столга сўзга чиқувчилар олдига иштирокчиларнинг фамилияси, исми, отасининг исми кўрсатилган табличкаларни қўйиб қўйинг.

Ҳокимлик банерини шундай қўйингки, у кўпроқ кадрга тушсин ва биринчи планда бўлсин. Одатда, банер сўзга чиқадиган ташкилотчиларнинг столи орқасига осилади. Ҳар бир иштирокчи микрофондан бемалол фойдаланиш имкониятига эга бўлиши керак. Бюджет кўтарса, иштирокчиларни ичимлик суви ва стаканлар билан таъминланг.

Бешинчи қадам: Сўзга чиқувчиларни кутиб олиш

Агар матбуот анжуманида экспертнинг сўзга чиқиши кутилаётган бўлса, уни бинога киришда кутиб олинг. Матбуот анжуманини ўтказиш тартиби бузилмаслиги учун эксперт ва боша иштирокчиларни олдиндан регламент билан таништириш зарур.

Олтинчи қадам: Вазифаларни тақсимлаш

Матбуот анжуманини олиб бориш учун модератор масъул ҳисобланади. Видео тақдимот кўзда тутилган бўлса, тадбирнинг техник жиҳати учун масъул ходимни тайинланг. Тадбир бошланишида уни олиб борувчи барчани

олқишлайди ва иштирокиларни таништиради, сўзга чиқиш регламентини эълон қилади, савол беришга навбат тузади, матбуот анжумани тугаганлигини эълон қилади.

Матбуот анжуманларида уяли алоқа телефонларни ўчириш ёки товушсиз режимга ўтказиб қўйиш қабул қилинган, савол бериш учун қўлни кўтариш керак. Журналистлар ўзини таништириши – исмини ва ОАВнинг номини айтиши керак.

Маслаҳат: *Ҳокимга этикет ва протокол бўйича модераторлик ахборот хизмати ходимларининг вазифаси деган фикрни етказинг.*

Еттинчи қадам: *Матбуот анжумани бошланди. Матбуот анжуманини қанчалик узоқ давом эттириш мумкин?*

Матбуот анжуманини белгиланган вақтда бошланг. Баъзан 3-5 дақиқа кеч бошлаш мумкин. Матбуот анжуманини чўзиб юбормаган маъқул. Матбуот анжуманига ажратилган вақт – узоғи билан 1 соат. Агар берилмаган саволлар қолиб кетган бўлса, матбуот анжуманини одоб билан тугатиш керак. Ёдингизда тутинг, матбуот анжумани тугагач, айрим журналистлар шахсан ҳокимлик вакиллари, эксперт ёки бошқа таклиф этилган иштирокчилардан интервью олишни истайдилар. Матбуот анжуманини режалаштираётганингизда ва вақтни тақсимлаётганингизда шу босқични ҳам ёддан чиқарманг.

Маслаҳат: *Ёдда тутинг, журналистларнинг бошқа режалаштирган тадбирлари бўлиши мумкин, шунинг учун матбуот анжуманини чўзиб юборманг.*

Маслаҳат: *Матбуот анжуманини ташкил этаётганда барча техник воситаларни текширувдан ўтказиш, чунки уларнинг ишдан чиқиши тадбирни тўхтатиб қўйиши ва умумий кайфиятга салбий таъсир кўрсатиши мумкин.*

Саккизинчи қадам: Саволларга жавоб берамиз

Агар матбуот анжумани чоғида шундай вазият юзага келиб, Сизни танқид остига олсалар ёки эътироз билдирсалар, танқид ва эътирозни диққат билан тингланг. Ҳеч қачон очиқ-ойдин эътироз билдирманг. Эътирозлардан ва ифвогарлик мақсадида берилган саволлардан ҳижолат чекканингизни кўрсатманг.

Жавобни “Ўткир савол учун раҳмат” ёки “Ҳа, Сиз кўтарган муаммо ҳақиқатан ҳам бор” деган жумла билан бошланг. Ўзингиз яхши билган ва керак деб ҳисоблаган мавзуда гапиринг ва маълумот беринг.

Маслаҳат: Агар жавобингиз бўлмаса, “Ҳозирги пайтда менда бу ҳақда маълумотлар йўқ” денг, бу “изоҳ йўқ” ёки “Жавоб беришни истамайман” дегандан кўра яхши. Жавобни билмасангиз, худди шундай деб айтинг. Акс ҳолда журналистлар Сиз учун фикрни тугатиши ёки материалда Сизни жавоб беришдан бош тортди, деб кўрсатиши мумкин. Бу эса ҳокимлик обрўсига пўтур етказиши мумкин. Саволни ёзиб олинг ва уни берганга бу саволга маълум вақтдан кейин жавоб беришингизни айтинг (масалан, 24 соат ичида – бундай жавоб доим яхши қабул қилинади).

Тўққизинчи қадам: Якун ясаш

Кўп ҳолларда тадбир тугагандан кейин журналистлар қўшимча маълумот олиш учун ташкилотчилар ва экспертларга мурожаат қиладилар. Бу ҳақда маърузачиларни олдиндан огоҳлантириб қўйиш керак. Матбуот анжумани тугугач, ахборот хизмати ходимларини тўпланг ва тадбирнинг маъқул ва номаъқул томонларини муҳокама қилинг. Бу келгусида бундай тадбирларни ўтказишни янада такомиллаштириш ва йўл қўйилган хатоларни бартараф этиш учун керак.

Матбуот анжуманидан бир неча кун ўтгач, ОАВда матбуот анжуманида олинган ахборот асосида эълон қилинган материаллар мониторингини олиб боринг. Ёдда тутинг, босма ОАВда ахборотни нашр қилиш учун вақт керак – одатда, бир неча кун. Электрон ОАВда материаллар шу куннинг ўзида ёки тадбирдан кейинги куни чиқади.

Мониторинг якунларини пресс-клипинг (газета ва журналлар тўплами, сайтдаги маълумотларни босиб чиқариш ва ҳоказо) кўринишида тузиб, у билан ҳокимни таништиринг.

Матбуот анжуманида нима қилиш керак?	Матбуот анжуманида
Матбуот-конфекренциясидан бир неча кун олдин ахборот хизмати ходимлари таклифномалар тайёрлаб, ОАВ вакилларига жўнатишлари керак. Бу ОАВ матбуот анжуманида у ёки бу ходимнинг иштирок этишини режалаштириш учун керак.	Сизга бирон сабабдан ёқмайди журналистни эътибордан четга Унга масалани муҳокама қилиш фикрини билдириш имконини билан яхши алоқада бўлиш до обрўсига ижобий таъсир кўрса

керак.	қилаётган нашрнинг йўналиши этимас.
--------	--

5.4.1. Матбуот анжуманини ўтказишда энг кўп йўл қўйиладиган хатолар

1-хато. Матбуот конференцияси ташкилотчилари учун муҳим мавзуни журналистлар учун ҳам аҳамиятли деб ўйлаш.

2-хато. Матбуот конференцияларида жуда кўп терминлар қўлланилади. Баъзан журналист гап нима ҳақидалигини тушунмай қолиши мумкин. Одатда, журналистлар нотаниш терминларни эшитганда, гарчи саволлар бериш тўғрисидаги илтимос бир неча бор айтилган бўлса ҳам, индамай қўя қолади.

3-хато. Матбуот конференциясини оддий тадбир, деб ҳисоблаб, шу вақтда ўтказилиши режалаштирилган аҳамиятга эга бошқа тадбирларни инобатга олмаган ҳолда унга журналистларни ва иштирокчиларни икки кун олдин таклиф этиш.

4-хато. Мажлис минбаридаги кимнинг ким эканлигига ишора қиладиган табличкаларни, иштирокчи ва ташкилотларнинг бейджиларини, шунингдек, келган меҳмонлар рўйхатини қуруқ расмиятчилик, деб ҳисоблаш. Минбарда табличкаларнинг йўқлиги журналистлар томонидан матбуот анжумани чоғида ҳам, ОАВда материални чоп этишга тайёрлаётганларида ҳам иштиокчи ва сўзга чиққанларнинг исми шарифи, лавозимини адаштириб юборишларига олиб келиши мумкин.

5-хато. Баъзи ташкилотчилар пресс-релиз матбуот конференциясида зарурий элемент эмас, деб ҳисоблайдилар. Аммо, пресс-релиз ОАВ вакилларининг ишини енгиллаштиради, уларга материални сифатлироқ тайёрлашга ёрдам беради.

6-хато. Матбуот анжуманни сўзга чиқувчининг ўзи олиб бориши керак, деган фикр.

7-хато. Журналист – кўп масалаларда дилетант ҳисобланиши ва саволларига жавоб бераётганда унинг беҳабарлигини таъкидлаш мумкин, деган фикрдан йироқ бўлинг. Бу мутлақо нотўғри фикр. Бунинг устига журналист иш жараёнида дуч келадиган барча масалаларни бир хил ва чуқур тушунмаслиги ҳам мумкин ва бу шарт ҳам эмас. Бу унинг ваколатига кирмайди. Журналистнинг вазифаси – ахборот узатиш, уни оммага етказиб беришдир.

8-хато. Журналистларни таклиф этаётганингизда уларнинг ўз нашрида ёритадиган мавзуларини инобатга олмаслик тўғри бўлмайди. Агар Сиз ким ва

унинг нималар тўғрисида ёзиши юзасидан картотека олиб бормасангиз, сўзга чиқувчи журналистларнинг шахсий симпатия ва антипатиялари тўғрисидаги маълумотга эга бўлмасангиз, журналистлар ўзини қандай тутишини, қандай саволлар бериши мумкинлигини, шунингдек, қандай фикр-мулоҳазалар билдиришини олдиндан айтиб беришингиз осон бўлмайди¹².

5.5. Пресс-релиз. Пресс-релизнинг турлари, мақсадлари

*Пресс-релиз*¹³ – бу ахборот хизмати томонидан деярли ҳар қандай йирик тадбирларга тайёрланадиган асосий тезкор ишчи ҳужжатдир. Пресс-релиз – матбуот учун ахборот бўлиб, унда янгилик, ҳокимиятнинг бирон масала бўйича нуқтаи назари баён этилади ва ОАВда чоп этиш учун юборилади. Одатда, ташкилотнинг у ёки бу ахборот сабабига жавоб кўринишидаги расмий позицияси пресс-релизда акс эттирилади¹⁴.

Пресс-релиз материали керакли ОАВда чоп этилиши учун у қуйидаги қоидаларга¹⁵ мос тарзда тузилгани маъқул:

- 1) пресс-релиздаги ахборот у юборилаётган нашр мухлислари учун қизиқарли ва керакли бўлиши керак;
- 2) ахборот ҳозирги кун учун долзарб бўлиши керак;
- 3) ахборот ижтимоий аҳамиятга эга бўлиши ва ўқувчилар учун қизиқарли бўлиши керак;
- 4) пресс-релизда таниқли раҳбар ёки мутахассисларнинг ушбу масала юзасидан фикр-мулоҳазалари акс эттирилган бўлса, нур устига аъло нур бўлади.

Ташкилот бирон янгилик ёки ахборотни ўз ичига олмаган пресс-релиз тарқатадиган бўлса, унинг янгилик манбаи сифатидаги обрўсига путур етади.

Пресс-релизнинг қуйидаги турлари мавжуд:

1. Пресс-релиз – анонс¹⁶. У янги ҳодиса тўғрисида ахборот беради, унда иштирок этишга таклиф этади ва у жуда қисқа бўлади.

¹² О.Дейнега. Простые ошибки серьезного мероприятия. // <http://www.triz-ri.ru/themes/method>

¹³ Роман Масленников. 101 совет по PR. – М.: “Альпина Паблишер”, 2012. – с. 74.

¹⁴ Ўша манба.

¹⁵ Игнатъев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия Public Relations. – М.: “Альпина Паблишер”, 2004 г. – с. 496.

¹⁶ Гундарин М. Книга руководителя отдела PR. Практические рекомендации. – СПб.: Питер, 2006 г.

2. Таҳлилий пресс-релиз¹⁷. Нашр учун деярли тайёр материал бўлиб, унда фақат ахборот берилибгина қолмай, балки асослаб ҳам берилади, бу факт ва ҳодисалар таҳлилидир.

3. News-релиз¹⁸. Журналистларга янгилик таклиф этувчи ахборот материали.

Пресс-релиз – тузилиш шаклига кўра¹⁹:

Нашрий пресс-релиз. Ўзгариш ва қўшимча ишловларсиз чоп этишга тайёр материал.

Техник пресс-релиз. Унда ахборот бериш сабабининг барча асосий жиҳатлари ва тафсилотлари баён этилади. Аммо, унинг устида адабий жиҳатдан ишлаш талаб этилади.

Пресс-релиз – резюме. Бирон ҳисобот, чиқиш, тақдимотнинг асосий жиҳатлари, яқунлари, хулосалар қисқача баён этилади.

Илова қилинадиган маълумот пресс-релизи. Унда асосий янгиликни тўлиқроқ ёритиб бериш имконини берувчи қўшимча маълумотлар чоп этилади.

Пресс-релиз – эълон. Атиги бир неча гапдан ташкил топган бўлиши мумкин.

5.5.1.Пресс-релизнинг тузилиши

- логотип
- Сана (_____)
- Пресс-релиз
- САРЛАВҲА

Сарлавҳа қисқа ифода этилиши ва тадбирнинг моҳиятини акс эттириши лозим.

• Лид (сўзбоши) — бу биринчи хатбоши бўлиб, унда материалнинг “асл” моҳияти баён этилади. У битта гапдан кўп бўлмаслиги керак.

Лидда қуйидаги ахборот берилади:

¹⁷ Гундарин М. Книга руководителя отдела PR. Практические рекомендации. – СПб.: Питер, 2006 г.

¹⁸ Ўша манба.

¹⁹ Игнатъев Д., Бекетов А. Настольная энциклопедия Public Relations. – М.: “Альпина Паблишер”, 2004 г.

1. Ҳодиса, тадбир иштирокчилари ва ҳоказо;
2. Қандай ҳодиса, янгилик юз берди;
3. Ҳодиса қачон ва қаерда содир бўлган ёки бўлади;
4. Ҳодиса жараёни.

- **Асосий матнда** албатта ҳодиса билан боғлиқ аниқ рақамлар, фактлар, ҳодиса иштирокчиларининг шарҳи келтирилиши керак.
- **Пресс-релиз сўнгида** ташкилот тўғрисида маълумот берилиши керак: тўлиқ маълумотлар – фаолият йўналиши.
- **Аккредитация.** ОАВ вакилларига тадбир иштирокчиси бўлиш тартибини маълум қилиш керак: рўйхат бўйичами ёки таклифномалар бўйичами. Бундан ташқари, ахборот хизматига таҳририят ва журналист тўғрисидаги маълумотларни тақдим этиш санаси кўрсатилиши керак.
- **Алоқа ўрнатиш ёки қайта боғланиш учун маълумотлар:** ОАВ билан алоқада бўладиган шахс, лавозими факс, e-mail, расмий сайт, телефон.

Пресс-релиз реклама варақасига айланиб қолмаслиги, бир нашр варақидан ошмаслиги ва фақат битта янгилик тўғрисидаги ахборотни ўз ичига олган бўлиши керак. Пресс-релизни ушбу янгилик билан қизиқадиган ОАВга юборган маъқул.

Сиз тақдим этган ахборот чоп этилишини хоҳласангиз, журналистларга нима ёқмаслигини билишингиз керак:

- Факс орқали ўтказилган хира нусха. Яхшиси, пресс-релизни электрон почта орқали юборинг.
- Матнда йўл қўйилган грамматик хатолар. Бу матн билан ишлаётган барчани ғашига тегади. Матнни жўнатишдан олдин текширинг.
- Ахборотни ўз вақтида узатинг. Аммо нашрнинг навбатдаги сони чиқадиган вақтга тақаб эмас. Бундай қилсангиз ахборот хизмати ахбороти ушбу сонга киритилмаслиги аниқ – ҳеч ким ахборот хизмати ходимининг масъулиятсизлиги туфайли газетанинг чиқишини кечиктирмайди.

5.5.2. Пресс-релизни ёзиш қоидалари

Бирон пресс-релиз ёзишни бошлашдан олдин ўз-ўзига “Бу матн кимга мўлжалланган?” деган савол қўйиши керак. Ёдингиздан чиқарманг – пресс-релизлар ОАВ вакиллари учун ёзилади. Журналистлар Сизнинг ахборотингиздан аниқ фактларга таянган ҳолда ва самарали фойдаланиши керак.

Сиз берган ахборотнинг асосини нима ташкил қилади? Ўқувчига қандай фикрни етказмоқчисиз?

- Ортиқча сўзларни ишлатманг. Агар маъносига путур етказмасдан туриб, матндан бирон сўз ёки иборани олиб ташлашнинг имкони бўлса, олиб ташланг. Қисқа, 7-9 сўздан иборат гаплар билан ёзинг.
- Агар Сиз бир мавзу бўйича бир неча тадбир ўтказган бўлсангиз, уларни бирлаштиринг ва битта пресс-релиз тайёрланг. Агар ҳодисалар турли характерга эга бўлса, ҳар бир ҳодиса бўйича алоҳида пресс-релиз тайёрлаш керак ва бу пресс-релизларда фактлар, сатистик ва бошқа маълумотлар тўлиқ акс эттирилиши керак.
- Пресс-релиз ёзишдан мақсад – жамоатчиликни хабардор қилиш, ҳокимликнинг ижобий имиджини шакллантириш.
- Пресс-релиз газета саҳифасига эълон қилиниши учун шуни ёддан чиқармангки, одамлар уларнинг ҳаётига таъсир қилиши мумкин бўлган нарсалар тўғрисида ёки уларга жуда қизиқ бўлган мавзулар тўғрисида ўқишни хоҳлашади. Доимо ёдда тутинг: ОАВни барча содир бўлаётган ҳодисалар қизиқтиради.



Жиззах вилоят ҳокимлиги Ахборот хизмати
Информационная служба хокимията Джизакской области
Information centre of the Djizakh regional khokimiyat

2012 йил 5 июль, Жиззах шаҳри

ПРЕСС – РЕЛИЗ

2012 йил 5 июль куни Жиззах вилояти ҳокимлигининг Ахборот хизмати томонидан вилоят ҳокими ўринбосари, Хотин-қизлар қўмитаси раиси А.А. иштирокида тиббий хизмат сифатини яхшилаш, аҳоли, айниқса, аёллар ва болалар саломатлигини мустаҳкамлаш мақсадида ўтказилаётган тадбирлар самарадорлигини ошириш масалаларига бағишланган матбуот анжумани ташкил этилди.

Тадбирнинг бошланишида вилоят ҳокими ўринбосари, Хотин-қизлар қўмитаси раиси А.А. жорий йилнинг 6 ойи мобайнида Жиззах вилоятида юқоридаги йўналишларда амалга оширилган тадбирлар тўғрисида ахборот маърузаси билан сўзга чиқди.

Қайд этилганидек, бугунги кунда Жиззах вилояти аҳолиси 1190300 кишини ташкил этади, шулардан 298895 (25,1%) нафари туғиш ёшидаги хотин-қизлардир. Жорий йилнинг 6 ойи мобайнида туғиш ёшидаги 253725 (85,0%) нафар аёл аҳолининг репродуктив саломатлигини мустаҳкамлаш дастури доирасида тиббий кўриқдан ўтди. 144073 нафар аёлда турли эксрагенитал касалликлар аниқланди, ҳозирга кунда 137153 (85,0%) нафар аёлларни амбулатор ва 6920 (4,8%) тасини стационар шароитда даволаш бўйича ишлар олиб борилмоқда. Жорий йилнинг ўтган даврида 14 ёшгача бўлган 362255 нафар бола тиббий кўриқдан ўтказилди, ҳозирда уларни соғломлаштириш бўйича тадбирлар амалга оширилмоқда.

Ўтган 6 ой давомида Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни сақлаш вазирлиги томонидан тиббиёт институтлари, шунингдек, республика илмий-амалий тиббий марказлари иштирокида 5 маротаба “Туғиш ёшидаги аёллар, ўсмир ёшдаги қиз ва ўғил болаларни соғломлаштириш ҳафталиги” ўтказилди. 108 та қишлоқ врачлик пунктларида 9720 нафар аёл, 8450 та ўсмир ёшдаги қиз ва ўғил болалар тиббий кўриқдан ўтказилиб, соғломлаштирилди. Олиб борилган тадбирлар самараси натижасида болалар ўлими 3 нафарга, туғилиш 181 нафарга камайди.

Шунингдек, ўтган 6 ой давомида вилоятда 3000 та никоҳ қайд этилди, оила қуриш истагида бўлган барча ёшлар тиббий кўриқдан ўтказилди.

Агар 2011 йилда 15-16 ёшли қизлар ўртасида 2 та фарзанд кўриши ҳолатлари (Арнасой ва Пахтакор туманларида) қайд этилган бўлса, жорий йилнинг 6 ойи мобайнида бундай салбий ҳолат кузатилмади. 2012 йилнинг 6 ойи мобайнида битта 17 ёшли қиз фарзанд кўрди (Зарбдор туманида), ваҳоланки 2011 йилда бундай ҳолат 11 марта қайд этилган эди.

Туғиш ёшидаги 31855 нафар аёл контрацептив воситалар билан таъминланди.

Матбуот анжуманида вилоят она ва бола скрининг марказида ўтказилаётган тадбирлар тўғрисида ҳам ахборот берилди. Хусусан, марказ лабораториялари ва кабинетлари энг замонавий тиббий ва техник асбоб-ускуналар билан таъминланди, бу ерда 5 нафар врач, 9 нафар тиббиёт ҳамшираси, шунингдек, 9 нафар кичик тиббиёт ходимлари меҳнат қилмоқда.

Жиззах вилояти ҳокимлиги
учун телефон: (8-372) 000-00-00

Мурожаат

Ахборот хизмати
press@jizzax.uz

Жиззах шаҳри, Ш.Рашидов шоҳ кўчаси, 64-уй,
www.jizzax.zn.uz

e-mail:

www.jizzax.uz,



Жиззах вилоят ҳокимлиги Ахборот хизмати
Информационная служба хокимията Джизакской области
Information centre of the Djizakh regional khokimiyat

2012 йил 5 июль, Жиззах шаҳри

ПРЕСС – РЕЛИЗ

Жиззах вилояти ҳокимлигида аҳоли саломатлигини мустаҳкамлаш, тиббий хизмат сифатини ошириш масалаларига бағишланган ҳисобот матбуот анжумани бўлиб ўтди. Матбуот анжуманида вилоят ҳокими ўринбосари, Хотин-қизлар қўмитаси раиси А.А. иштирок этди.

Сўнгги маълумотларга кўра, Жиззах вилояти аҳолиси 1 190 300 нафар кишини ташкил этади, шундан 298 895 (25,1%) нафари туғиш ёшидаги хотин-қизлардир. Ҳисобот даврида 253 725 (85,0%) нафар туғиш ёшидаги аёллар тиббий кўрикдан ўтказилди. Уларнинг 57,0 фоизда экстрагенитал касалликлар аниқланди. Шулардан 95 фоиз аёллар амбулатор режимида, 5 фоизи стационарларда даволанди.

Жорий йилнинг 6 ойи мобайнида 14 ёшгача бўлган 362 256 бола тиббий кўрикдан ўтди. Аниқланган касалликлар натижасига кўра болалар зарур муолажаларни олдилар.

Аҳолининг тиббий кўрикдан ўтказилиши “Туғиш ёшидаги аёллар, ўсмир ёшдаги қиз ва ўғил болаларни соғломлаштириш ҳафталиги” доирасида

ташкил этилди. Ҳафталик Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни сақлаш вазирлиги томонидан ташкил этилди. А.А. аҳолини соғломлаштириш бўйича ўтказилган тадбирлар натижасида 2012 йилнинг 6 ойи мобайнида Жиззах вилоятида болалар ўлими 3 нафарга камайганлигини таъкидлаб ўтди.

Ўтган 6 ой давомида вилоятда 3000 никоҳ қайд этилди, барча келин-куёвлар тиббий кўрикдан ўтди. А.А. оила қуришдан олдин тиббий кўрикдан ўтиш касалликларни аниқлаш ва вақтида зарур даволаш курсини ўтиш имконини беришини таъкидлаб ўтди.

Хотин-қизлар томонидан вилоят аёллари ўртасида мунтазам тушинтириш ишлари олиб борилмоқда. Ва бу ўзининг ижобий натижаларни бермоқда. Олиб борилаётган ишлар натижасида 31 855 нафар туғиш ёшидаги аёл контрацептив воситалар билан таъминланди.

Матбуот анжуманида замонавий асбоб-ускуналар билан таъминланган вилоят она ва бола скрининг маркази тўғрисида ҳам сўз борди.

Маълумот берувчи шахс: **Эшмат ТОШМАТОВ.**

Жиззах вилояти ҳокимлиги
учун телефон: (8-372) 000-00-00

Ахборот хизмати
press@jizzax.uz

Жиззах шаҳри, Ш.Рашидов шоҳ кўчаси, 64-уй
www.jizzax.zn.uz

Мурожаат

e-mail:

www.jizzax.uz,

5.5.3.Пресс-релизни тузиш ва расмийлаштириш

- Умум қабул қилинган қоидаларга²⁰ мувофиқ, пресс-релизда журналистга пресс-релиздан қачон фойдаланиш ва қандай фойдаланмасликни ўргатиш мумкин эмас.
- Пресс-релизни тескари ағдарилган пирамида тамойили бўйича тузинг. Асосий мақсад биринчи жумлада баён этилиши керак. Биринчи хатбоши ҳодиса ҳақида қисқа маълумот бериши керак.
- Лид йўгон шрифт билан ажратилади. Сўнгги хатбошида ташкилотнинг тўлиқ номи, манзили, телефон рақами, ёзилган сана, алоқа телефонлари ва маълумот берувчи шахснинг Ф.И.Ш. кўрсатилади.
- Матн 1,5 интервалда ёзилади.

²⁰ С.Антропов. Как правильно написать пресс-релиз? Примеры и образцы пресс-релизов.
<http://brave-agency.ru/articles/86/>

- Пресс-релизда журналистларнинг диққатини бирон-бир жумлага қаратиб қўймаслик учун алоҳида гапнинг тагига чизиш ёки ажратиш мумкин эмас.
- Матн қисқа бўлиши керак. Энг мақбули – 1 варақдан иборат.
- Катта ҳарфлардан имкон қадар кам фойдаланинг.
- 1 дан 9 гача бўлган сонлар ҳарф билан ёзилади. Бошқалари, шу жумладан, саналар ҳам сонлар билан ифодаланилади. Агар Сиз кўп сонли рақамдан иборат мисол келтираётган бўлсангиз, ноллар ўрнига “минг” ёки “миллион” деб ёзиш мумкин.
- Қўштирноқ фақат кўчирма гапда ишлатилади.
- Матнни илмий терминларга тўлдирманг.
- Пресс-релиз ёзаётганда 12-14 кегель размерда Arial ёки Times New Roman шрифтидан фойдаланган маъқул. Бу шрифтлар электрон кўринишда яхши ўқилади ва пресс-релиз факс орқали жўнатишда сифатли чиқади.

5.6. Фотосуратни жойлаштириш қоидалари

Газеталарга ҳаракат, динамикани тасвирловчи сифатли фото-суратларни **jpeg** форматида жўнатиш керак. Бундай фотосуратлар статик (ҳаракатсиз) фотосуратлардан кўра яхши. Одамлар тасвирланган фотосуратларни танланг. фотосуратнинг максимал ҳажми 640x480 пиксел бўлиши керак, айти пайтда оловчи билан келишилган ҳолда уларнинг техник мутахассислари фотосуратни қайта ишлаб, керакли формат ва ҳажмга келтириб олиши учун юқори ечимли катта ҳажмли фотосуратларни ҳам юбориш мумкин.

6. АХБОРОТ ХИЗМАТИНИНГ ФАОЛИЯТИДА ИНТЕРНЕТ РЕСУРСЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ

Ҳокимликнинг расмий сайтини очиш – ахборот хизмати учун жуда масъулиятли қадам. Кун сайин жадал ривожланиб бораётган ахборот технологиялари кўплаб қўтилмаган янгиликлар туҳфа этиши мумкин ва уларнинг ҳаммасини ҳам ёқимли, деб бўлмайди. Мазкур бобда норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар келтирилган бўлиб, ҳокимлик сайти ана шу ҳужжатлар талабига жавоб бериши лозим. Шу билан бирга бу ҳужжатлар интернет майдонига

чиққанингизда Сизнинг ҳуқуқий ёрдамчингизга айланади. Бунинг учун ушбу рисолада мисол тариқасида келтирилган қатор вилоят ҳокимликларининг сайтларидан намуна сифатида фойдаланиш мумкин. Бобда сайтни қандай қилиб тўғри тузиш, бежирим дизайн танлаш, фотоматериалларни тўғри жойлаштириш сингари ишлар тушунтириб ўтилади. Умид қиламизки, сайт учун ахборот ёзишнинг батафсил технологияси, сарлавҳалар билан ишлаш ва сайт ишини такомиллаштиришга хизмат қиладиган турли техник жиҳатлар сиз учун фойдали бўлади.

Бугунги кунда ижтимоий тармоқ ва блоглардан фойдаланиш интернет-сайтни оммалаштириш борасида кенг тарқалган ва энг самарали чоратадбирлардан бири ҳисобланади. Ушбу бобда мазкур коммуникация каналининг ўзига хос хусусиятлари тўғрисида сўз юритилган, ахборот хизмати ишида ижтимоий тармоқ ва блоглардан самарали фойдаланиш юзасидан аниқ тавсиялар келтирилган.

6.1.Ижро ҳокимият ҳудудий органининг расмий веб-сайти

Ахборот технологиялари ва коммуникация тармоқларининг ривожланиши аҳолига хизматлар ва ахборот олиши учун катта қулайликлар яратади. Ўз муаммоларини, шу жумладан, маиший муаммоларни электрон алоқа каналлари, шу жумладан, Интернет орқали ҳал қилаётган кишилар сони йил сайин ортиб бормоқда. Ахборот инфратузилмасини тузиш қоидаларига мувофиқ, давлат ҳокимияти органларининг аҳоли ва бошқа ташкилотлар билан ўзаро алоқалари ўзида барча ресурсларни жамлаган портал орқали амалга оширилиши керак.

Бунинг ўз афзалликлари бор, яъни улар:

- тақдим этиладиган ижтимоий таъминот хизматларининг ҳажми тўғрисида аҳолига объектив маълумот етказиш имконини беради;
- аҳолини ҳукумат ташаббуслари ва дастурларини қўллаб-қувватлаш ишларида фаол иштирок этишга жалб қилади;
- ҳокимликнинг хўжалик юритувчи субъектлар билан фаолиятининг очиқлигини таъминлайди. Бундан ташқари, портал “ягона ойна” концепциясини амалда татбиқ этиш имконини беради. Бу концепция турли масалалар (солиқлар, рўйхатдан ўтиш, субсидиялар, лицензиялаш ва ҳоказо)ларнинг ечимини топишда ёрдам беради;
- кундалик ҳамда зудлик билан ҳал этишни талаб этадиган долзарб муаммоларнинг ечимини топишда турли давлат тузилмаларининг биргаликда ҳаракат қилиши учун имконият яратади.

Давлат органи расмий сайт орқали кўрсатилиши мумкин бўлган асосий ахборот хизматлари рўйхатига қуйидагиларни мажбурий тартибда киритиш тавсия этилади:

а) давлат органи раҳбари тўғрисидаги маълумотлар (фамилияси, исми, отасининг исми, таржимаи ҳолига тааллуқли маълумотлар, алоқа ўрнатиш учун керакли маълумотлар. Фуқароларни қабул қилиш кунлари);

б) давлат органининг фуқароларнинг мурожаатлари билан ишлаш бўйича қуйи ташкилотларининг телефон рақамлари ва манзиллари (почта ва электрон манзили ва ҳоказо), уларнинг иш тартиби, маълумот хизмати ва ишонч телефонлари рақамлари;

в) давлат органлари томонидан қабул қилинадиган ариза, бланк ва статистик ҳисобот шакллари;

г) фуқароларнинг ариза, шикоят ва бошқа турдаги мурожаатларини қабул қилиш тартиби тўғрисидаги маълумот;

д) давлат органи фаолияти тўғрисида таҳлилий маърузалар ва ахборот характериға эға шарҳлар;

е) давлат органи раҳбарларининг расмий чиқишлари ва баёотлари матни;

ж) давлат органининг расмий статистик маълумотлари;

з) бошқа тегишли сайтларға ўтиш учун мурожаатлар;

и) электрон-рақамли имзо қўлланилган сайин юридик ва жисмоний шахслардан ҳисобот, хат, ариза, шикоят ва бошқа турдаги мурожаатларни қабул қилиш имкониятлари.

Ҳар куни янгилаб бориладиган веб-сайт умум эътироф этилган афзалликларға эға бўлади:

Жамоатчилик билан кенг доимий алоқада бўлиш имконияти. Интернет одамлар билан куниға 24 соат, ҳафтасиға 7 кун, йилиға 365 кун алоқада бўлиш имкониятини беради.

Кечикмай жавоб олиш. Интернет юзаға келаётган масалалар бўйича ечимни топишда зудлик билан ишға киришишға ёрдам беради.

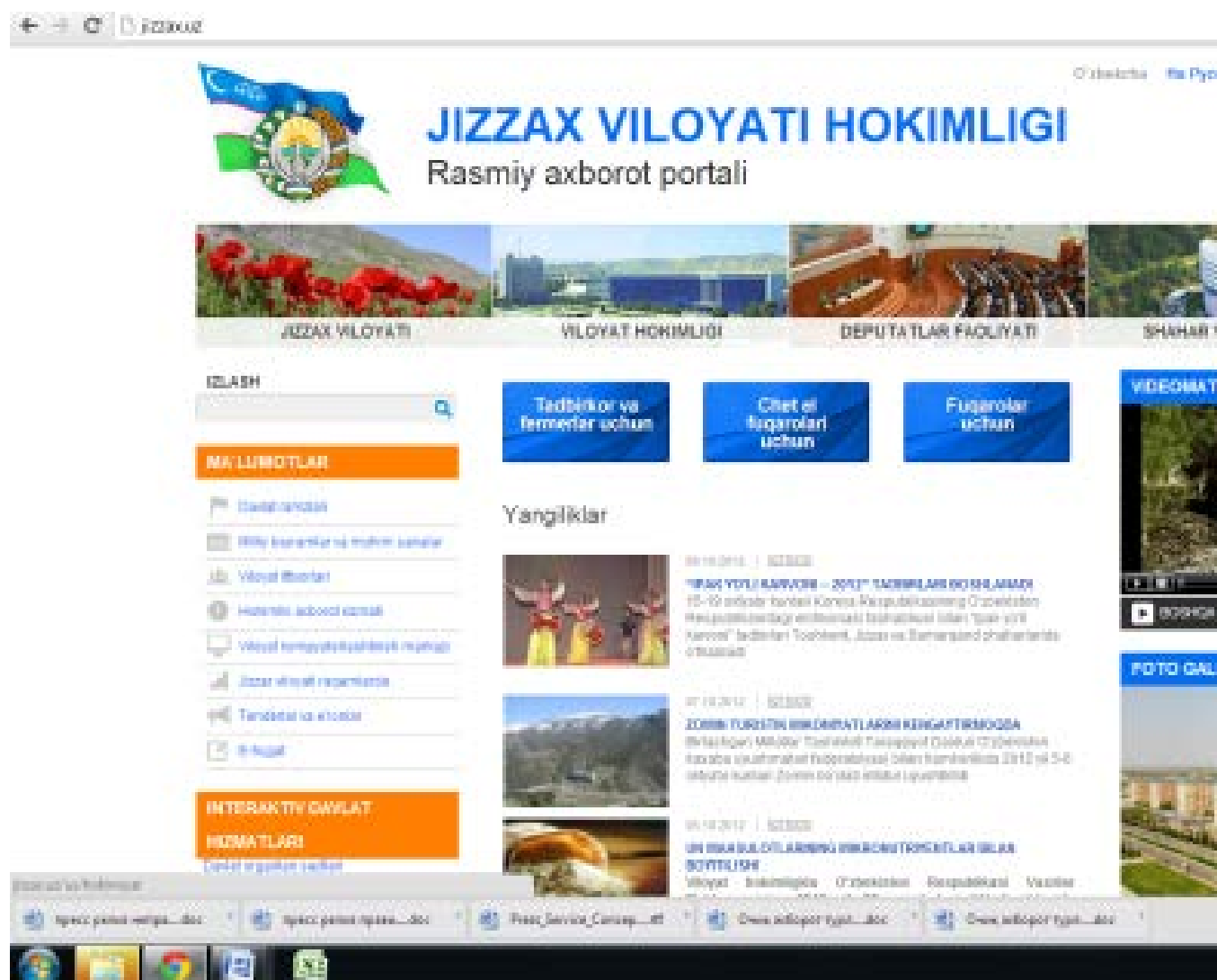
Глобал аудитория. Онлайн режимида ҳеч қандай географик тўсиқнинг ўзи йўқ.

Аудиторияни билиш. Интернет интерактив бўлгани туфайли ҳокимлик ва жамоатчилик ўртасида доимий равишда ўзаро алоқа ўрнатилади. Бунда қандайдир тахминларга хожат қолмайди, чунки у аудиторияга нима кераклигини тушунишга ёрдам беради.

Иккиёқлама алоқа. Анъанавий оммавий ахборот воситалари пасив кузатувчилик ролини тақлиф этиб, жамоатчилик иштирокини ўқувчи ва мухлис ларга чеклаб қўяди. Интернет орқали эса аудитория веб-сайт орқали ҳокимлик ходимлари билан эркин мулоқот қилиши, яъни фаол ўзаро алоқа ўрнатилиши мумкин.

Рентабеллик. Интернетдан фойдаланиш учун ҳақ борган сари арзонлашиб бормоқда, демак Интернет орқали мулоқот қилишнинг иқтисодий самарадорлиги ортади. Канцелярия буюмларига, материални қоғозда босиб чиқаришга эҳтиёж қолмайди. Аммо ютуқ, аввало, иқтисодий эмас, коммуникация соҳасида рўй беради.

Жиззах вилояти ҳокимлигининг расмий веб-сайти:
<http://www.jizzax.uz>



Бухоро вилояти ҳокимлигининг расмий веб-сайти:
<http://www.buxoro.uz/>



Сурхондарё вилояти ҳокимлигининг расмий веб-сайти:
<http://www.surxon.gov.uz/>



Фарғона вилояти ҳокимлигининг расмий веб-сайти:
<http://www.ferghana.uz>



Сайт (ингл. *website*: *web* – “ўргимчак тўри, тармоқ” ва *site* – “ўрин”, сўзма-сўз таржима қилганда “тармоқдаги ўрин, сегмент, бўлак”) – хусусий шахс ёки ташкилотнинг битта адресда (домен ном ёки IP-манзил) жамланган компьютер тармоғидаги электрон хужжатлари (файллар) тўплами .

6.1.1.Веб-сайтга қўйиладиган асосий талаблар

2005 йил 22 ноябрда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ахборотлаштириш соҳасида норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш тўғрисида”ги 256-сонли қарори қабул қилинди. Мазкур қарор Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги Қонунига мувофиқ, шунингдек, Вазирлар Маҳкамасининг 2004 йил 7 майдаги “Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш агентлиги фаолиятини такомиллаштириш чоратадбирлари тўғрисида”ги 215-сонли қарори ижросини таъминлаш мақсадида қабул қилинди. Ушбу қарор билан давлат ахборот ресурсларини шакллантириш тартиби тўғрисидаги Низом тасдиқланган бўлиб, Низомда **қуйидагилар белгиланган:**

- давлат ахборот ресурсларига киритиладиган ахборотни ҳужжатлаштиришга қўйиладиган асосий талаблар;
- давлат ахборот ресурсларини ташкил этиш тартиби;
- давлат ахборот ресурсларининг ахборот хавфсизлигини таъминлаш;
- давлат ахборот ресурсларини ташкил этиш ва улардан фойдаланиш учун масъул давлат органларининг ҳуқуқ, мажбурият ва масъулиятлари;
- давлат ахборот ресурсларини ташкил этиш ва улардан фойдаланишда юридик ва жисмоний шахсларнинг ҳуқуқ, мажбурият ва масъулиятлари.

Шунингдек, давлат органларининг ахборот тизимларини яратиш тартиби тўғрисидаги Низом тасдиқланган. Низомда **қуйидагилар белгиланган:**

- давлат органининг расмий сайтига қўйиладиган талаблар;
- давлат органининг расмий сайтида жойлаштириши шарт бўлган ахборотлар рўйхати;
- расмий сайтга қўйиладиган талаблар;
- расмий сайтнинг мазмунига қўйиладиган талаблар²¹.

²¹ <http://pc.uz>

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органи сайтининг **мақсади аудиторияси бу:**

- Ўзбекистон Республикаси фуқаролари;
- иқтисодий муносабат субъектлари;
- Ўзбекистон Республикасининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари;
- оммавий ахборот воситалари;
- хориждаги ватандошлар;
- хорижий аудитория.

Ҳокимлик – маҳаллий давлат ҳокимияти ижроия органидир, шунинг учун унинг веб-сайти:

- чиройли ва бежирим кўринишга, замонавий дизайнга эга бўлиши;
- ишончли ва долзарб маълумотларга эга бўлиши;
- фойдаланувчилар учун қулай сервисга эга бўлиши;
- осон ва тез янгиланиб бориши керак.

Сайтдан олинadиган биринчи таассурот жуда муҳим. У эътиборни тортса, ўз истеъмолчисига эга бўлади, акс ҳолда эга бўлолмайди. Албатта бу осон вазифа эмас. Аммо, бошқа йўл йўқ, чунки Интернетда сайтлар ва материаллар жуда кўп. Шунинг учун сайт дизайнининг ўз ўрни ва роли бўйича жойлаштирилган материалларнинг мазмуни билан бир қаторда сайтнинг қизиқарлилигини баҳолашда асосий омиллардан бири бўлиши керак.

Сайтни ўзига хос фойдаланувчилар орасида оммалаштиришда уларга бепул бериш мумкин бўлган турли майда нарсаларни тақдим этиш ҳам ўзига хос аҳамиятга эга. Бирон маҳсулот тўплами ва қўшимча фойдали сервисга эга бўлган сайтга кирувчиларни қизиқтириш осон. Шундай ёрдамчиларга ижтимоий сайтлардаги инфомерлар – facebook, twitter ва бошқалар, шунингдек, RSS тасма орқали обуна бўлиш киради.

6.1.2. Сайт учун хабар ёзиш

Хабар ёзишдан асосий мақсад – сайтнинг доимий аудиториясини яратиш, уни кенгайтириш. Матн тузишдан олдин унинг тахминий режасини тузиш тавсия этилади. Одатда, режа сарлавҳа ва кичик сарлавҳалар кўринишида бўлади. Матнни сўзбоши орқали мазмун жиҳатдан кичик блоklarга ажратиш тавсия этилади.

Хатбошига алоҳида объект деб қаралади. Ҳар битта хатбошига битта фикрни жойлаган маъқул. Хатбошининг асосий ғояси бир-икки гапда ифодаланади, қолганлари иккинчи даражали аҳамияга эга. Улар асосий фикрни тасдиқлаш, тавсифлаш ва аниқлаштиришга хизмат қилади.

Асосий фикрни матн бошида ифодалаган маъқул, ўқиганда гап нимадалиги дарров аён бўлсин. Мисол тариқасида Жиззах вилояти ҳокимлиги расмий сайтининг “Янгиликлар” рукнида келтирилган хабарни ҳавола этамиз <http://www.jizzax.uz>:

ОНА ВА БОЛА САЛОМАТЛИГИНИ МУҲОФАЗА ҚИЛИШ – ДОЛЗАРБ МАСАЛА

Жиззах вилояти ҳокимлигининг Ахборот хизмати аҳолига кўрсатилаётган тиббий хизмат сифатини янада ошириш масаласига, хусусан, вилоятда она ва бола саломатлигини мустаҳкамлаш бўйича амалга оширилаётган ишларга бағишланган матбуот анжуманини ўтказиш ташаббуси билан чиқди. Тадбирни ахборот хизмати раҳбари Дилмурод Абдураҳимов кириш сўзи билан очди.

Тадбир бошида матбуот анжумани иштирокчилари вилоят ҳокими ўринбосари, вилоят Хотин-қизлар қўмитаси раиси Шаҳдо Аҳророванинг вилоятда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 1 июлдаги “2009-2013 йилларда аҳолининг репродуктив саломатлигини мустаҳкамлаш, соғлом бола тугилиши, жисмоний ва маънавий баркамол авлодни вояга етказиш борасидаги ишларни янада кучайтириш ва самарадорлигини ошириш чора-тадбирлари Дастури тўғрисида”ги 1144-сонли қарори ижросини таъминлаш юзасидан амалга оширилаётган ишларнинг бориши, шунингдек, 2012 йилнинг биринчи ярим йиллиги якунлари тўғрисидаги маърузасини тингладилар.

Йиғилишда мавзу юзасидан вилоят Соғлиқни сақлаш бошқармаси бошлиги Пўлат Бобоев ҳам сўзга чиқди.

Тадбир давомида журналистлар ўзларини қизиқтирган барча сафолларга батафсил жавоб олдилар.

Таъкидлаб ўтиш жоизки, матн шаклини тузиш нафақат Сизга муаллиф сифатида, балки ўқувчига ҳам қулай бўлиши керак. Шунинг учун матннинг ўзида кўриб чиқиладиган мавзуларни айтиб ўтган маъқул. Матн сўнггида ҳам хулоса сифатида бериш мумкин.

6.1.3.Сайтдаги фотосуратлар, уларнинг ўзига хослик ва долзарблик

Ҳокимлик сайтида жойлаштирилган фотосуратлар ҳам катта аҳамиятга эга. Улар интернетдан фойдаланувчиларнинг диққатини тортади. Шунинг учун фотосуратлар динамик бўлиши, мақоланинг моҳиятини акс эттириши ва сифатли бўлиши керак. Аксарият ҳолларда, битта яхши фотосурат бутун бир мақоланинг ўрнини босади.

Сайтдаги фото-суратнинг максимал ҳажми 640-480 пиксель бўлиши керак.

Сайтга жойлаштиришдан олдин барча фотосуратлар билан график таҳрирда ишлаш, ҳажмини 640-480 пикселгача кичрайтириш керак. Фото-суратларни кичрайтириш ва сиқиш сайтда фойдаланиш учун қулайлик келтиради.

Фотосуратни сайтга жойлаштиришдан олдин график файлни сиқиш режимини танлаш керак. Буни фотошоп менюси – **“Save for Web...”** орқали қилиш осон бўлади.

Сайтда катта ҳажмдаги фотосуратлар ўрнига уларнинг кичкина анонсини кўрсатган маъқул, яъни олдиндан кўриш режими. Бу расмларнинг ҳажми кичкина бўлгани сабабли сайтга кирувчиларнинг трафигини ортиқча сарфламасдан, битта саҳифада катта фотосуратларнинг бир нечта (ўнтагача) анонсини жойлаштириш мумкин бўлади. Шу тариқа сайтга кирувчи кўриш учун ўзига қизиқарли фотосуратни танлаш имкониятга эга бўлади.

6.1.4.Сарлавҳа устида ишлаш

Веб-сайт мавзуси ва мазмунини белгилашда сарлавҳа жуда катта аҳамиятга эга.

Айнан унинг мазмуни интернет-саҳифанинг қолган қисми контенти билан қиёсланади. Саҳифа сарлавҳаси унинг мазмунига қанчалик мос бўлса, қидирув тизими учун у шунчалик қулай бўлади.

Сайтдаги мақола сифатли ёзилган ва танланган мавзуга қатъий жавоб берган ҳолда, унинг мазмунидан тегишли сарлавҳани топиш осон бўлади.

Мақола мазмунини белгиловчи бир нечта сўзларни топиш ва шу сўзлар асосида мақолага сарлавҳа қўйиш керак. Сарлавҳа танлаш мураккаблик туғдирса, материални шундай қайта ишлаш керакки, бунда мураккаблик юзага келмасин.

Сайт учун мақола тайёрлаётганда зарур мавзунини аниқ акс эттирадиган калит сўзлар ва ибораларни топиш, матнни эса шу пойдеворга қуриш керак. Сарлавҳа танлаётганингизда ушбу танланган сўзларни кўчириб ёзиш қолади ва иш якунига етади. Аммо, шунда ҳам матндаги бутун бир гапни сарлавҳага кўчириш тавсия этилмайди.

Шу қоидани ёдингиздан чиқарманг – одамни кийимига қараб кутиб олганларидек, мақолани ҳам сарлавҳасига қараб кутиб оладилар!

Фарғона вилояти ҳокимлиги сайтида материалларга берилган сарлавҳалардан мисол келтирамыз:

Нотўғри сарлавҳалар (шаблон)	Тўғри сарлавҳа (диққатни тортади)
СПОРТ ФЕСТИВАЛИ	Қишлоқ аёллари енгил атлетикада мусобақалашмоқдалар

<http://ru.ferghana.uz/news> 30.07.2012 й.

Қувасойнинг Арсиф қишлоғида Ўзбекистон Республикасининг мустақиллигига бағишланган хотин-қизлар спорт фестивалининг вилоят босқичи бўлиб ўтди. Тадбирда шаҳар ва туманлари корхона, ташкилот ва муаасасаларда меҳнат қилаётган спортга қизиқувчи хотин-қизлардан иборат терма жамоалар иштирок этдилар.

Фестиваль соғлом турмуш тарзини шакллантириш, аёллар саломатлигини мустаҳкамлаш, уларнинг ижтимоий фаоллигини ошириш, хотин-қизларни жисмоний тарбия ва спорт билан шуғулланишга жалб этиш мақсадида ўтказилди.

Маҳаллий болалар ва ўсмирлар спорт мажмуасида бўлиб ўтган фестивални очиш маросимида вилоят ҳокими ўринбосари, вилоят Хотин-қизлар қўмитаси раиси М.Х., “Соғлом авлод учун” журнали бош муҳаррири М.Ю., Қувасой шаҳри ҳокими А.З. ва бошқалар сўзга чиқдилар. Улар инсон ҳаётида спортнинг роли ва фойдаси тўғрисида гапирдилар.

Хотин-қизлар спортнинг волейбол, енгил атлетика, стол тенниси, шахмат каби турларида куч синашдилар...

- фестиваль доирасида ўтказилаётган спорт мусобақалари шубҳасиз аёллар саломатлигини мустаҳкамлашга хизмат қилади, – деб таъкидлади Бешариқ тумани терма жамоаси аъзоси, тиббий бирлашманинг физиотерапия бўлиши массажчиси Д. М. – Мен тиббиёт ходими бўлганим учун ҳам спортнинг аёл саломатлигини сақлашда қанчалик фойдали эканини жуда яхши биламан. Фестивалда иштирок этаётган хотин-қизлар сони йил сайин ошаётганини қайд этиш қувонарлидир, бу бизда хотин-қизлар спорти ривожланаётганидан далолат беради.

Мусобақа натижаларига кўра умумжамоа ҳисобида биринчи ўрин Тошлоқ тумани жамоасига берилди, иккинчи ўринни Қўқонлик спортчи аёллари эгаллашди, учинчи ўрин Учкўприк тумани вакилларига насиб этди.

Х. Н.

6.1.5.Сайт дизайни

Давлат ҳокимияти органлари сайтларининг дизайни жуда ёрқин, шунингдек тажовузкор ва ғашни келтирадиган бўлмаслиги керак, аксинча, у норматив стандартларга мос бўлиши, унда албатта давлат рамзи белгилари акс эттирилиши ва сайтга кирувчиларни сайтдаги энг муҳим нарса – ахборотдан чалғитмаслиги керак.

Давлат ҳокимияти органлари сайтларида ахборотни жойлаштириш структураси ягона схемага эга бўлиши лозим, бу сайтга кирувчиларда ундан маълумот олиш осон ва ресурсда ёритилган хабарлар яққола кўзга ташланади деган фикрни уйғотиш учун зарур.

Сайтда қўлланиладиган интерфейслар содда ва тушунарли бўлиши лозим. Улардан ҳокимликнинг фаолияти, вазифалари ва тузилмаси тўғрисидаги маълумотни олиш осон бўлиши керакки, ҳар қандай одам тегишли шаклни тўлдирган ҳолда ҳокимликка бемалол мурожаат қила олсин.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2005 йил 22 ноябрдаги 256-сонли қарорига мувофиқ, давлат органлари веб-сайти мазмуни қуйидагилардан иборат бўлиши зарур:

- давлат органи фаолияти тўғрисида маълумот;
- давлат органи ва унинг бўлинмалари билан боғланиш маълумотлари;
- янгиликлар ва ҳодисалар;
- кўрсатиладиган хизматлар ҳақида маълумот;
- ишга қабул қилиш тартиби ва бўш иш ўринлари тўғрисида маълумот;
- ҳокимлик ва унинг бўлинмалари раҳбарияти тўғрисидаги маълумотлар, уларнинг телефон рақамлари ва манзиллари;
- ташкилот фаолияти соҳасидаги норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар;
- асосий фаолият турлари ҳақидаги маълумотлар ҳамда ҳокимлик ва унинг бўлим, бўлинма ва бошқармаларининг кўрсаткичлари.

Техник талаблар:

- Ўзбекистон ҳудудида жойлаштириш (хостинг);

- доменни .uz ҳудудида рўйхатдан ўтказиш;
- www.uzнинг давомати ҳисоблагичини ўрнатиш;
- Сайтнинг Интернет тармоғида узлуксиз ишлаши.

Сайт Ўзбекистон Республикаси давлат органларининг²² Интернет тармоғидаги сайтларига қўйиладиган талабларни инобатга олган ҳолда яратилиши керак.

6.1.6.Расмий сайтни ижтимоий тармоқларда оммалаштириш

Ҳокимлик сайтининг самарадорлиги кўп жиҳатдан унга қанча одам кираётганига боғлиқ. Кирувчиларни сайтга жалб қилишнинг кўплаб усуллари мавжуд. Улардан энг унумлиси фаолиятнинг икки йўналишига тааллуқли – бу SEO-оптималаштириш²³ (ингл. *search engine optimization, SEO* – *фойдаланувчиларнинг маълум сўровлари бўйича қидирув тизимини тақдим этиш натижасида сайт позициясини кўтариш бўйича қатор чоралар ва SMO кўмак*).

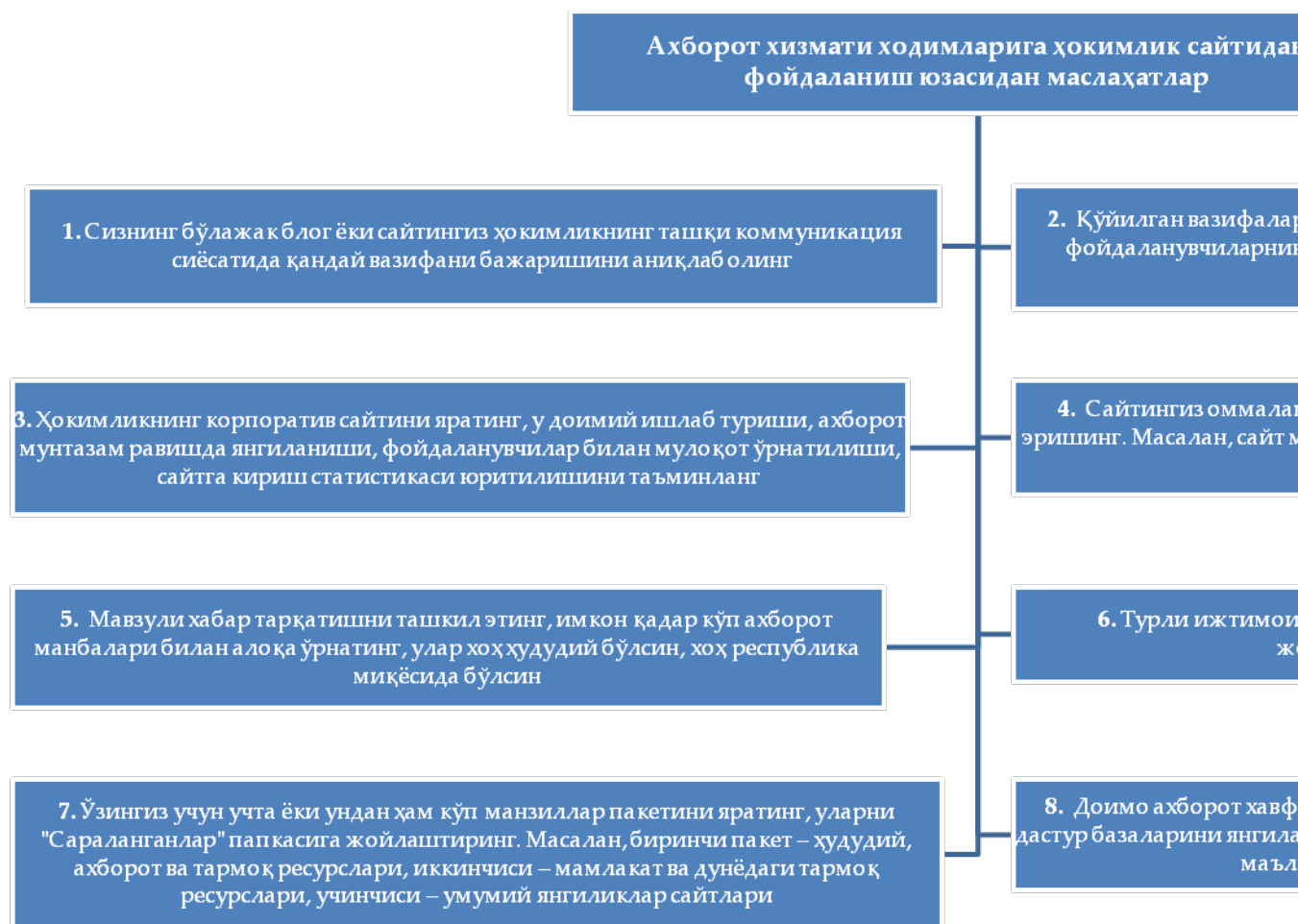
SMO-кўмак нима ва унинг самарадорлиги сабаблари нимада?

Сир эмаски, Интернет ҳар қандай турдаги ахборотни тарқатиш учун қулай муҳит яратади. Сайтни ижтимоий тармоқларда оммалаштиришда айнан шу муҳитдан фойдаланилади (*Social media optimization, ёки SMO-кўмак*). SMO – бу ижтимоий медиа, яъни блог, ижтимоий тармоқ ва шу кабилардан фойдаланувчиларни сайтга жалб этишга йўналтирилган чора-тадбирлар мажмуасидир²⁴. Унга веб-ресурсни ижтимоий медиага мослаб оптималаштириш, тармоқ барлашмаларида сайт контентини максимал фойдаланиш учун ўзгартириш, шунингдек, веб-ресурсни ижтимоий тармоқларда реклама қилиш киради.

²² Қаралсин: 3-илова. Давлат органининг расмий сайтга қўйиладиган асосий талаблар// Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2005 йил 22 ноябрдаги “Ахборотлаштириш соҳасида норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш тўғрисида”ги 256-сонли қарори.
http://www.uzinfocom.uz/files/docs/prilojenie_1_po_saytam.doc

²³ Джейми Сирович, Кристиан Дари. Поисковая оптимизация сайта (SEO) на PHP для профессионалов. Руководство разработчика по SEO = Professional Search Engine Optimization with PHP: A Developer's Guide to SEO. – М.: “Диалектика”, 2008 г.

²⁴ Яковлев Алексей Александрович. Раскрутка и продвижение сайтов: основы, секреты, трюки. – СПб.: БХВ-Петербург, 2007 г.



6.2. Ижтимоий тармоқларда ишлаш ва блоггинг

Ахборот хизматларига қўйиладиган замонавий талаблар даражасида бўлиш учун шуни чуқур тушуниб олишингиз керакки, Интернет-макони турли ахборот хизмати ўртасидаги рақобатда муҳим майдонга айланиб бормоқда. Ахборот технологиялари тараққиёти замонавий ахборот билан ишнинг янги усул ва воситаларини ишга солишни талаб этмоқда. Ҳозирги кунда Ўзбекистонда Интернетдан фойдаланувчилар сони 9 миллион нафар кишидан ошганини инобатга оладиган бўлсак, ахборот хизмати бу улкан коммуникация майдонини эътиборсиз қолдириши мумкин эмас.

Интернетдаги ижтимоий тармоқларда ишни нимадан бошлаш керак?

Аввало, Сиз кўзлаган аудитория қаерда жойлашганлигини тушуниб олиш керак. Ҳозирда интернетдан аҳолининг 14 дан 70 ёшгача бўлган қатлами фойдаланаётганлигини инобатга олиш керак.

Оммалашиб бораётган ижтимоий тармоқлардан мисоллар:
❖ хорижда (инглиззабон аудитория)
➤ www.facebook.com
➤ www.twitter.com
➤ www.youtube.com
❖ МДҲда (русийзабон аудитория)
➤ www.vk.com
➤ www.odnoklassniki.ru
➤ www.my.mail.ru
❖ Ўзбекистонда
➤ www.uforum.uz
➤ www.muloqot.uz
➤ www.mytube.uz

Ҳокимлик блогини очиш учун ижтимоий тармоқни қандай танлаш керак?

Ижтимоий тармоқларни веб-технология сифатида таърифлаш мумкин. Бу тармоқ фойдаланувчиларга хабар жўнатиш ва алмашиш имконини беради. Биринчи ўринда, тармоққа кирувчилар сонини инобатга олиш керак.

Блогни юритаётган ахборот хизмати ходими Интернетда пайдо бўлган ахборотни бутунлай олиб ташлаб бўлмаслигини англаши, шу сабабли, масъулиятни тушунган ҳолда, фақат тўғри маълумотни жойлаштириш керак.

Нашр этилган ахборот ҳокимлик обрўсига жиддий таъсир кўрсатиши мумкинлигини тушуниб етиш лозим.

Ёдда тутинг, у ёки бу ижтимоий тармоқ тугмасини янгиликлар тасмаси ёки блог мақолалари остига жойлаштириш миллионлаб фойдаланувчиларга

материалларнинг ҳаволаларини ўзининг келгусидаги аудиторияси билан тез алмашиш имкониятини яратади.

Ҳар гал фойдаланувчи сайтдаги ушбу тугмани босганда, унинг саҳифасида автомат тарзда сайтга мурожаат кўрсатилган хабар чиқади.

Сизнинг саҳифаларингизга кирувчилар сайтга мурожаат қилиш орқали ундан доим фойдаланишлари мумкин бўлади. Шу тариқа, веб-ресурс янгилик пайдо бўлгандан кейин қисқа вақт ичида қўшимча кирувчиларнинг диққатини тортиши мумкин бўлади.

У ёки бу ресурс орасидан кирувчилар оммалашган ижтимоий тармоқларни танлаб олиш жуда муҳимдир. Масалан, ҳокимлик сайти учун салоҳиятли аудитория – асосан аҳоли, ННТ ва жамоатчилик ташкилотлари, шунингдек, тадбиркорлик тузилмаларидир, демак айнан шу контингент кўпроқ фойдаланадиган ижтимоий тармоқлардан фойдаланиш лозим.

Сайт қидирув тизимларида уларнинг оммалашшига юқори таъсир кўрсатадиган ресурсни оптималлаштириш билан бир қаторда юқори натижага эришиш учун унга ўз вақтида тузатишлар киритиб бориш, барча маҳаллий ОАВда ташвиқот қилиш зарур. Бир сўз билан айтганда, Сизнинг сайтингиздаги янгиликлар доимо энг янги ва энг қизиқарлиси бўлса, муваффақиятсиз тарафдадир.

Қандай тузатишлар киритиш зарурлигини аниқ тасаввур қилиш учун мутахассис ҳар куни сайтга қанча киши, қайси қидирув тизимлари бўйича ва қайси қидирув тизимлар, сайтлар ёки каталоглардан кираётганини, қандай бўлим ва саҳифалар кўпроқ қизиқиш уйғотаётганини таҳлил қилиб бориши керак. Бу маълумотни сайт статистикасидан олиш мумкин, ушбу ресурс иши тўғрисидаги статистик маълумотларни тўплаш эса уни оммалаштиришнинг муҳим мажбурий босқичига айланиши керак. Статистик маълумотлар статистикани таҳлил қилишга хизмат қилувчи ўлчагичлар, лог ва скриптлар ёрдамида олинади. Статистика сервиси тақдим этадиган ўлчагич сайтга кирувчилар сонини мустақил санаш имконини беради. Бунда сайтда маълумот тўпловчи код ўрнатилади, ҳисоблагичнинг сурилгичи статистик маълумотларни санайди, қайта ишлайди ва чиқариб беради.

Ижтимоий тармоқларда ишлаганда риоя қилиниши керак бўлган асосий қоидалар:

- ижтимоий тармоқ иштирокчилари нималар ҳақида гапираётганлигини доимо инобатга олиш;
- чоп этилаётган ахборотларга масъулият билан ёндашиш, ҳеч қачон тасдиқланмаган ёки нотўғри талқин қилиниши мумкин бўлган хабарни тарқатмаслик;

- ахборотни жойлаштиришда унинг қонунчилиқни, фуқароларнинг муаллифлик ва бошқа ҳуқуқларини бузмаслигига ишонч ҳосил қилиш;
- ижтимоий тармоқларда иштирок этишни янги нарсаларга ўрганиш имконияти, деб қараш ва бу билимларни жамиятга сифатлироқ ахборот етказиш ва мулоқот учун сарфлаш.

Ижтимоий тармоқлар ва блогларда жойлаштирилган ахборотларни ҳокимликнинг расмий пресс-релизлари ва матбуот анжуманларининг ўрнини босадиган хабар, деб ҳисобламанг. Доим ижтимоий тармоқда чоп этилган ахборотнинг кейинчалик ўзгартирилиши эҳтимоли борлигини инобатга олиш керак. Расмий хабарни доим ҳокимлик сайтидан ва янгиликлар саҳифасидан топиш мумкин. Баъзи ижтимоий тармоқларда иштирок этиш қоидалари (маслан, иш соати, жавоб учун керак ўртача вақт, хабарга жавоб бериш усули) ижтимоий тармоқнинг тури ва АХнинг унда иштирок этиш сиёсатига боғлиқ бўлиши мумкин.

6.2.2. Блогларда фотосурат ва видеотасвирларни жойлаштириш қоидалари²⁵

Блогда фойдаланиш мумкин бўлган файл форматлари ва уларни қўйиш бўйича чекловлар:

Тасвирлар. Файл формати: JPG, GIF, PNG. Файл ҳажми: кўпи билан 95кб 640x480. Тасвир ҳажми кўпи билан 8196x8196. Қўйилаётганда видео-тасвир автоматик тарзда flv-форматга конвертация бўлади (видео-кодек h264, аудио-кодек faac).

Конвертация қилиш биров вақтни олади, масалан: 5 дақиқадан бир неча соатгача, бу видеотасвир параметрларига (файл формати, кадр ҳажми, видеотасвирнинг давом этиш вақти ва ҳоказо) боғлиқ. Агар Сиз видеони flv форматда қўйсангиз ва видео ҳажми 800x800 дан паст бўлса, виде конвертациясиз (яъни, борица) сайтга қўйилади, тизим фақат файлнинг бутунлигини текширади холос.

Flash-роликлар. Файл формати: SWF. Файл ҳажми: кўпи билан 10Мб.

Аудиофайллар. Файл формати: MP3. Файл ҳажми: кўпи билан 5Мб.

Аудио-, видео- ва flash-роликларни намойиш этиш учун браузерингизда 9 версиядан паст бўлмаган Flash Player ўрнатилган бўлиши керак.

²⁵ Фото-суратга олиш қоидалари тўғрисида батафсил маълумотни 1-Иловадан топиш мумкин.

ГЛОССАРИЙ

Аккредитация – мухбирнинг ваколатларини давлат ҳокимияти органлари томонидан эътироф этиш тартиботи бўлиб, унинг натижаларига кўра аккредитация қиладиган орган аккредитация қиладиган органнинг фаолиятини оммавий ахборот воситаларида ёритиш учун оммавий ахборот воситаси (кейинги ўринларда “таҳририят” деб аталади) вакилининг ўз соҳасини билишини тасдиқловчи аккредитация қилиш тўғрисидаги гувоҳномани беради.

Аккредитация қилувчи орган – аккредитация тартиботини ташкил этадиган, аккредитацияни ўтказадиган вакиллик ва ижро этувчи ҳокимият органлари²⁶.

Ахборот – манбалари ва тақдим этилиш шаклидан қатъи назар шахслар, предметлар, фактлар, воқеалар, ҳодисалар ва жараёнлар тўғрисидаги маълумотлар²⁷.

Ахборот ресурслари – алоҳида ҳужжатлар, ҳужжатларнинг алоҳида тўпламлари, ахборот тизимларидаги (кутубхоналардаги, архивлардаги, фондлардаги, маълумотлар банкларидаги ва бошқа ахборот тизимларидаги) ҳужжатлар ва ҳужжатларнинг тўпламлари.

Ахборот соҳаси – субъектларнинг ахборотни яратиш, қайта ишлаш ва ундан фойдаланиш билан боғлиқ фаолияти соҳаси²⁸.

Ахборот борасидаги хавфсизлик – ахборот соҳасида шахс, жамият ва давлат манфаатларининг ҳимояланганлик ҳолати.²⁹

Ахборот хизмати – маҳаллий ижроия ҳокимияти органи маҳкамасининг таркибий тузилмаси бўлиб, бевосита унинг раҳбарига бўйсунади.

Блог (ингл. *blog, web log* – ҳодисалар интернет-журнали, интернет-кундалик, онлайн-кундалик) – бу шундай веб-сайтки, унинг асосий мазмунини

²⁶ Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006 йил 23 ноябрдаги “Ўзбекистон Республикаси оммавий ахборот воситалари вакиллариини давлат ҳокимияти органлари ҳузурида аккредитация қилиш тартибини такомиллаштириш тўғрисида”ги 243-сонли қарори.

²⁷ Журналистское расследование. История метода и современная практика. Под обшей редакцией А.Д.КОНстантинова. СПб.: “Издательский Дом “Нева”. 2003

²⁸ Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 12 декабрдаги “Ахборот эркинлиги тамойиллари ва кафолатлари тўғрисида”ги 439-II-сонли Қонуни.

²⁹ Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил 12 декабрдаги “Ахборот эркинлиги тамойиллари ва кафолатлари тўғрисида”ги 439-II-сонли Қонуни.

матн, тасвир ёки мультимедиадан³⁰ иборат мунтазам тўлдириб бориладиган қайдлар (постлар) ташкил этади.

Брифинг³¹ (*ингл. briefing* *ингл. brief* – қисқа, узун эмас сўзларидан) – битта масалага бағишланган қисқа матбуот анжумани³².

Бэкграундер (*ингл. Backgrounder* *сўзидан*) – бу ОАВ учун ахборот PR-материали. Унда ташкилот, унинг ихтисослиги, маҳсулотри ва хизматлари, ташкил этилиши, ривожланишининг тарихи ва бошқа маълумотлар тақдим этилади.

Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари – қонунчиликка мувофиқ таъсис этилган, қонун чиқарувчи, ижроия ёки суд ҳокимияти, шунингдек, ҳуқуқни муҳофаза қилиш органлари ва уларнинг ҳудудий бўлимлари ёки қуйи ташкилотлари функцияларини амалга оширувчи ваколатга эга орган.

Жамоатчилик билан алоқа, пиар (*ингл. Public Relations* – *жамоатчилик билан алоқа*) – бу объект тимсолини яратиш ва ижтимоий гуруҳ қадриятлари қаторига қўшиш технологияси бўлиб, ундан қўзланган мақсад ушбу тимсолнинг идеал ва ҳаётий зарур тимсол эканига барчани ишонтиришдан иборат³³.

Журналист – Ўзбекистон Республикасининг ёки хорижий давлатнинг оммавий ахборот воситалари хизмат қиладиган ёхуд уларда шартнома асосида ишлайдиган ва маълум мавзудаги ахборотни тўплаш, таҳлил этиш ва тарқатиш билан шуғулланувчи шахсдир³⁴.

Ижтимоий тармоқ (*ингл. social networking service*) – ўзаро ижтимоий муносабатларни шакллантириш, акс эттириш ва ташкил этишга мўлжалланган платформа, онлайн-сервис ёки веб-сайт³⁵.

Интервью (*ингл. interview*) – икки ва ундан ортиқ кишилар ўртасидаги суҳбатнинг тури бўлиб, интервью олувчи суҳбатдошларига савол беради ва

³⁰ Скотт, Дэвид Мирман Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем = The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, & Viral Marketing to Reach Buyers Directly. – М.: “Альпина Паблишер”, 2011 г.

³¹ Экономический словарь, 2007 г.

³² Д.Игнатъев, А.Бекетов. Настольная энциклопедия Public Relations. – М.: “Альпина Паблишер”, 2004 г.

³³ Сэм Блэк Паблик Рилейшнз. Что это такое?. – М.: Новости, 1990 г.

³⁴ Ўзбекистон Республикасининг 1997 йил 24 апрелдаги “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги 402-І-сонли Қонунининг 3-моддаси.

³⁵ Е.Г.Ефимов. Использование социальных сетей как вид профессиональной компетенции в образовательной сфере / Ефимов Евгений Геннадиевич // Инновационное развитие человеческих ресурсов региона, всерос. науч.- практ. Конф. (2011; Волгоград). Всероссийская научно-практическая конференция “Инновационное развитие человеческих ресурсов региона”, 18-19 ноября 2011 г., Волгоград: [материалы]. – Волгоград: Изд-во ФГОУ ВПО ВАГС, 2011 г.

улардан жавоб олади³⁶.

Коммуникация – умумий белгилар тизими орқали индивидлар ўртасида ахборот алмашиш³⁷.

Конфиденциал ахборот – қонунчиликка мувофиқ фойдаланиш ва танишиш чекланган ҳужжатлаштирилган ахборот³⁸.

Матбуот анжумани – ижтимоий аҳамиятга эга янгилик содир бўлганда ва ушбу янгилик бевосита тааллуқли бўлган ташкилот ёки алоҳида таниқли шахс ушбу янгилик юзасидан ўзининг жамоатчилик учун қизиқарли ва муҳим шарҳини етказишни истаганда ОАВ учун уюштириладиган тадбир³⁹.

Медиа-карта – бу ОАВ ҳақида махсус шаклдаги ахборот бўлиб, унда оммавий ахборот воситаларининг ахборот хизмати учун муҳим бўлган асосий характеристикаси акс эттирилади. ОАВ билан самарали ишлаш учун улар тўғрисидаги ахборотни тизимлаштириш ва доим янгилаб бориш керак. Бунинг учун медиа-карта устунларини уларнинг тиражи (эшиттириш ҳудуди, аудитория), даврийлиги (бир суткалик эшиттириш ҳажми), мавзу сингари йўналиши, режалаштириш куни, рукнлари, бош муҳаррир, таниш журналистлар ва алоқа контактлари сингари ахборотлар билан тўлдириб бориш керак.

Мухбир – меҳнат шартномалари ва бошқа шартномавий муносабатлар асосида оммавий ахборот воситалари таҳририятлари учун хабарлар

ва материалларни қидириш, тўплаш, қайта ишлаш ва тайёрлаш касби билан шуғулланадиган жисмоний шахс⁴⁰

Пресс-кит, медиа-кит (ингл. *press kit* – бу матбуот учун тўпلام, ингл. *media kit*) – лойиҳа, ташкилот ёки ҳодиса тўғрисида батафсил маълумот жамланган бир неча матнли, аудио ва визуал ҳужжатлар тўплами⁴¹.

Пресс-релиз – матбуот учун тайёрланган ахборот. Пресс-релиз чиқарган ташкилот (балки хусусий шахс) тўғрисидаги янгиликдан иборат ахборот. Ташкилот (ёки хусусий шахс)нинг бирон масала юзасидан нуқтаи назари баён этилган ва ОАВда чоп этиш учун бериладиган ҳужжат⁴².

³⁶ Квале С. Исследовательское интервью /Пер. с англ. М.Р.Мироновой. – М.: Смысл, 2003 г.

³⁷ Л.Е.Басовский. Менеджмент: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2003 г.

³⁸ Большой юридический словарь. 3-е изд., доп. и перераб. / Под ред. проф. А. Я. Сухарева. – М.: ИНФРА-М, 2007 г.

³⁹ Азбука рекламы. Том 2. М.: 2002 г.

⁴⁰ Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маъкамасининг 2006 йил 23 ноябрдаги “Ўзбекистон Республикаси оммавий ахборот воситалари вакиллари давлат ҳокимияти органлари ҳузурида аккредитация қилиш тартибини такомиллаштириш тўғрисида”ги 243-сонли қарори.

⁴¹ А.Чумиков, М.Бочаров. “Связи с общественностью”. Теория и практика. М.: Дело. 2003 г.

⁴² А.Чумиков, М.Бочаров. “Связи с общественностью”. Теория и практика. М.: Дело. 2003 г.

Пресс-тур – бирон минтақага, лойиҳага, маҳсулот ишлаб чиқарувчи завод ёки корхонага эътиборни қаратиш мақсадида журналистлар учун ташкил этилган саёҳат.

Сайт (ингл. *website*: *web* – “ўргимчак тўри, тармоқ” ва *site* – “ўрин”, сўзма-сўз таржима қилганда “тармоқдаги ўрин, сегмент, бўлак”) – хусусий шахс ёки ташкилотнинг битта манзилда (домен ном ёки IP-манзил) жамланган компьютер тармоғидаги электрон ҳужжатлари (файллар) тўплами⁴³.

Сайтни ижтимоий тармоқларга мослаб, оптималлаштириш (ингл. *Social media optimization, SMO*) – сайтга ижтимоий медиа: блоглар, ижтимоий тармоқлар ва бошқалардан қирувчиларни жалб этишга йўналтирилган комплекс чоралар⁴⁴.

Сайтнинг мақсадли аудиторияси – мақсад билан кириш, сайтга маълум мақсадда қирувчилар – сайт мазмуни мўлжалланган инернетдан фойдаланувчилар гуруҳи⁴⁵.

Тайм-менеджмент (вақт орқали бошқариш) – иш вақтини оптималлаштириш орқали лавозим вазифаларини имкон қадар унумли бажариш учун зарур бўладиган вазифа ва хатти-ҳаракатларни режалаштириш⁴⁶.

Факт-лист, ёки қисқа маълумот (инглизча *fact sheet*) – матбуот учун тайёрланган, ташкилот, унинг фаолияти ва хизматлари тўғрисида маълумотлардан ташкил топган қисқа ахборот материали⁴⁷.

Қидирувни оптималлаштириш (ингл. *search engine optimization, SEO*) – интернетдан фойдаланувчиларнинг маълум сўровлари бўйича қидирув тизимлари тиб беган беган натижалар сайт позициясини кўтаришга қаратилган чоралар комплекси⁴⁸.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

⁴³ Хаген Граф Создание веб-сайтов с помощью Joomla! 1.5. – Издательский дом "Вильямс", 2009 г.

⁴⁴ Чарлин Ли, Джош Бернофф Взрывная Web_Волна. Как добиться успеха в мире, преобразенном интернет-технологиями = Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies. – М.: Альпина Паблишер, Юрайт, 2010 г.

⁴⁵ Словарь основных маркетинговых терминов. <http://www.glossostav.ru>

⁴⁶ Глеб Архангельский, Марианна Лукашенко, Татьяна Телегина, Сергей Бехтеров. Тайм-менеджмент. Полный курс. – М.: “Альпина Паблишер”, 2012 г.

⁴⁷ Д.Игнатев, А.Бекетов. Настольная энциклопедия Public Relations. – М.: “Альпина Паблишер”, 2004 г.

⁴⁸ Джейми Сирович, Кристиан Дари. Поисковая оптимизация сайта (SEO) на PHP для профессионалов. Руководство разработчика по SEO = Professional Search Engine Optimization with PHP: A Developer's Guide to SEO. – М.: “Диалектика”, 2008 г.

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси (24.04.2003 й., № 470-II Қонун таҳририда);
2. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги тамойиллари ва кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни (12.12.2002 й. № 439-II);
3. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида”ги Қонуни (24.04.1997 й. № 400-I);
4. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат сирларини сақлаш тўғрисида”ги Қонуни (07.05.1993 й. № 848-XII);
5. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонуни. (26.12.1997 й. www.lex.uz);
6. Ўзбекистон Республикасининг “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонуни, 1997 й.;
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ахборот-коммуникация технологияларини янада ривожлантиришга оид бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори (08.07.2005 й. № ПК-117);
8. Интернет тармоғида Ўзбекистон Республикасининг Ҳукумат портали тўғрисида низом (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 17.12.2007 йилдаги 259-сонли қарорига 1-илова);
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ахборотлаштириш соҳасида норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш тўғрисида”ги қарори (22.11.2005 й. № 256);
10. Ўзбекистон Республикаси Оммавий ахборот воситалари вакилларини давлат ҳокимияти органлари ҳузурида аккредитация қилиш тартиби тўғрисидаги низом (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 23.11.2006 йилдаги 243-сонли қарорига 1-илова);
11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Давлат ва хўжалик бошқаруви органларининг жамоатчилик билан алоқаларини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори (22.09.2006 й. № 203);
12. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Давлат ва хўжалик бошқаруви, маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланган ҳолда юридик ва жисмоний шахслар билан ўзаро ҳамкорлигини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори (23.08.2007 й. № 181);
13. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Интернет тармоғида Ўзбекистон Республикасининг Ҳукумат порталига ахборотларни тақдим этиш ва жойлаштириш тартиби тўғрисида”ги қарори (21.04.2009 й. № 116);

14. Е.А.Канаева, А.В.Адеев. Концепция организации деятельности информационных служб в структуре местных органов власти. Т.: 2010 г.
15. Константин Бочарский. Семь ошибок пиарщика. <http://www.apress.ru/pro/article/2006>
16. Масленников Роман. 101 совет по PR. – М.: “Альпина Паблишер”, 2012. – С. 74.
17. Д.Игнатъев, А.Бекетов. Настольная энциклопедия Public Relations. – М.: “Альпина Паблишер”, 2004. – С. 496.
18. М.Гундарин. Книга руководителя отдела PR. Практические рекомендации. – СПб.: Питер, 2006 г.
19. С.Антропов. Как правильно написать пресс-релиз? Примеры и образцы пресс-релизов. <http://brave-agency.ru/articles/86/>
20. Хаген Граф. Создание веб-сайтов с помощью Joomla! 1.5. – Издательский дом “Вильямс”, 2009 г.
21. Джейми Сирович, Кристиан Дари. Поисковая оптимизация сайта (SEO) на PHP для профессионалов. Руководство разработчика по SEO = Professional Search Engine Optimization with PHP: A Developer's Guide to SEO. – М.: “Диалектика”, 2008 г.
22. Скотт, Дэвид Мирман. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем = The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, & Viral Marketing to Reach Buyers Directly. – М.: “Альпина Паблишер”, 2011 г.
23. С.Квале. Исследовательское интервью /Пер. с англ. М. Р. Мироновой. – М.: Смысл, 2003 г.
24. Журналистское расследование. История метода и современная практика. Под общей редакцией А.Д.Константинова. СПб.: “Издательский Дом “Нева”. 2003 г.
25. Бармен Скотт. Разработка правил информационной безопасности. М.: Вильямс, 2002 г.
26. Большой юридический словарь. 3-е изд., доп. и перераб. / Под ред. проф. А. Я. Сухарева. – М.: ИНФРА-М, 2007 г.
27. Чарлин Ли, Джош Бернофф Взрывная Web_Волна. Как добиться успеха в мире, преобразенном интернет-технологиями = Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies. – М.: “Альпина Паблишер”, Юрайт, 2010 г.

28. А.Чумиков, М.Бочаров. "Связи с общественностью". Теория и практика. М.: Дело. 2003 г.
29. Сэм Блэк Паблик Рилейшнз. Что это такое?. – М.: Новости, 1990 г.
30. К.Гаврилов, Как делать сюжет новостей и стать медиатором. – СПб.: Амфора, 2007 г.
31. Н. В.Зверева. Школа регионального тележурналиста. – М.: Аспект Пресс, 2010 г.
32. Е.Г.Ефимов. Использование социальных сетей как вид профессиональной компетенции в образовательной ФГОУ ВПО ВАГС, 2011 г.
33. Г.Архангельский, М.Лукашенко, Т.Телегина, С.Бехтеров. Тайм-менеджмент. Полный курс. – М.: "Альпина Паблишер", 2012 г.
34. В помощь фоторепортеру
[//http://www.photoconcept.ru/gallery/lessons/a_advices/12.html](http://www.photoconcept.ru/gallery/lessons/a_advices/12.html)
35. Экономический словарь, 2007 г.
36. Словарь изобразительного искусства, М. 2009 г.
37. Словарь основных маркетинговых терминов. <http://www.glossostav.ru>
38. Дейнега О. Простые ошибки серьезного мероприятия. [//http://www.triz-ri.ru/themes/method](http://www.triz-ri.ru/themes/method)
39. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. Специальностям. М.: ЮНИТИ, 2000 г.
40. Г.Л.Тульчинский. PR фирмы: технология и эффективность. – СПб.: Алетейя, 2001 г.
41. Н.Н.Егорова. Работа некоммерческой организации со средствами массовой информации. – Омск: 1998 г.
42. В.А.Моисеев. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – Вира – Р, 1999 г.
43. И.В.Алёшина. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетёров. – М.: Издательство "ГНОМ-ПРЕСС", 1997 г.
44. Г.Н.Татаринова. Введение в специальность "Связи с общественностью": Учебно-методическое пособие. Омск: Издательство ОмГТУ, 2000 г.
45. А.Н.Чумиков. Связи с общественностью: Учебное пособие. – М.: Дело, 2001 г.
46. Р.Масленников. 101 совет по PR. – М.: "Альпина Паблишер", 2012 г.

47. А.Б.Василенко. Пиар крупных российских корпораций. – М.: ГУ – ВШЭ, 2001 г.
48. Э.А.Уткин. Управление связями с общественностью. PR. – М.: ТЕИС, 2001 г.
49. Г.Г.Почепцов. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.: Рефл-бук: Ваклер, 2000 г.
50. Е.Г.Пашенцев. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики – М.: Финпресс, 2000 г.
51. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика / Пер. с англ.: О. В. Дубицкая и др. ИНФРА-М, 2002 г.
52. Е.Н.Голубкова. Маркетинговые коммуникации: Учеб. пособие. – М.: Финпресс, 2003 г.
53. Джефкинс Фрэнк. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие для студентов вузов. Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин; пер. с англ. - М.: ЮНИТИ, 2003 г.
54. Хенслоу Филип. Практическое руководство по паблик рилейшнз. – СПб.: Нева; М.: ОЛМА-пресс ИНВЕСТ, 2003 г.
55. Китчен Филипп. Паблик рилейшнз: тамойилы и практика: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ, 2004 г.
56. Самое главное в PR / У. Аги и др.; Питер, 2004 г.
57. Шомели Жан. Связи с общественностью. СПб.: Нева, 2003 г.
58. Ф.И.Шарков. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегральная сущность кампаний: учеб. пособие. – М. : Трикта: Акад. проект, 2005 г.
59. К.В.Антипов. Паблик рилейшнз: Учеб. пособие. М.: Дашков и К, 2002 г.
60. <http://www.jizzax.uz>
61. <http://www.ferghana.uz>
62. www.navoi.gov.uz

ИЛОВАЛАР

1-Илова. ФОТОСУРАТГА ОЛИШНИНГ АСОСИЙ ҚОИДАЛАРИ

Фотосуратга қаерда олиш мумкин, қаерда мумкин эмас

1. Фотосуратга олиш қачон шак-шубҳасиз ман этилган:

- маҳфий объектлар рўйхатига киритилган объектларда;
- Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатасининг ёпиқ мажлисларида;
- Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Сенатининг ёпиқ мажлисларида;
- турли инстанциядаги судларнинг ёпиқ мажлисларида.

2. Қачон суратга олиш учун рухсат олиш зарур:

- ҳар қандай судларнинг суд мажлисида суратга олиш мазкур иш бўйича суд раисининг рухсати билан амалга оширилади;
- маданий қадриятлар сақланадиган объектларда, яъни музейлар, фондлар, архивларда, агар бошқа шарт белгиланган бўлмаса.

3. Фотосуратга олиш учун қачон рухсат талаб этилмайди:

Жамоат жойларида:

- давлат органлари ва ўзини ўзи бошқариш органлари ҳудудларида (ташқарида ва ичкарида);
- судларда (ёпиқ суд мажлисида суратга олиш ман этилган);
- кўча ва хиёбонларда;
- истироҳат боғларида;
- давлат ва тармоқ муассасаларида, шунингдек, хусусий биноларда, хоналарда, ҳудудларда, савдо марказларида ва бошқа барча объектларда (маҳкумлар ушлаб туриладиган жойлардан ташқари):
- юқорида кўрсатиб ўтилган объектларда юз бераётган воқеа ва ҳодисаларни.

4. Қуйидагиларга ҳалақит бермаса суратга олиш ман этилмайди:

- матбуот учун уюштирилган тадбирларда (агар ташкилотчилар буни ҳеч бўлмаса оғзаки тарзда ман этмасалар);
- ҳудудда (фотосуратчи ўзи шу ҳудуд ичида бўлса).

Юқорида айтиб ўтилган объектларнинг барчасида, агар рухсат олиш кераклигига ишора қиладиган белги, ёзув ва огоҳлантириш бўлмаса,

шунингдек, мулк эгаси (унинг вакили, қоровул) эътироз билдирмаса, эркин тарзад фото-суратга олиш мумкин.

5. Жамоат жойларида одамларни суратга олиш тақиқланмайди:

- матбуот анжуманларида;
- ўз хизмат вазифасини бажараётган ички ишлар, ёнгин хавфсизлиги, шифокор ва қутқарув хизмати ходимларини;
- намойиш, норозилик чиқишлари иштирокчилари ва бу тадбирларда сўзга чиққанларни;
- ҳалокат ва тўқнашув иштирокчиларини;
- юқорида санаб айтиб ўтилган ҳолатларни суратга олаётганда кадрга тасодифан тушиб қолган одамларни (агар бундай одамларни суратга олиш шахсий мақсадга қаратилган бўлса);
- агар одамлар эътироз билдирмаса (қўл билан яширинмаса ёки бошқа тарзда норозилик билдирмаса).

Ёдингизда бўлсин! Вояга етмаганларнинг фотосуратларини фақат ота-онаси ёки васийларнинг рухсати билан жойлаштириш мумкин.

2- илова. МЕДИАРЕЖА НАМУНАСИ

Вилоят ҳокимлиги Ахборот хизматининг _____ йил учун

МЕДИАРЕЖАСИ

№	Тадбир	Ижро в
1. Вилоят ҳокимлиги ва жамоатчилик ўртасида алоқаларни мустаҳкамлаш		
1	Ҳокимликнинг _____ йилда аҳоли ҳаётини яхшилаш, ҳудудлар бўйича иқтисодий ва ижтимоий илоҳотларни, вилоятда ижтимоий-маънавий муҳитни соғломлаштириш бўйича ташаббусларни амалга ошириш, жамоат ва нодавлат ташкилотлари билан ҳамкорликни мустаҳкамлаш, давлат “_____” дастурида баён этилган вазифаларни бажариш борасидаги фаолиятини тўлиқ ёритишга бағишланган матбуот анжуманилари, брифинг, пресс-турлар ташкил этиш. Уларда вилоят ҳокимлиги раҳбарлари, шунингдек, оммавий ахборот воситалари вакилларининг иштирок этишини таъминлаш	Алоҳи медиар асосида, ой икки м
2	Вилоят газетасида “Ҳокимлик жавоб беради” рукнини ташкил этиш. Рукнда фуқароларнинг ҳокимликнинг масъул ходимларига берган долзарб мавзулардаги саволлари ва уларга берилган жавобларни ёритиш	Доим
3	Вилоят телевидениесида “Вилоят ҳокими билан бир соат” кўрсатувини ташкил этиш орқали вилоят ҳокимининг аҳоли билан тўғридан-тўғри мулоқотини уюштириш	Чорақда март

4	Вилоят ҳокимлиги томонидан аҳолининг кам таъминланган қатламини ижтимоий қўллаб-қувватлаш мақсадида амалга оширилаётган тадбирларнинг республика ва вилоят ОАВ томонидан ёритилишини ташкил этиш	Йил дав
5	ОАВ ва ҳокимликнинг расмий веб-сайтида давлат ҳокимияти органлари фаолиятини, вилоят ҳокимлиги ва халқ депутатлари вилоят Кенгаши томонидан ташкил этилаётган тадбирлар, ўқув семинарлари ва тренингларни кенг қўламда ёритиш	Йил дав
6	Вилоят ҳокимлиги фаолиятига тааллуқли норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар ёритилишини таъминлаш	Доим
7	Турли мавзуларда ҳокимлик ва ташкилотларнинг масъул раҳбарлари билан интервьюлар ташкил этиш	Йил дав Ҳафтада 1
8	Газета, телевидение ва радио таҳририятлари учун вилоят ҳокимлиги фаолияти билан боғлиқ ахборот, мақола, долзарб мавзуларда суҳбатлар тайёрлаш	Йил дав Ҳафтада 1 Ойда 1 м
9	Мазмун ва сифатини яхшилаб бориш мақсадида вилоят ҳокимлиги фаолиятини ёритувчи мақолалар, телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришларнинг доимий мониторингини олиб бориш	Йил дав Ҳафтада 1
2. Ахборот хизмати фаолиятини такомиллаштириш бўйича бажариладиган ишлар		
1	Ахборот хизмати маълумотлар базасини яратиш ва унинг доимо янгиланиб боришини таъминлаш	Йил дав
2	Ахборот хизмати ходимларининг республиканинг илғор ОАВда мунтазам равишда касб маҳорати ва малакасини ошириб боришларини таъминлаш	Алоҳи медиа асоси Доим
3	Ахборот хизмати ҳужжатлари номенклатурасини ташкил этиш ва юритиш	Доим
4	Республика ва маҳаллий ОАВнинг ижодий ҳамкорликни таъминлаш, шунингдек, уларнинг вакиллари билан иш юзасидан шахсий мулоқотларни йўлга қўйиш	Доим
5	Вилоят ҳокимлиги, давлат органларида фуқароларнинг мурожаатлари юзасидан ахборот алмашишларини ташкил этиш. Фуқароларнинг ахборот хизматига мурожаати бўйича ҳокимлик бўлимлари билан ҳамкорлик ўрнатиш	Доим
3. Маҳаллий ҳокимликлар таъсис этган ОАВларни ривожлантиришга қаратилган ишлар, шунингдек, вилоят ҳокимлиги билан ҳамкорлик қилиб келаётган журналларнинг фаолияти		
1	Маҳаллий ҳокимликлар муассислигидаги ОАВ таҳлил қилиб бориш ва уларнинг фаолиятини яхшилаш бўйича таклифлар тайёрлаш	Чорақда март Доим
2	Соҳалар бўйича ихтисослашган журналистлар ижодий таркибини аниқлаш, уларни моддий ва маънавий рағбатлантириш бўйича таклифлар тайёрлаш, ёш журналистларни ҳокимлик билан ҳамкорликка жалб этиш мақсадида улар учун ўқув семинарлар ташкил этиш ва уларнинг бу йўналишдаги малакаларини ошириб бориш	Алоҳи медиа асоси Доим
3	Ҳокимлар томонидан ОАВи касб байрами “27-июнь – Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимлари куни”ни юқори даражада ташкил этишни таъминлаш	Белгиланган
4	ОАВи вакиллари томонидан ҳокимлик фаолияти ёритилишини яхшилаш мақсадида журналистлар ўртасида турли ижодий танловлар ўтказиш	Алоҳи медиа асоси

		Доим
--	--	------

Вилоят ҳокимлиги Ахборот хизмати раҳбари
Ф.И.Ш.

Ношир

Мухаррир

Мусаҳҳиҳ: Г.Исломов

Компьютер версткаси Д.Масленников

С.Джурабеков, О.Эшматов, У.Ҳамидов, И.Ишанкулов, У.Джумашев, Ш.Исмоилов
суратлари

Нашриёт

Босишга рухсат этилди

Ҳажми..... Қоғоз.... Босма....

Гарнитура “ ” Тираж 300 нусха

Бепул тарқатилади

Босмахонасида чоп этилган

УДК

ISBN